



INSTITUTO FEDERAL DE SERGIPE
PRÓ-REITORIA DE PESQUISA E EXTENSÃO
DEPARTAMENTO DE PÓS GRADUAÇÃO



PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO DE MESTRADO PROFISSIONAL EM TURISMO

LEYLANE MENESES MARTINS

TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA DE STAKEHOLDERS

ARACAJU
2019

LEYLANE MENESES MARTINS

TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA DE STAKEHOLDERS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Linha de Pesquisa: Gestão de Destinos Turísticos-Sistemas, Processos e Inovação (DTPI)

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar

ARACAJU
2019

Martins, Leylane Meneses.
M379t Tecnologia móvel para governança turística de stakeholders.
Aracaju – SE / Leylane Meneses Martins. – Aracaju, 2019.
197 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Dissertação) – Instituto Federal de
Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe – IFS. Programa de Pós-Graduação de Mestrado
Profissional em Turismo – PPMTUR.

Orientador: Prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar.

1. Planejamento turístico 2. Governança turística 3. Tecnologia móvel 4.
Aplicativo GTur I. Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de Sergipe
– IFS II. Vilar, José Wellington Carvalho III. Título.

CDU 338.48

LEYLANE MENESES MARTINS

TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA DE STAKEHOLDERS

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo do Instituto Federal de Sergipe, como requisito para obtenção do título de Mestre em Turismo.

Aprovado em: _____/_____/_____

Orientador: Dr. José Wellington Carvalho Vilar (Presidente)
Instituto Federal de Sergipe – IFS

1º Examinador: Dr. Lício Valério Lima Vieira (Membro Interno)
Instituto Federal de Sergipe – IFS

2º Examinador: Dr^a. Cristiane Alcântara de Jesus Santos (Membro Externo)
Universidade Federal de Sergipe – UFS

3º Examinador: Dr. Marcus Aurelius de Oliveira Vasconcelos (Membro Externo)
Instituto Federal de Sergipe – IFS

CESSÃO DE DIREITOS

É concedido ao Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS) responsável pelo Curso de Mestrado Profissional em Turismo a permissão para disponibilizar, reproduzir, emprestar ou vender cópias desse trabalho. O autor reserva outros direitos de publicação e nenhuma parte deste trabalho de conclusão de curso de mestrado pode ser reproduzida sem autorização por escrito do autor.

Leylane Meneses Martins
Instituto Federal de Sergipe – IFS

Dr. José Wellington Carvalho Vilar
Instituto Federal de Sergipe – IFS

AGRADECIMENTOS

A presente dissertação não poderia chegar a este resultado sem o precioso apoio de várias pessoas importantes ao longo desta produção, verdadeiros anjos com disponibilidade e atenção. À minha família, meus pais, minha mana e cunhado, que vibraram por cada etapa vencida, sendo suporte em todas as horas, obrigada pelo apoio incondicional! Ao meu esposo, que esteve ao meu lado em muitas madrugadas, essa conquista também é sua! Seu tempo, criatividade, motivação, companheirismo e carinho foram essenciais nesta jornada!

Gratidão imensurável aos meus padrinhos Beth e Roberto, pelas revisões incansáveis na construção deste trabalho, pelos conselhos assertivos e por serem meu espelho nessa caminhada.

Aos meus vizinhos Alex e Betânia, que contribuíram na amizade e nas orações, sempre com palavras positivas para a concretização deste passo profissional.

Ao orientador Wellington, a quem aprendi a amar como professor e amigo. Obrigada por todas as correções, sugestões e avaliações. Gratidão pela dedicação à profissão e por tantas mensagens de autoestima. Seguirei seu método pedagógico com meus futuros discentes!

Professores Denio Azevedo, Cristiane Picanço, Luca e Cristiane Alcântara estão na minha vida acadêmica desde a graduação em Turismo (2005) e mais uma vez quero agradecer pela grande contribuição, presença e torcida nessa fase e para meu futuro profissional.

Aos mestres do PPMTUR por cada ensinamento, contribuição e interação em sala de aula, além do grande aprendizado e amizade nas pessoas do coordenador Lício Valério, Marta e Nice, vocês foram essenciais para a perfeita harmonia nessa fase. Nice seu sorriso, abraço e bom dia quero levar para vida toda! As colegas de turma, em especial à Rosangela e Silene, pelos bons momentos de trabalho e amizade.

Aos meus colegas da Graduação de Administração Isaac, Yasmim, Adeilma e Rayane, pela paciência, colaboração e grande torcida para minha conquista no mestrado.

A amiga Letícia (Tícia) que mesmo longe, sempre enviava mensagens de apoio e carinho e também ajudou muito para entrega deste trabalho. Os nossos poucos encontros foram muito incentivadores. E na etapa final você foi minhas mãos! Gratidão, você foi e é 10!

A todos os profissionais que disponibilizaram o seu tempo para enriquecer o trabalho através das entrevistas.

Agradeço a todos aqueles que, direta ou indiretamente, estiveram sempre ao meu lado, que apoiaram e contribuíram para a conclusão deste trabalho e acima de tudo Gratidão a Deus pela oportunidade e sabedoria!

A Quem Não Sonha

Pequena é a alma que não sonha
E não tem nada mais que o entendimento.

Não é alma, é poço de peçonha
A contaminar de veneno o vento.

Pequeno é aquele que não sente
A força e o calor vindos do sonho.
Se é homem, não parece nem ser gente,
Se os olhos de sonhar eu nele ponho.

Se nele eu ponho os olhos de sonhar
É com tristeza que o vejo assim viver
A desperdiçar as forças do seu ser
E quem não sonha não pode despertar...

Merece desintegrar-se pelo ar
Que também é outra forma de morrer...

Roberto Pontes

RESUMO

O desenvolvimento do turismo necessita de um trabalho participativo e integrado de planejamento e gestão, com respeito às singularidades e características dos envolvidos na sua oferta, de forma que proporcione a descentralização das decisões, o cooperativismo e a inovação, a fim de obter uma maior vantagem competitiva com um resultado bem-sucedido e benéfico para todos. Sob essa contextualização, surge o problema de pesquisa: como orientar gestores que atuam em produtos, *clusters* ou destinos turísticos para uma governança profissional e ordenada? Então, o objetivo da pesquisa foi desenvolver um aplicativo de governança para os profissionais comprometidos com a gestão do turismo. O produto turístico que serve como referência para criação, implantação, testes e homologação deste aplicativo, é o estuário do rio Vaza-Barris, na capital sergipana, Aracaju, formado pelos atrativos Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, com propósito de torná-lo mais competitivo e solidificado neste mercado. A composição da metodologia reúne pesquisa bibliográfica, documental e de campo, a partir de análises teóricas sobre planejamento, *cluster*, governança e tecnologia móvel, planos e programas de turismo, observação direta e realização de entrevistas semiestruturadas com os agentes sociais. Após estudos e levantamentos de dados empíricos, o resultado da pesquisa é o aplicativo (*app*) denominado Governança Turística (GTur), uma ferramenta tecnológica voltada para auxiliar na organização da administração do turismo, com possibilidade para prática de uma governança participativa, contínua e sustentável, a fim de contribuir na redução de deficiências, na maximização de aspectos positivos e na integração de múltiplos agentes, para o fortalecimento desse importante setor econômico. E a zona estuarina do rio Vaza-Barris foi palco de desenvolvimento da atividade aqui enfocada, com direcionamentos específicos a execução ordenada do turismo à frente de outras destinações.

Palavras-chave: Planejamento turístico. Governança turística. Tecnologia móvel. Aplicativo Turístico. GTur.

ABSTRACT

Tourism development requires a participatory and integrated management that consider the singular features of its offer in order to provide decision's decentralization, cooperativism and innovation to obtain greater outcomes and so competitive advantages for all the involved ones. In regard to that, arises a search problem: How to provide governance orientations for actual managers of clusters and tourist destinations? This way, the present study aims was to develop a governance application to aid tourism managers. The Vaza-Barris Estuary River placed in the capital of Sergipe named Aracaju is composed by attractives just like Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi Croa do Goré and Ilha dos Namorados. Therefore, It fits as a reference to create, instal, test and assess application. The purpose is helping the choosen area to get more competitive and established in tourism market. The methodology procedures brings together bibliographic, documentary, and field research based on theoretical analyses on planning, clustering, governance, mobile technology, tourism plans and programs, direct observation and semi structured interviews with social agents. The main results from this work are at first, an application called Tourism Governance (GTur) looking foward to providing tourism management assistance relying mainly on participatory, continuous and sustainable governance, contributing this way to the improvement of positive aspects and integration of multiple agents as well, acting directly in the strengthening of the tourism sector. Furthermore, the Vaza-Barris Estuary River area represents an important percentage of this research due to its current tourism practice, hence It turns up showing a better against other destinations.

Keywords: Tourism planning. Tourism governance. Mobile technology. Tourist app. GTur.

LISTA DE FIGURAS

| | |
|--|-----|
| Figura 1 - Fases do Planejamento Turístico. | 31 |
| Figura 2 - Apresentação de um cluster turístico. | 44 |
| Figura 3 - Modelos de governança. | 54 |
| Figura 4 - Tipos de governança. | 56 |
| Figura 5 - Perfil de stakeholders por categoria de setor. | 70 |
| Figura 6 - Etapas do procedimento metodológico da pesquisa. | 73 |
| Figura 7 - Divisão dos polos turísticos de Sergipe. | 76 |
| Figura 8 - Mapa dos polos turísticos de Sergipe após categorização. | 77 |
| Figura 9 - Localização dos municípios do Polo Costa dos Coqueirais, Sergipe. | 78 |
| Figura 10 - Residências na margem do rio Vaza-Barris. | 81 |
| Figura 11 - Mapa da zona estuarina do rio Vaza-Barris, em Sergipe no ano de 2018. | 82 |
| Figura 12 - Vista aérea da Ponte Jornalista Joel Silveira. | 84 |
| Figura 13 - Barcos de pescadores às margens do rio Vaza-Barris na Orla Pôr do Sol. | 85 |
| Figura 14 - Catamarã e lanchas na Orla Pôr do Sol para passeios no rio Vaza-Barris. | 86 |
| Figura 15 - Manguezal no rio Vaza-Barris em destaque ao redor da Crôa do Goré. | 87 |
| Figura 16 - Catamarã e lanchas que realizam passeios e parte interna do catamarã. | 89 |
| Figura 17 - Calçadão e passeio de madeira da Orla Pôr do Sol. | 90 |
| Figura 18 - Almoço em restaurante e sorvete no calçadão da Orla Pôr do Sol. | 90 |
| Figura 19 - Opções de Bares e Restaurantes na Orla Pôr do Sol. | 91 |
| Figura 20 - Equipamentos de lazer da Orla Pôr do Sol. | 91 |
| Figura 21 - Posto Policial e Posto de Informações Turísticas. | 92 |
| Figura 22 - Informativo sobre a reforma da Orla Pôr do Sol. | 93 |
| Figura 23 - Prática de stand up paddle (SUP) nas águas do rio Vaza-Barris. | 93 |
| Figura 24 - Vista aérea da Crôa do Goré e Bar Flutuante. | 94 |
| Figura 25 - Bar Flutuante Croa do Goré. | 96 |
| Figura 26 - Lazer com stand up paddle e Bike Boat na Crôa do Goré. | 97 |
| Figura 27 - Ilha dos Namorados e encontro do rio Vaza-Barris com o mar. | 99 |
| Figura 28 - Estrutura e equipamentos de apoio para atender visitantes/turistas do passeio a Ilha dos Namorados. | 100 |
| Figura 29 - Estrutura na Ilha dos Namorados sob responsabilidade da empresa Solares Catamarã. | 101 |
| Figura 30 - Ilha dos Namorados com vários tipos de embarcações. | 101 |

| | |
|---|-----|
| Figura 31 - Nuvem de palavras para construção do aplicativo..... | 119 |
| Figura 32 - Visualização da loja de aplicativos do Android..... | 122 |
| Figura 33 - Tela inicial do aplicativo..... | 125 |
| Figura 34 - Marca do aplicativo. | 126 |
| Figura 35 - Banner de divulgação do aplicativo..... | 128 |
| Figura 36 - Modelo cascata para elaboração do aplicativo. | 129 |
| Figura 37 - Protótipo do aplicativo..... | 133 |
| Figura 38 - Telas iniciais do GTur..... | 136 |
| Figura 39 - Recurso de Geolocalização..... | 137 |
| Figura 40 - Fluxo do primeiro acesso ao aplicativo GTur..... | 138 |
| Figura 41 - Grupo de atrativos..... | 139 |
| Figura 42 - Funções no cenário do perfil Setor Público. | 141 |
| Figura 43 - Responsabilidades no cenário do perfil Terceiro Setor. | 142 |
| Figura 44 - Menu da aplicação no cenário do perfil do usuário do Setor Privado. | 143 |
| Figura 45 - Menu da aplicação no cenário do perfil do usuário Instituição de Ensino e Sociedade. | 144 |
| Figura 46 - Funcionalidades e Usuários do aplicativo GTur..... | 145 |
| Figura 47 - Tela principal do aplicativo. | 146 |
| Figura 48 - Informações dos stakeholders e formulário de avaliação. | 147 |
| Figura 49 - Modelo de gestão atual do estuário do rio Vaza-Barris..... | 148 |
| Figura 50 - Sugestão de modelo de governança para o estuário do rio Vaza-Barris..... | 149 |
| Figura 51 - Conselho Administrativo do estuário do rio Vaza-Barris..... | 151 |
| Figura 52 - Tela com aba Conselho Administrativo..... | 152 |
| Figura 53 - Tela com aba normas e procedimentos..... | 153 |
| Figura 54 - Aba Fiscalização Pública..... | 154 |
| Figura 55 - Telas da aba atas de reunião. | 156 |
| Figura 56 - Aba Pesquisa de Demanda..... | 158 |
| Figura 57 - Tela com aba de Quiz. | 160 |
| Figura 58 - Aba Divulgação. | 161 |
| Figura 59 - Aba Perfil para envio de contato/sugestões e usuário premium. | 162 |
| Figura 60 - Demonstração do sistema web do aplicativo GTur. | 163 |
| Figura 61 - Desenho lúdico da tábua de maré, dia e noite, maré baixa e alta. | 164 |

LISTA DE QUADROS

| | |
|---|-----|
| Quadro 1 - Sequência da técnica de observação inicial..... | 66 |
| Quadro 2 - Identificação dos profissionais entrevistados..... | 69 |
| Quadro 3 - Quatro variáveis para verificação da economia do turismo no município..... | 77 |
| Quadro 4 - Descrição de agentes sociais (stakeholders)..... | 131 |
| Quadro 5 - Requisitos funcionais do GTur..... | 132 |
| Quadro 6 - Requisitos não-funcionais do GTur..... | 132 |
| Quadro 7 - Divisão das funcionalidades do aplicativo GTur..... | 140 |
| Quadro 8 - Sugestões de objetivos de legislação para direitos e deveres..... | 155 |

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ABNT - Associação Brasileira de Normas Técnicas

ADEMA - Administração Estadual do Meio Ambiente

ANVISA - Agência Nacional de Vigilância Sanitária

APA - Área de Proteção Ambiental

APL - Arranjo produtivo local

ASPETUR - Associação Sergipana dos Proprietários de Embarcações de Transporte de Turismo

BA - Bahia

BID - Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNB - Banco do Nordeste do Brasil

BNDES - Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CAH - Camada de Abstração de Hardware

CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior

CEF - Caixa Econômica Federal

CIT - Centro de Informações Turísticas

CNPJ - Cadastro Nacional da Pessoa Jurídica

COMBAZE - Conselho das Associações de Moradores dos Bairros Aeroporto, Jabetiana e Zona de Expansão de Aracaju

CPF - Cadastro de Pessoa Física

CPSE - Capitania dos Portos de Sergipe

CVB - Convention & Visitors Bureaux

DPC - Diretoria de Portos e Costas

EMURB - Empresa Municipal de Obras e Urbanização

EMSURB - Empresa Municipal de Serviços Urbanos de Aracaju

FIPE - Fundação Instituto de Pesquisas Econômicas

GPS - Global positioning system

GTur - Governança Turística

IBAMA - Instituto Brasileiro do Meio Ambiente e dos Recursos Naturais Renováveis

IBGC - Instituto Brasileiro de Governança Corporativa

IBGE - Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

IFS - Instituto Federal de Sergipe

INPI - Instituto Nacional da Propriedade Industrial

Mb - Megabyte
MEC - Ministério da Educação
MTur - Ministério do Turismo
NE - Nordeste
NIT - Núcleo de Inovação Tecnológica
NORMAM - Normas da Autoridade Marinha
OAR - Organização Administrativa de Rede
ONGs - Organizações não-governamentais
PDITS - Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável
PMA - Prefeitura Municipal de Aracaju
Procon - Programa de Proteção e Defesa do Consumidor
PRODETUR - Programa de Desenvolvimento do Turismo
PRODETUR/NE - Programa de Desenvolvimento do Turismo no Nordeste do Brasil
PRT - Programa de Regionalização do Turismo
RAIS - Relação Anual de Informações Sociais
SE - Sergipe
SEBRAE - Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas
SEMICT - Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo
SENAC - Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial
SUP - Stand up paddle
TCLE - Termo de Consentimento Livre e Esclarecido
TI - Tecnologia da Informação
ZEU - Zona de Expansão Urbana de Aracaju

SUMÁRIO

| | |
|---|------------|
| INTRODUÇÃO | 15 |
| 1 AS VERTENTES TEÓRICAS DA PESQUISA | 20 |
| 1.1 DO PLANEJAMENTO AO PLANEJAMENTO TURÍSTICO..... | 20 |
| 1.2 OS STAKEHOLDERS NA GESTÃO DO TURISMO | 33 |
| 1.3 INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO <i>CLUSTER</i> TURÍSTICO .. | 37 |
| 1.4 ELEMENTOS CONCEITUAIS DA GOVERNANÇA | 48 |
| 1.5 A TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA..... | 57 |
| 2 OS CAMINHOS DA PESQUISA..... | 64 |
| 3 O ESTUÁRIO DO RIO VAZA-BARRIS: UM PRODUTO TURÍSTICO | 74 |
| 3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÁREA DE PESQUISA | 74 |
| 3.2 ORLA PÔR DO SOL: NOVO CARTÃO POSTAL DE ARACAJU | 87 |
| 3.3 A CRÔA DO GORÉ: TURISMO ENTRE O FLUXO E REFLUXO DA MARÉ | 94 |
| 3.4 A ILHA DOS NAMORADOS NO ENCONTRO DO RIO COM O MAR..... | 99 |
| 4 RESULTADOS E DISCUSSÕES DA PESQUISA DE CAMPO | 103 |
| 4.1 A VISÃO DOS STAKEHOLDERS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO | 104 |
| 4.2 LACUNAS E OPORTUNIDADES PARA UMA GESTÃO PARTICIPATIVA | 111 |
| 4.3 PROCESSOS DE IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA | 117 |
| 5 O APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA (GTUR) | 120 |
| 5.1 ASPECTOS RELEVANTES DO GTUR..... | 121 |
| 5.2 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO GTUR | 129 |
| 5.3 COMPOSIÇÃO DAS FUNCIONALIDADES NO EXERCÍCIO DA GOVERNANÇA TURÍSTICA | 136 |
| CONSIDERAÇÕES FINAIS..... | 166 |
| REFERÊNCIAS..... | 169 |
| APÊNDICES | 184 |
| ANEXOS..... | 193 |

INTRODUÇÃO

O turismo é uma atividade socioeconômica constituída de investimentos significativos de órgãos governamentais e privados, que atinge cada vez mais destaque no seu crescimento de forma acelerada na captação de divisas e geração de emprego e renda. No entanto, muitas vezes o seu desenvolvimento ocorre de forma desordenada, fator importante a ser considerado no seu planejamento e gestão (OLIVEIRA, 2000).

Para viabilizar a geração da atividade turística com impactos positivos e proporcionar o seu desenvolvimento e consolidação em todos os âmbitos territoriais (local, estadual, regional, nacional e internacional) é primordial uma composição participativa e integrada da prática contínua de planejamento com ações a serem executadas em curto, médio e longo prazos.

O desenvolvimento do turismo precisa ser complementado por um trabalho detalhado e integrado de planejamento e gestão, com respeito às singularidades e características do produto turístico, com o intuito de obter um resultado bem-sucedido e benéfico para todos os envolvidos na atividade.

As motivações que levaram a estudar o conjunto das temáticas planejamento, *cluster* turístico e governança, surgiram da inquietação em conhecer a área estuarina do rio Vaza-Barris, que contempla os atrativos Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, a Crôa do Goré, a Ilha dos Namorados e demais ilhotas no Povoado Mosqueiro, na zona sul da capital sergipana, Aracaju.

Como justificativa também da escolha do objeto de estudo aqui proposto se dá devido a sua projeção nos planos e programas de turismo, como o Programa de Regionalização do Turismo – PRT (BRASIL, 2004; 2007; 2009; 2019), o Plano Nacional de Turismo (MTUR, 2013; 2018), o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável – PDITS (SERGIPE, 2013), que, de forma teórica, já apresentam mudanças de pensamento, referente a descentralização do poder público no planejamento e gestão de produtos e/ou destinos turísticos, com o termo participação de agentes privados e sociedade civil em seus conteúdos e diretrizes.

Esta localidade apresenta um potencial turístico competitivo, mas com uma fragilizada administração após a sua destinação para o turismo, que apesar de apresentar significativos recursos naturais, infraestrutura, equipamentos de apoio e fluxo de demanda, não se visualiza uma gestão para manter, inovar e desenvolver o setor de forma ordenada nesta área.

Com a construção da Orla Pôr do Sol no ano de 2010, intensificou-se o fluxo de visitantes e um crescimento do turismo local. Porém, de acordo com o olhar do pesquisador ao acompanhar ano após ano as atividades nesta área, foi possível destacar a administração fragilizada do poder em diversos aspectos: deficiência de manutenção corretiva e preventiva na infraestrutura, atrativos e equipamentos turísticos; falta de atenção com a sustentabilidade ambiental; a inexistência de parcerias e envolvimento entre setor público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade local com o andamento da atividade turística nesta região.

A análise em relação à temática planejamento é para mostrar que a partir dele dá-se início ao processo de implementação da atividade turística, que deve caminhar através de uma gestão contínua, como uma ação do seu desenvolvimento. Para este processo de gestão existem agentes sociais, denominados de *stakeholders*, os quais podem possuir influência nas tomadas de decisões, nas estratégias e operacionalização do turismo.

Nas leituras com a temática governança, é possível constatar a escassez de estudos com a aplicação embasada no turismo. O predomínio é de estudos de governança corporativa, pelo viés exclusivo da administração. Uma das contribuições que este trabalho tentou trazer é um discurso de pesquisa aplicada sobre governança, com estudos a partir da contribuição do turismo, a fim de proporcionar mudanças no desenvolvimento de um produto ou localidade, ou ainda dar respostas a fatores conflitantes vivenciados pelo turismo acerca de planejamento e governança.

As pesquisas científicas visam a contribuir com resultados cada vez melhores para a sociedade e se espera que o presente estudo possa servir de orientação ao poder público nas esferas municipal e estadual, comunidade local, terceiro setor e iniciativa privada, a fim de que despertem o desenvolvimento participativo, integrado e ordenado do turismo de uma forma interativa e tecnológica através do GTur.

Os *stakeholders* analisados nesta pesquisa foram os profissionais envolvidos com a gestão da atividade turística na zona estuarina do rio Vaza-Barris. São eles os gestores públicos; os empreendedores, empresários da iniciativa privada que têm sua atividade econômica voltada à prestação de serviços ou produto ofertado na área de estudo; e conselhos, associações, representando a comunidade e o terceiro setor, agentes importantes para tomadas de decisões no turismo.

Estas características trazem à tona a possibilidade da formação de um *cluster* turístico através da governança turística. Esta irá atuar como mecanismo facilitador no desenvolvimento

ordenado da atividade através de regras e padrões a serem desempenhados por todos os *stakeholders*, além de ter como características principais a descentralização, relações de confiança, organização das atividades e parcerias.

A Orla Pôr do Sol, localizada em frente a um abundante e preservado manguezal, anunciada como o mais novo cartão postal de Aracaju (ARACAJU, 2007), ganhou paisagismo, calçamento, rampas de acesso para pessoas com deficiência, ciclovia, píer, ponto de apoio para pescadores, parque infantil e uma rampa que facilita o acesso às embarcações no rio Vaza-Barris.

A área também foi contemplada com serviços de pavimentação para o tráfego de veículos e sua valorização espacial. Teve como diretriz desenvolver a qualidade de vida da população e aumentar o fluxo turístico no local (ARACAJU, 2007).

Porém, com o decorrer dos anos, através da pesquisa de observação direta, não se conseguiu fazer com que o turismo se desenvolvesse de forma profissional e organizada, devido talvez à falta de interesse ou de comunicação, organização entre os agentes envolvidos, ou ainda, em face de processos e políticas produzidas e conduzidas de modo insuficiente.

A partir destas constatações, surge então o seguinte problema de pesquisa, ou a problemática a ser estudada: como orientar gestores que atuam em produtos, *clusters* ou destinos turísticos para uma governança turística profissional e ordenada a partir do produto estuário do rio Vaza-Barris?

Sob essa perspectiva, o objetivo geral desta pesquisa foi desenvolver um aplicativo de governança para os profissionais comprometidos com a gestão do turismo, utilizando como referência para sua criação, implantação, testes e homologação, as atividades dos agentes sociais da zona estuarina do rio Vaza-Barris, com propósito de torná-la mais competitiva e consolidada no desenvolvimento da prática turística.

Dessa forma, em busca de responder o objetivo geral, especificamente objetivou-se: 1 - caracterizar os atrativos que compõem o estuário do rio Vaza-Barris; 2 - descrever as atividades e equipamentos para formação e organização de uma governança turística; 3 - desenvolver requisitos funcionais para operacionalização tecnológica da governança turística; 4 - identificar os treinamentos e capacitações necessárias para qualificação dos agentes sociais envolvidos com a atividade turística; 5 - propor organização da atividade turística a partir da criação de um Conselho Administrativo.

A relação de governança deve ser praticada, transformar-se em realidade, devendo possibilitar uma gestão mais eficiente, eficaz, cooperada e competitiva mediante valorização e participação ativa de todos os *stakeholders* envolvidos com o desenvolvimento da atividade turística local.

Ademais, a importância do tema está associada com a possibilidade de contribuir para estruturação da área estudada em função dos interesses do turismo de forma planejada, ordenada e inovadora, visto que esta atividade é uma forma de alavancar o desenvolvimento econômico de todos os envolvidos, além de ser uma oportunidade eficiente de impulsionar a divulgação da localidade em virtude da repercussão positiva de sua gestão.

A justificativa da temática também se dá com a realização de uma pesquisa que possa contribuir na aplicação prática de uma estratégia tecnológica que insira a comunidade nos processos de tomadas de decisões, com voz ativa como membro importante da oferta turística, e com espaço a todas as informações da atividade, não sendo desenvolvida de forma excludente e sim participativa.

Este aspecto já mostra a relevância social do problema a ser pesquisado, tendo a preocupação com a inclusão de todos os envolvidos, em busca do bem-estar individual e coletivo de acordo com a realidade socioeconômica e política da área transformada com uma governança turística.

A zona estuarina do rio Vaza-Barris foi escolhida para estudo, por tratar-se de área que se destaca nas divulgações promocionais do turismo em Sergipe e por contemplar um conjunto de atrativos naturais de beleza cênica formada pelas margens do rio, pela vegetação nativa de manguezal e a rica fauna, unindo espaços fluviomarinhos e um ambiente tranquilo capazes de atrair em muitos visitantes e turistas.

A partir destas premissas e dos objetivos traçados, esta pesquisa de mestrado profissional originou o aplicativo Governança Turística - GTur, uma aplicação tecnológica móvel direcionada para organização e ordenamento da gestão do turismo pelos *stakeholders* de produtos ou *clusters* turísticos, inserindo a atividade turística do estuário do rio Vaza-Barris como referência de uso e funcionalidade para os demais, com o fim de orientá-los em como desenvolver o turismo de forma participativa, ordenada, cooperada, inovadora e competitiva.

O trabalho está estruturado em cinco capítulos. No primeiro apresenta-se o referencial teórico sobre planejamento e gestão do turismo, *cluster* turístico, competitividade, governança

e tecnologia. Busca-se elucidar a possibilidade do desenvolvimento do turismo através das temáticas que corroboram para o ordenamento e integração dos agentes sociais, com papel fundamental na promoção do produto ou destinação. E com estas confirmações, é possível estudar a inovação através do uso da tecnologia para favorecer esta organização e participação conjunta no turismo.

O segundo capítulo trata-se da metodologia da pesquisa, com apresentação de todos os procedimentos de coleta de dados para a geração do GTur. A apresentação dos atrativos que compõem o estuário do rio Vaza-Barris caracteriza o terceiro capítulo, quando se propõe a contextualização da área de estudo.

O quarto capítulo relata os resultados da pesquisa de campo, através da análise das transcrições das entrevistas realizadas com os profissionais atuantes no produto estuário do rio Vaza-Barris, divididos nos setores público, privado, terceiro setor e comunidade local, com a finalidade de contribuir para a construção do aplicativo GTur.

E, por fim, o quinto capítulo discorre sobre o processo de planejamento, elaboração e implantação do aplicativo GTur, utilizando a multidisciplinaridade com as áreas de Engenharia de *Software* e Tecnologia da Informação para apresentar uma ferramenta de funcionalidade para governança turística.

1 AS VERTENTES TEÓRICAS DA PESQUISA

As temáticas apresentadas neste capítulo dissertam sobre a fundamentação teórica da pesquisa. Nessa discussão, vários autores dialogam acerca dos conceitos e características do planejamento pelo segmento da administração e do turismo, além dos termos *stakeholder*, governança e *cluster*, na perspectiva de apontar sua importância e ligação direta com a elaboração do produto deste estudo, sem esquecer das temáticas de inovação, cooperação e competitividade turística.

Assim, de forma detalhada, a temática tecnologia no turismo é exposta, em sua maioria por estudos de autores internacionais, os quais contribuem no respaldo teórico para justificar o resultado desta pesquisa, especificamente ao tratar sobre tecnologia móvel.

1.1 DO PLANEJAMENTO AO PLANEJAMENTO TURÍSTICO

O planejamento está presente na vida do homem desde os tempos antigos, sendo utilizado como ferramenta para encarar situações e dificuldades de sobrevivência, em busca de pensar antes de agir. Faria (1997, p. 71) entende que:

O planejamento é tão antigo quanto a história. A construção das pirâmides egípcias não se concretizou sem que tivessem sido elaborados complicados planos e projetos, e sem que os administradores tivessem se preocupado com a alimentação de milhares de trabalhadores, escravos e soldados. Planos e projetos também disciplinaram outras construções importantes, a exemplo dos aquedutos construídos pelos romanos, os canais de irrigação da Mesopotâmia, os templos e fortificações das cidades antigas, templos astecas, pirâmides maias, palácios indianos, muralhas chinesas, etc. Não obstante, e com raríssima exceção, o planejamento, tal qual hoje o conhecemos, era quase que exclusivamente usado como arma de guerra, e ao qual se denominava “estratégia” ou “arte dos generais”.

Vale inicialmente ressaltar que desde os tempos mais remotos as pessoas já utilizavam o planejamento como estratégia de pensar na atividade que seria realizada e no que seria necessário para conquistá-la com êxito.

Hoje, no mundo empresarial, há a necessidade de estabelecer objetivos e metas para as empresas evoluírem, e no mercado competitivo é uma tarefa constante, ou seja, o planejamento é essencial para conquistar resultados diante dos concorrentes (KWASNICKA, 2004). O planejamento passa a ser atividade primordial na administração de uma organização, quer pública quer privada, para que se escolha possibilidades de alcançar um objetivo de modo

eficiente e eficaz, baseado no cenário presente da organização, e que as operações tenham um resultado positivo, com reflexo no seu desenvolvimento e crescimento.

O planejamento é uma responsabilidade indispensável para qualquer perfil de organização, independentemente da sua atividade (GETZ, 1993; DIAS, 2003). É uma ação contínua que abrange fundamentos de análise, comunicação, antecipação, direção e controle de mudanças. As organizações precisam de planejamento para sua operacionalidade, principalmente na atual conjuntura de mudanças aceleradas na economia, com ambientes incertos, complexos e competitivos (ASHTON; GARCIA, 2008; FOGAÇA, 2008).

O planejamento é a primeira tarefa de quem quer fazer algo com bom desempenho e eficácia. Durante décadas, o planejamento indicou uma maneira de engajar atividades através de uma estratégia cuidadosamente projetada para resultados bem escolhidos e para melhorar a efetividade e a eficiência (VAN WOERKUM; AARTS; VAN HERZELE, 2011).

Na área da administração, é a função inicial que fundamenta as demais: organização, direção e controle, tornando-se a principal para qualquer processo, cujo significado é prever o futuro e projetar os planos para execução (SOBRAL; PECI, 2012).

É executado no presente com resultado focado no futuro. No planejamento “não se trata simplesmente da previsão das decisões que deverão ser tomadas no futuro, mas da tomada de decisões que produzirão efeitos e consequências futuras” (CHIAVENATO, 2014, p. 190), em que caminhos serão traçados para construção de atividades que serão desenvolvidas a curto, médio e longo prazo, sempre tendo em vista aprimorá-las.

Planejar é resolver com antecedência o quê, de que modo, em que momento, e definir quem deve fazer as atividades traçadas para conquista no futuro (LACOMBE; HEILBORN, 2015). Kwasnicka (2004) define planejamento com o foco voltado para os ambientes internos e externos de uma empresa:

Análise de informações relevantes do presente e do passado e a avaliação dos prováveis desdobramentos futuros, permitindo que seja traçado um curso de ação [...] Quer envolvendo forças internas ou externas, o planejamento auxilia a evitar que a organização fique em situação crítica quando surge uma mudança em um desses dois ambientes (KWASNICKA, 2004, p. 205).

Segundo Sobral e Peci (2012), o planejamento é composto de três atividades: identificação dos objetivos, detalhamento das ações e elaboração de planos que estruturam as atividades da organização, ou seja, os caminhos para atingir os objetivos. Além disso, deve dispor de benefícios que auxiliem a atingir os objetivos propostos, como otimizar e focar nos

esforços, ou seja, promover integração e participação dos membros envolvidos nas atividades, identificando a função que cada um desempenha e o seu comprometimento para atingir o resultado. É, portanto, um processo que deve ser contínuo e participativo, envolvendo muitas pessoas na sua produção e execução, mantendo a característica da descentralização em busca de envolver as pessoas em todas as etapas do seu processo (CHIAVENATO, 2014).

A participação é uma palavra-chave de toda a sequência de etapas de um planejamento, auxiliando e beneficiando o processo com inovação, criatividade, motivação e colaboração, visto que “o planejamento participativo inclui, em todas as etapas do planejamento, as pessoas que serão afetadas pelos planos e/ou serão solicitadas a ajudar a implementá-los” (SCHERMERHORN Jr., 2007, p. 177).

Outras vantagens que o planejamento proporciona são a melhor administração do tempo - trabalhando as prioridades – e o aumento na coordenação de controle e da flexibilidade (SCHERMERHORN Jr., 2007; CHIAVENATO, 2014). Assim, o planejamento com flexibilidade proporciona a viabilidade de mudanças, já que “a organização com flexibilidade opera dinamicamente e com senso de futuro. Ela é rápida e ágil, podendo mudar em resposta a, ou antecipar-se em relação a problemas emergentes ou oportunidades” (CHIAVENATO, 2014, p. 196). Ao tratar da vantagem do aumento de controle, Schermerhorn Jr. (2007) diz que o planejamento se desenvolve junto com o controle:

Sem planejamento, falta ao controle uma estrutura para avaliar como as coisas estão caminhando e o que poderia ser feito para torná-las ainda melhores. Sem controle, falta ao planejamento o acompanhamento necessário para assegurar que as coisas estão saindo conforme planejado (SCHERMERHORN Jr., 2007, p. 172).

Kwasnicka (2004) apresenta mais algumas vantagens que auxiliam o planejamento a tornar-se produtivo e efetivo, tais como: não executa atividades aleatórias, diminui as indecisões, as dúvidas referentes aos ambientes interno e externo para tomadas de decisão e evita conflitos de hierarquia, para que cada pessoa tenha responsabilidade e um papel a desempenhar no processo de planejamento.

A informação é um componente importante para qualquer processo de planejamento. Nas organizações as pessoas precisam de grande quantidade de informação para tomar decisões (SCHERMERHORN Jr., 2007). Recolher e verificar dados internos (estatísticos, documentos, relatórios) e externos (política, concorrência, sociedade, economia, legislação) faz-se necessário para tomadas de decisões.

Neste contexto, o “Planejamento eficaz depende da qualidade e quantidade dos dados disponíveis ao planejador. Planejadores necessitam estabelecer fontes confiáveis e obter a informação em tempo desejável” (KWASNICKA, 2004, p. 208). É através da informação correta, relevante e completa que é possível ter uma boa comunicação na organização, além de auxiliar no sucesso do planejamento.

Através da importância que o planejamento tem na área da administração, com diretrizes e fundamentos para o desenvolvimento e crescimento de organizações, é também relevante em outras áreas de estudo, a exemplo do turismo, que necessita do planejamento ao estruturar uma destinação e oferecer produtos e serviços para atender a demanda.

O planejamento turístico, quando bem elaborado e implementado, proporciona à destinação maior fluxo de turistas e condição de vida adequada para a comunidade local, devido as benfeitorias realizadas em infraestrutura básica e turística através de parcerias e agentes fundamentais para sua continuação. Conforme afirmam Santos, Santos e Campos (2012):

Para gerar o desenvolvimento estruturado e organizado da localidade se faz imprescindível uma parceria entre os gestores públicos e privados, conselhos institucionais de classe e população, de forma a possibilitar a construção de um produto turístico consolidado. Este desenvolvimento é alcançado através do processo de planejamento, em que cada agente/ator social apresenta um papel de importante representatividade (SANTOS; SANTOS; CAMPOS, 2012, p. 3).

O planejamento turístico deve ter início a partir de decisões públicas tomadas juntamente com os demais agentes sociais comprometidos no desenvolvimento da atividade turística, diante da finalidade de determinar:

Ações para a resolução de problemas de um espaço turístico que se encontre em estágio de saturação. Ações para o desenvolvimento de um espaço turístico que se encontre em estágio de exploração. Num contexto global, orientação para a realização de objetivos regionais locais (MARQUES; BISSOLI, 1999, p. 35).

Muitas destinações coordenadas pela gestão pública trabalham arduamente em planejamento turístico para corrigir erros, melhorar serviços e equipamentos, incluir os gestores de iniciativa privada e a comunidade local nas tomadas de decisões, para prevalecer os interesses coletivos, ter vantagem competitiva para atrair cada vez mais turistas/visitantes, investimentos com retornos positivos e redução de possíveis conflitos nas esferas ambientais, sociais, econômicas e políticas (COOPER; HALL; TRIGO, 2011).

Vale ressaltar que o setor de serviços possui grande presença na economia, principalmente quando relacionado à geração de empregos diretos e indiretos. A atividade

turística está inserida neste setor colaborando positivamente para o desenvolvimento econômico de uma destinação. Seus efeitos econômicos mais significativos são: maior circulação de moeda estrangeira, de renda, de emprego e de equalização regional (KRIPPENDORF, 1982).

O turismo visa ao desenvolvimento e crescimento, principalmente econômico, visto que proporciona um fluxo de turistas para uso e consumo de equipamentos e serviços da destinação. “O turismo é formado por um complexo conjunto de infraestrutura e de recursos físicos que tem um impacto significante sobre os lugares onde estão situados” (COOPER; HALL; TRIGO, 2011, p. 4). Desse modo, o turismo é uma atividade constituída por deslocamento de pessoas em busca de novas experiências, e por apropriação e transformação de espaços. Para que tenha o seu desenvolvimento e crescimento de forma organizada, é importante a elaboração e implementação do planejamento desta atividade. Como diz Rose (2002):

Há uma grande carência de planejamento no turismo. Na maioria das destinações turísticas, principalmente no Brasil, a atividade turística se desenvolveu de forma espontânea, sem uma opção, ou seja, não decidiram pelo turismo como alternativa de desenvolvimento econômico, atividade propulsora da economia e geradora de recursos. Através da realização de um planejamento para o setor, as localidades poderão buscar um redirecionamento para a atividade em seus domínios (ROSE, 2002, p. 55).

Dar a devida atenção a atividade turística em uma localidade é importante para perceber os seus reflexos negativos e positivos nas esferas social, econômica e ambiental, sendo fundamental maximizar os impactos positivos e mitigar os negativos, através de um planejamento que oriente a destinação do cenário atual para o futuro desejado, haja vista que

os constantes deslocamentos de pessoas criam a necessidade da organização do núcleo receptor, o que gera a demanda do planejamento turístico [...] não só no que diz respeito à acomodação dessas pessoas, mas como forma de maximizar os recursos e minimizar os impactos negativos na busca do desenvolvimento harmônico da atividade (ASHTON; GARCIA, 2008, p. 187).

Faz-se necessário ter a preocupação com os impactos ambientais gerados pelo turismo, reduzindo ao máximo seus efeitos negativos e aumentando os positivos através da elaboração, implementação e controle de um planejamento organizado, participativo e sustentável, conduzindo o turismo para futuras gerações. Santos, Santos e Campos (2012) relatam esta perspectiva no seu estudo, em que:

de fato, para se realizar um eficiente planejamento do turismo em escala local deve-se ter conhecimento das leis, dos incentivos e dos planos de desenvolvimento turístico. Com isso, deve-se planejar visando mostrar os objetivos econômicos, os espaços a serem protegidos e a identidade que será

adquirida, para poder ter uma perspectiva de um modelo de desenvolvimento sustentável (SANTOS; SANTOS; CAMPOS, 2012, p. 3).

Lugares com desenvolvimento cuidadosamente planejado são suscetíveis de experimentar o sucesso em termos de alto nível de satisfação do turista, benefícios econômicos e impactos negativos mínimos nos ambientes sociais, econômicos e físicos locais (TIMOTHY, 1999).

A elaboração de um planejamento turístico serve para orientar como o turismo pode utilizar os espaços naturais, rurais e urbanos, sempre com objetivo de manter a identidade do local e a sustentabilidade ambiental. Por isso se “deve converter recursos naturais em recursos turísticos, ordenando o território e melhorando as infraestruturas, equipamentos, serviços, promoções e preservação do ambiente físico, natural e urbano” (PETROCCHI, 1998, p. 72).

No momento em que se planeja, é indispensável conhecer a realidade e aonde se quer chegar a fim de propiciar o desenvolvimento turístico de uma localidade. Burns (1999) observa que há muitas razões pelas quais o planejamento do turismo, mesmo aquele bem estruturado, possa deixar de maximizar os benefícios e diminuir os impactos negativos. Dessa maneira são minimizados os erros nas fases do planejamento, com emprego de forma eficiente dos recursos disponíveis para este fim, realizando previsões e controle dos impactos positivos e negativos.

No que diz respeito aos planos turísticos, podem ser modificados com o passar do tempo, que para sua elaboração é necessária uma equipe de profissionais de campos diferentes, que, em conjunto, tomem decisões que não impactem negativamente as ações realizadas para o futuro. “A organização deve levar em consideração todos os recursos necessários, como a participação de técnicos de diversas áreas, face à multidisciplinaridade que caracteriza o turismo” (PETROCCHI, 2002, p. 191). Do ponto de vista de Hall (2001), ao realizar o planejamento do turismo é importante levar em conta três princípios: a informação, a decisão e a ação.

Esse processo é uma maneira de executar o planejamento de forma correta, sendo que, para cada nova informação é necessário tomar novas decisões e implementar ações, a fim de que o desenvolvimento do turismo se processe de forma consistente, relacionado com as atividades propostas pelo planejamento, para assim favorecer o crescimento da atividade (PETROCCHI, 1998). Por isso, é importante saber que o planejamento turístico deve definir os objetivos a serem atingidos, determinar como conseguir realizá-los e cumprir a avaliação frequente no desenvolvimento de produtos e destinos (ALVARES; LOURENÇO, 2011). Visto

que é através das suas diretrizes e estratégias que é possível visualizar o crescimento, as mudanças para atingir o propósito traçado.

O planejamento deve ser visto como um processo dinâmico, o qual se deve revisar constantemente, de modo a corrigir possíveis falhas; portanto, não é um instrumento estático. Uma das maiores dificuldades do planejamento turístico é a sua execução, uma vez que é neste momento que ocorre a administração dos recursos humanos e financeiros, e nem sempre a prática acontece como a teoria prevê; daí a necessidade de uma constante avaliação do processo (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012, p. 138).

O objetivo do planejamento turístico é estabelecer as estratégias que conduzirão as tomadas de decisões para o seu desenvolvimento, a definição do perfil e segmento que se quer atingir, aonde se quer chegar em um mercado competitivo, e as metas a obter com a execução dos programas de ações com controle e avaliação contínuos (PETROCCHI, 1998).

De acordo com Getz (1993), o planejamento turístico apresenta mais alguns objetivos: desenvolver o turismo para criar atrações, infraestrutura e serviços; desenvolver uma imagem atrativa do espaço; possibilitar uso consciente do solo com desenvolvimento de incentivos e controles ambientais; e minimizar os seus efeitos negativos, por exemplo, a redução de aluguéis e venda de habitações, a prostituição, a criminalidade e a perda de oportunidades de lazer para os residentes.

Para que o planejamento turístico seja desenvolvido de forma integrada e ordenada, é fundamental que a participação da comunidade local seja inserida nas decisões de forma igualitária, beneficiando todos os envolvidos (SIMMONS, 1994; RYAN, 2002; MARTINS, 2017).

Timothy (1999) sugere que a participação da comunidade receptora deve ser vista a partir de duas concepções: participação na tomada de decisões e participação nos benefícios do turismo. Mas para que estas atitudes aconteçam com sucesso é necessário realizar um programa de sensibilização na comunidade local acerca dos propósitos da elaboração e implementação do planejamento turístico:

assim, a comunidade, como um todo, estará instrumentalizada para atuar como planejador. Além disso, é preciso que os gestores entendam os meandros de planejar para que possam avaliar a relevância de sua contribuição e tenham subsídios para cobrar o desempenho do coordenador e da equipe de planejamento (BRAGA, 2007, p. 21).

Deve-se envolver a iniciativa privada, sindicatos, associações e demais entidades fazendo com que opinem e colaborem também no caminhar das etapas do planejamento e na

resolução de diversas problemáticas. Sem a participação e o engajamento da comunidade receptora, possivelmente o desenvolvimento e crescimento da atividade turística irá declinar em curto prazo, porque, de acordo com Vignati (2012), é a partir do modelo participativo de planejamento que se consegue êxito no seu desenvolvimento:

A solução encontrada para que o planejamento continue sendo um instrumento útil para a gestão de destinos turísticos pois a democratização de seu processo de formulação, isto é, foi torná-lo participativo. A metodologia participativa foi ganhando espaço e está totalmente arraigada no planejamento de destinos turísticos. Sem o envolvimento e o comprometimento real de todos os atores locais, é difícil levar adiante iniciativas de desenvolvimento turístico (VIGNATI, 2012, p. 97-98).

A participação da comunidade no planejamento turístico é uma forma de envolvimento de todas as partes interessadas (governo local, comunidade autóctone, empresários e planejadores) de tal forma que a tomada de decisões seja compartilhada (MURPHY, 1983; HAYWOOD, 1988).

Cada vez mais, pesquisadores e planejadores estão se referindo à necessidade de equilibrar as demandas do turismo com outras da comunidade, apesar de que desde o início da década de 1980, os planejamentos já citavam a relevância da comunidade para o desenvolvimento do turismo (MURPHY, 1983) através da implementação, controle e avaliações contínuas do planejamento participativo, onde o poder público - detentor de maiores investimentos no turismo - torna-se descentralizador inserindo a iniciativa privada e a comunidade receptora nas decisões para o futuro do turismo na localidade, até porque se não houver preocupação com a inserção, ocorrerá a redução da demanda e, conseqüentemente, a oferta turística será afetada.

Diversos autores têm apresentado em suas pesquisas a importância do planejamento para o desenvolvimento da atividade turística como componente decisivo que determina o sucesso de um destino, entre os quais, Molina (2005) ressalta que o planejamento do turismo

é um processo racional cujo objetivo maior consiste em assegurar o crescimento e o desenvolvimento turístico. Este processo implica vincular os aspectos relacionados com a oferta, a demanda e, em suma, todos os subsistemas turísticos, em concordância com as orientações dos demais setores de um país (MOLINA, 2005, p. 46).

Lohmann e Panosso Neto (2012, p. 135) afirmam que o planejamento é um processo que visa “orientar o desenvolvimento turístico de um empreendimento, local, região, município, estado ou país, tendo como meta alcançar objetivos propostos anteriormente ou durante a

própria elaboração do planejamento”. Rose (2002) complementa esse raciocínio ao defender que o planejamento turístico pretende alterar um quadro atual, que precisa ser identificado e detalhado com exatidão para que o implemento da mudança seja positivo.

Estes autores destacam a ferramenta planejamento com o objetivo de conduzir a uma gestão racional, coerente e objetiva da destinação, por meio da análise das situações do passado e da realidade na definição de planos, metas, estratégias, objetivos e regulamentos que possibilitem uma implementação e uma avaliação para estruturar de maneira organizada e responsável os espaços e produtos turísticos:

a proposta do planejamento é de tornar os núcleos turísticos mais bonitos, com espaços urbanos bem-cuidados, com pessoas hospitaleiras e capacitadas a prestar bons serviços e com o meio ambiente protegido, e de que tais núcleos sejam dotados de uma eficiente estrutura de comercialização de seus produtos turísticos (PETROCCHI, 1998, p. 67).

O planejamento turístico tem seu lado racional e burocrático, mas deve também ser criativo, dinâmico e envolvente. É político, mas, ao mesmo tempo, deve preocupar-se com escolhas importantes para os valores humanos (HAYWOOD, 1988) em busca da integração de todos os agentes sociais envolvidos e o monitoramento dos campos social, cultural, econômico e ambiental relacionados com o desenvolvimento sustentável. Na proposta de um modelo integrado de planejamento turístico é necessário combinar elementos de teoria e prática, métodos de execução e gestão participativa (GETZ, 1986).

Há outros autores que estudam o planejamento turístico preocupados com o desenvolvimento sustentável, proteção ao meio ambiente e respeito à comunidade autóctone (KRIPPENDORF, 1982; GETZ, 1986; BURNS, 1999; HALL, 2001; BRAGA, 2007). De acordo com Hall (2001, p. 29), “o planejamento deve ser considerado um elemento crítico para se garantir o desenvolvimento sustentável de longo prazo dos destinos turísticos”. Com tais características, define-se planejamento turístico como:

o processo de avaliação do núcleo receptor (comunidade, oferta turística e demanda real) da demanda potencial e de destinos turísticos concorrentes, com o intuito de ordenar ações de gestão pública direcionadas ao desenvolvimento sustentável [...] (BRAGA, 2007, p. 8).

A concorrência no mercado do turismo é contínua para todos os destinos, pois poucos possuem atrações verdadeiramente únicas e, portanto, os turistas têm uma infinidade de opções. O turismo em um destino deve ter constante mudança para acompanhar o perfil do visitante, ou seja, deve buscar se reinventar na sua oferta para que haja sempre demanda.

Quando um destino evolui e se torna bem conhecido, o tipo de visitante e a imagem turística são modificadas, assim como os fluxos de visitantes (MURPHY, 1983). Esse fato torna indispensável ter um planejamento com flexibilidade para as fases de controle e avaliação, melhorando cada vez mais equipamentos e serviços para aumentar a vantagem competitiva e a busca contínua pelo melhor desempenho da destinação.

De acordo com Vignati (2012), o turismo deve direcionar a sua atenção para um conjunto de fatores e não apenas oferecer belas imagens de atrativos turísticos naturais e culturais. Esta gestão sendo realizada a partir de um planejamento eficiente e eficaz, elevará cada vez mais a competitividade da destinação turística. Por isso, o turismo é considerado uma atividade altamente competitiva (BENI, 2003; MOTA, VIANNA, ANJOS, 2013; MARTINS, 2017).

Mas quem é o responsável pelo planejamento turístico organizado? O poder público (federal, estadual, municipal)? A iniciativa privada? As universidades? A comunidade local? De acordo com Martins (2017), na tentativa de responder estas questões, pode-se dizer que para que haja o desenvolvimento do turismo organizado da localidade é necessário que seja realizada uma parceria entre os gestores públicos e privados e a comunidade local, com o princípio único de todos serem responsáveis por uma forma descentralizada de possibilitar a consolidação de um destino, região, localidade e seus atrativos turísticos.

Além disso, o setor privado está cada vez mais propenso a atuar de maneira mais efetiva na relação entre os impostos que paga - e sua contribuição ao desenvolvimento turístico - e o benefício que obtém da exploração de suas empresas, longe das formas paternalistas de antigamente, quando os agentes privados exigiam que o setor público fosse o investidor principal em todos os aspectos do setor, e eles, os exploradores dos negócios (VALLS, 2006, p. 159).

Por sua vez, o Estado define as diretrizes da organização do espaço, o setor privado investe em empreendimentos e serviços e a comunidade se compromete e participa das tomadas de decisões para o desenvolvimento do turismo, gerando renda e beneficiando a todos (VIGNATI, 2012). Estes agentes sociais podem ser denominados de *stakeholders*.

Na atividade turística cabe ao Estado ter um papel de destaque, de facilitador, mas não de centralizador. Compete-lhe a responsabilidade de regulamentá-la e supervisioná-la, incentivar a capacitação profissional, ação vital para a qualidade do turismo, promover a infraestrutura básica e os serviços de segurança pública (FERNANDES, 2011) que devem

propiciar satisfação à população residente e aos turistas e oferecer suporte substancial para os investimentos do setor privado:

Ao governo competiria a execução de projetos que ofereceriam o suporte indispensável aos investimentos da iniciativa privada. [...] Uma vez realizados tais tipos de investimentos, caberia à classe empresarial, com capital de risco, desenvolver projetos referentes a meios de hospedagem, agências de viagens, parques temáticos, marinas, empresas organizadoras de eventos, restaurantes e outros serviços de entretenimento, como cinemas, boates, danceterias, teatros (FERNANDES, 2011, p. 60-61).

Outras funções estão associadas ao Estado com vista à parceria com o poder privado, quais sejam: oferecer condições especiais para captar recursos; facilitar a obtenção de créditos; e financiamentos para incentivar o desenvolvimento do turismo a cargo do setor privado. Mas este discurso, na prática da atividade turística de muitos destinos não funciona. Fato este que impede o desenvolvimento ordenado e participativo do turismo e de todos os agentes envolvidos, visto que, o que é possível visualizar são implantações de equipamentos turísticos em atrativos pela gestão pública, sem nenhuma consulta e abordagem avaliativa prévia da comunidade local, setor privado, terceiro setor e demais afetados para sondar aspectos positivos e negativos que podem ser gerados com esta ação. Isso, sem enumerar as demais atitudes que não condizem com a formatação de uma preocupação e planejamento sustentável do turismo.

A comunidade local, tal qual o Estado, deve ser um dos principais agentes de participação na elaboração e implementação do planejamento do turismo de cada localidade. Na visão de Hall (2001, p. 55), “o ponto central do exercício do planejamento turístico são os residentes - e não os turistas - e a comunidade, que muitas vezes é igualada a uma região com seu próprio governo, é considerada a unidade básica de planejamento”.

O turismo deve ser desenvolvido de forma eficaz e aplicada com propósito de atender às instâncias econômicas, sociais, com respeito às tradições e valores da comunidade local, uma vez que “o planejamento, enquanto instrumento de desenvolvimento, interfere na vida das pessoas, à medida que orienta para um futuro determinado, previamente escolhido. Essa escolha, ou decisão, para ser democrática, deve ser compartilhada pelos cidadãos” (DIAS, 2003, p. 113).

O valor e a qualidade da experiência do turista dependerão de muitos fatores determinantes na escolha do destino, pois para o turista não basta uma boa estrutura hoteleira e atrativos, e sim a hospitalidade da comunidade receptora, a qualidade dos serviços públicos em infraestrutura básica e turística, além da conservação dos recursos naturais e culturais

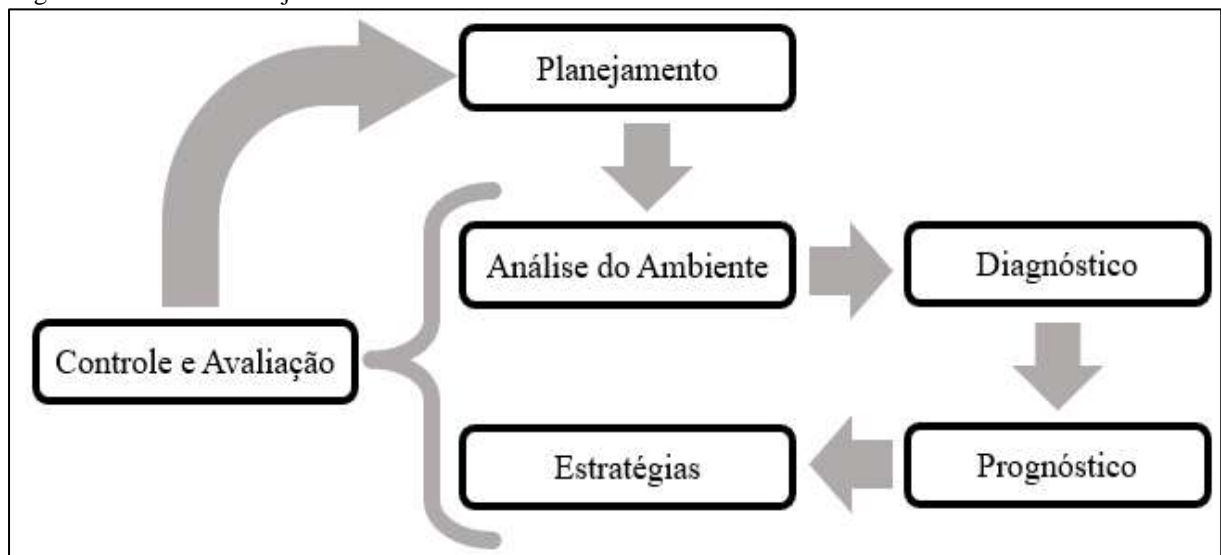
(VIGNATI, 2012), ou seja, é necessário planejamento, gestão e a participação da comunidade local para compor a experiência da demanda.

Para que o planejamento turístico seja participativo, a comunidade necessita sentir-se parte deste processo, tomando decisões, sendo protagonista junto com o poder público e o privado, como afirma Dias (2003):

a participação, para ser efetiva, deve estar acompanhada de boa administração pública, preocupada com o bem-estar da comunidade, e envolvida em projetos e programas voltados para a melhoria da qualidade de vida dos moradores da localidade (DIAS, 2003, p. 115).

Tão importante quanto conhecer a interligação existente entre esses *stakeholders*, é entender as fases da elaboração de um planejamento turístico, as quais podem variar para cada tipo de processo (Figura 1).

Figura 1 - Fases do Planejamento Turístico.



Fonte: Elaboração própria a partir de Rose (2002), Molina (2005) e Braga (2007).

A dinâmica exposta na figura 1 sistematiza o processo de planejamento a partir da análise de alguns autores, como Rose (2002), Molina (2005) e Braga (2007), que apresentam essas fases de forma semelhante em suas pesquisas, com a possibilidade e facilidade de entender o processo de cada etapa, descritas da seguinte forma:

1-Análise do ambiente ou inventário da situação atual;

2-Diagnóstico ou detalhamento da situação atual através da verificação do ambiente e das principais características abordadas no inventário turístico (ROSE, 2002; BENI, 2006). O diagnóstico descreve como está o mercado, apresentando suas oportunidades e ameaças, forças e fraquezas. Como acentua Molina (2005):

A fim de detalhar esta fase do processo, pode-se afirmar que o diagnóstico é a descrição, análise e avaliação quantitativa e qualitativa de uma série de variáveis relacionadas com o funcionamento histórico e atual do sistema turístico, de tal maneira que cheguem a ser conhecidos os aspectos estruturais e conjunturais que se opõem e os que facilitam o desenvolvimento turístico (MOLINA, 2005, p. 58).

3-Prognóstico ou prognose turística (MOLINA, 2005) corresponde a elaboração dos cenários futuros a partir do diagnóstico. É aonde se quer chegar com a elaboração das diretrizes do planejamento em curto, médio e longo prazo:

Com base no diagnóstico, estabelece-se o prognóstico, fase em que são feitas projeções e são determinadas as tendências que delinearão as perspectivas da atividade turística na área de estudo. A partir do prognóstico, são elaboradas diretrizes da ação, que consistem em propostas para evitar os impactos negativos, otimizar os benefícios do turismo e propiciar o desenvolvimento sustentável da atividade turística (BRAGA, 2007, p. 14).

4-Estratégias definidas para implantar e alcançar os objetivos, conforme orienta Molina (2005):

Desta maneira, a determinação da estratégia surge a partir de um processo contínuo de tomada de decisões, o qual identifica opções e avalia as diferentes possibilidades de êxito para, finalmente, selecionar a estratégia considerada mais adequada para a consecução dos objetivos e metas (MOLINA, 2005, p. 70).

5-Avaliação se manifesta em todas as fases para analisar os resultados e dar sugestões e adequações nos processos de cada fase até durante a implementação. Esta etapa ficará continuamente agindo nas correções, nas modificações de estratégias, a averiguar os resultados.

Esta fase do processo está presente em todos os momentos de cada uma das fases do método de planejamento. A avaliação é uma atividade que consiste na comparação do desejado, do preestabelecido, com o obtido, o realizado. Além disso, quando se avalia mede-se a diferença existente entre a situação desejada e os resultados realmente obtidos, identificando as variáveis que tenham incidido nessa diferença (MOLINA, 2005, p. 79).

Essas etapas do planejamento devem ser cuidadosamente desenvolvidas nas execuções para que a participação e a integração dos *stakeholders* tornem-se uma realidade no desenvolvimento dos planos, programas e ações para que as comunidades receptoras não vivenciem as consequências de impactos negativos gerados por um turismo desenvolvido através de processos de planejamentos ineficazes (BURNS, 1999).

Como se vê, o planejamento é de extrema relevância para administrar o desenvolvimento turístico de uma dada localidade. Trata-se de uma ferramenta que gera ações e aponta os objetivos e diretrizes a serem alcançadas. Sem o planejamento, a prática ordenada e sustentável do turismo pode se tornar inexecutável.

Em síntese, o planejamento turístico é um procedimento que examina o turismo com objetivo de identificar seu desenvolvimento e alicerçar um modelo de atuação contínua através da implantação de estratégias, diretrizes, controle e avaliações por meio da interação dos *stakeholders* que devem trabalhar de forma interligada e interdependente para o desenvolvimento ordenado da referida atividade em uma localidade concreta.

1.2 OS STAKEHOLDERS NA GESTÃO DO TURISMO

Para toda e qualquer atividade é necessário ter pessoas envolvidas em sua formulação e execução. Assim, para implementar um planejamento bem-sucedido é preciso ter a participação e integração através de parcerias com *stakeholders*. Na perspectiva da administração, Schiavoni et al. (2013) descrevem a origem do vocábulo *stakeholder*:

A disseminação do termo *stakeholder* teve seu início no final dos anos de 1980 e como marco, destaca-se o trabalho de R. Edward Freeman, *Strategic Management: a Stakeholder Approach*, publicado em 1984. A teoria objetivava oferecer aos empresários e aos executivos uma ferramenta para compreensão dos interesses e dos desejos do “outro” – *stakeholders*; que eram definidos como os indivíduos afetados e/ou interessados, direta ou indiretamente, pelos empreendimentos econômicos – e para aprender a lidar com eles de maneira estratégica e a gerenciar as diversas percepções e interesses (SCHIAVONI et al., 2013, p. 189).

Stakeholders são pessoas com interesses coletivos aptos para contribuir com a realização dos objetivos de uma organização ou de serem influenciados pelos resultados conquistados. Logo, possuem uma relação de interdependência para sobrevivência e desenvolvimento da organização (FREEMAN; REED, 1983; HITT; IRELAND; HOSKISSON, 2002).

Neste aspecto corporativo, são exemplos de *stakeholders* os empregados que compõem o nível operacional de uma empresa, a cúpula diretora, as associações, sindicatos, organizações civis e financeiras, instituições de ensino, órgãos governamentais, clientes, fornecedores, entre outros. Os *stakeholders* abrangem todos que estão envolvidos, interessados na organização de forma direta ou indireta, incluindo demais parceiros que venham integrar e contribuir de forma positiva com o seu desenvolvimento (FREEDMAN; REED, 1983).

Desse modo, um grupo é qualificado como stakeholder se tiver legítimo interesse no que diz respeito às atividades da organização. Cada um deles tem o direito de ser tratado como um fim e não como um meio para se chegar ao fim, devendo participar na determinação do futuro da firma à qual está relacionado (MENDONÇA, 2012, p. 90).

De acordo com Mendonça (2012), deve haver harmonia nas relações, comprometimento de interesses mútuos entre todos os interessados e cada um deve possuir poder de decisão em determinada atividade, a fim de conquistar um objetivo comum.

Essa afirmação pode ser justificada através do estudo na área de turismo realizada por Sautter e Leisen (1999), ao perceberem que, ao passo que os *stakeholders* mantinham parcerias e acordos para atingir um propósito em comum, aumentava a viabilidade de comprometimento e cooperação. Na prática, esse envolvimento pouparia conflitos entre os *stakeholders*:

os planejadores do turismo devem considerar proativamente as orientações de todos os grupos afetados pela atividade antes de prosseguir com os esforços de desenvolvimento e implementação do planejamento. À medida que aumenta a sintonia dos stakeholders, aumenta a probabilidade de colaboração e comprometimento (SAUTTER; LEISEN, 1999, p. 318, tradução nossa).

E como descreve Vignati (2012), o sistema turístico resulta da articulação e cooperação abrangente de *stakeholders* com decisões coerentes para melhorar a rentabilidade e a atratividade de um produto ou destino turístico. O envolvimento dos *stakeholders* aumenta a capacidade de canalizar benefícios para a população local e oportunidades de conservação de recursos naturais e culturais para as gerações presentes e futuras.

De igual maneira, informam ainda que é de responsabilidade da função de gestão dos *stakeholders* priorizar atividades para obter benefícios produtivos, buscar contribuições de todos sem dar preferência aos interesses de um sobre outro, de forma equitativa independentemente do poder relativo ou do interesse específico de cada *stakeholder*, para que isso não influencie nas decisões (SAUTTER; LEISEN, 1999).

A participação dos *stakeholders* também pode ajudar a minimizar os conflitos com a comunidade receptora e é capaz de propiciar um melhor planejamento turístico, com informações adicionais de todos os envolvidos em busca de identificar alternativas de ação para o desenvolvimento do turismo na localidade (ARAÚJO, 2000; TOMIO; SCHMIDT, 2014).

Sobre a função de gestão realizada pelos *stakeholders*, Mendonça (2012) complementa: “o caminho mais seguro é eliminar o uso de modelos de gestão diferentes, procurando alcançar um alinhamento ou uma coerência no uso de práticas gerenciais entre os stakeholders para assim garantir resultados satisfatórios” (MENDONÇA, 2012, p. 93).

Para que os *stakeholders* estejam cada vez mais fortalecidos e comprometidos na gestão da atividade turística, é necessário usar procedimentos e padrões para planejar coletivamente, determinar metas e objetivos, analisar o desenvolvimento proposto e principalmente buscar

capacitação e treinamentos desde o início, para que sejam capazes de participar, de fato, de todos os estágios de planejamento e gestão do turismo (ARAÚJO, 2000; CURRIE; SEATON; WESLEY, 2009).

O sucesso da gestão do destino dependerá da capacidade dos diferentes agentes em desempenhar seus respectivos papéis e estabelecer, entre todos, o consenso em torno do modelo de desenvolvimento turístico e da sua aplicação rigorosa ao longo do tempo. A pouca colaboração, ou falta de cooperação, de apenas um desses agentes comprometerá o modelo (VALLS, 2006, p. 22).

Na atividade turística, os agentes sociais intercedem consideravelmente. Contudo existem alguns que devem ser fundamentais para formulação do planejamento turístico em todas as suas etapas, em busca de retorno econômico e de vantagens competitivas na gestão de produtos e/ou destinos turísticos.

A sociedade é constituída por agentes sociais que afetam e direcionam os procedimentos que as organizações públicas e privadas estabelecem trilhar para uma gestão produtiva. Estes agentes junto com os órgãos públicos e privados são conhecidos como *stakeholders*.

Muitos pesquisadores afirmam que a participação dos *stakeholders* no planejamento turístico é valiosa e produtiva (SIMMONS, 1994). De acordo com este enfoque, os *stakeholders* são agentes com propensões nas ações e decisões com papéis fundamentais nas orientações do desenvolvimento da atividade turística, como sublinha Araújo (2008):

O turismo é uma atividade complexa que envolve um amplo leque de atores e agentes sociais. Por conseguinte, o seu desenvolvimento atinge os interesses de indivíduos, grupos de indivíduos e organizações governamentais, nos níveis federal, estadual e municipal, além de setores da iniciativa privada, organizações não-governamentais (ONGs) e comunidades receptoras. Assim, quando o turismo se instala e / ou se expande em uma comunidade ou destinação, inúmeros *stakeholders* têm seus interesses afetados de forma positiva e / ou negativa, com repercussões sobre como a área turística se desenvolverá a curto, médio e longo prazo (ARAÚJO, 2008, p. 92).

É necessário que haja a comunicação e o envolvimento dos *stakeholders* à medida que o turismo em uma localidade evolui, pois se torna ainda mais importante que os *stakeholders* se comuniquem entre si e estejam envolvidos no planejamento e desenvolvimento do turismo. Através desta comunicação e participação efetiva no turismo, os impactos negativos podem ser mitigados (BYRD; BOSLEY; DRONBERGE, 2009).

Para que o desenvolvimento da atividade turística se manifeste de forma planejada, participativa, integrada e com vantagem competitiva em um destino, é essencial ter parcerias que incluam um maior quantitativo de *stakeholders* representados pelo governo, iniciativa

privada, terceiro setor e a comunidade local (GETZ, 1986; HALL, 2001; VALLS, 2006; ARAÚJO, 2008; VIGNATI, 2012).

Os *stakeholders* envolvidos nas tomadas de decisões trabalham juntos para uma gestão do turismo mais cooperativa e inclusiva, em busca de construir uma visão coletiva de desenvolvimento, fomento de ações e inovações, para assim atingir objetivos comuns: retorno econômico, bem-estar da comunidade local e a satisfação e *feedback* positivo do turista.

De acordo com o envolvimento dos *stakeholders* no processo de planejamento e gestão, muitas vezes as questões e orientações são específicas de cada *stakeholder*, mas deve ser considerada a postura igualitária diante das operações de projeto e execução, onde juntos precisam tomar decisões que beneficiem a todos, tendo a força da voz dos *stakeholders* em todas as suas ações (CURRIE; SEATON; WESLEY, 2009). Suas ações geralmente se processam em três momentos relacionados:

Na primeira etapa, "configuração do problema", os *stakeholders* tentando resolver um problema que os afeta desenvolvem uma compreensão compartilhada do problema e sobre quem é afetado por ele. Na segunda etapa, "configuração de direção", os *stakeholders* estabelecem uma solução conjunta para o problema e concordam em um plano de ação coletivo para implementar a solução acordada. Na terceira etapa, "estruturando", os *stakeholders* estruturam funções e responsabilidades para implementar as decisões (ARAÚJO, 2000, p. 15, tradução nossa).

A forma pela qual os *stakeholders* podem resolver situações se inicia a partir de um planejamento de como será solucionado sem gerar conflitos maiores, além da preocupação de saber quem está sendo afetado/prejudicado, proporcionando a oportunidade para os grupos que apresentam interesses conflitantes expressem e discutam suas preocupações de forma direta e transparente.

Através da participação de múltiplos *stakeholders* no desenvolvimento das três ações estabelecidas, é possível que se crie uma relação de harmonia entre eles, principalmente na última etapa, que são as decisões, visto que sem a participação de fato das partes afetadas, no caso da comunidade local, esta poderia considerar que os resultados foram decisões impostas e com isso resultar na oposição aos planos de turismo (ARAÚJO, 2000).

No turismo, vários grupos de *stakeholders* podem perceber muitas carências de serviços, infraestrutura básica e turística, além de equipamentos de apoio como um fator agravante para o desenvolvimento ordenado do turismo. Mas membros destes grupos também podem compreender que nenhum *stakeholder* pode fornecer a solução para o problema agindo

independente. Conforme alerta Araújo (2000), uma solução para o problema pode ser possível quando *stakeholders* afetados reconhecem sua interdependência e trabalham juntos para buscar uma solução ao problema compartilhado, por isso:

Propõe-se aqui que parcerias que envolvem um maior número de *stakeholders*, representando grupos do governo, iniciativa privada, terceiro setor e comunidades, têm mais possibilidades de resultar em implicações territoriais mais solidárias. De maneira oposta, processos decisórios dos quais participam apenas poucas vozes tendem a gerar territórios turísticos mais excludentes e, obviamente, menos solidários (ARAÚJO, 2008, p. 98).

A construção de parcerias resulta no trabalho em conjunto, de interdependência, com tomadas de decisões específicas em favor dos interesses coletivos. Apesar disso, algumas decisões podem até ser contra os interesses individuais de cada *stakeholder*, mas tomadas sempre em busca de fazer prevalecer o coletivo e assim alcançar um objetivo comum a todos, sendo que no turismo o objetivo é desenvolver a atividade de forma ordenada e com o máximo de ganhos igualitários para todos.

Os *stakeholders* têm momentos de trabalhar com regras compartilhadas e colaborativas no processo de planejamento, com tomada de decisões conjuntas sobre alguma situação, mas também possuem a liberdade de agir de forma competitiva e independente em questões não incluídas no coletivo (RHODES, 1996; ARAÚJO, 2000).

A competitividade dos destinos turísticos pode ser incrementada pelo ordenamento da atividade, pela excelência na manutenção das atrações, pelas parcerias institucionais e empresariais e pela consciência da população sobre a importância do turismo no desenvolvimento local (BRILHANTE, 2016, p. 70).

No turismo, a competitividade é essencial para manter cada *stakeholder* em busca de ser cada vez mais responsável e participativo na cadeia produtiva, em busca de crescimento e inovação perante os destinos e localidades concorrentes.

1.3 INOVAÇÃO, COOPERAÇÃO E COMPETITIVIDADE NO CLUSTER TURÍSTICO

A transformação, a inclusão, a cooperação, a inovação, a competitividade e a interação são aspectos de destaque no conceito de desenvolvimento (CUNHA; CUNHA, 2005). O desenvolvimento traz consigo termos que almejam algum crescimento, seja no campo econômico, político ou social. Conforme afirma Oliveira (2002):

O desenvolvimento deve ser encarado como um processo complexo de mudanças e transformações de ordem econômica, política e, principalmente, humana e social. Desenvolvimento nada mais é que o crescimento – incrementos positivos no produto e na renda – transformado para satisfazer as mais diversificadas necessidades do ser humano, tais como: saúde, educação, habitação, transporte, alimentação, lazer, dentre outras (OLIVEIRA, 2002, p. 40).

A definição apresenta o desenvolvimento como um meio de transformar todos os indicadores, em que a sociedade tem conhecimento dos problemas, expõe suas preocupações e interesses e deve ir em busca da solução em um ambiente de construção coletiva, para surtir um efeito positivo como consequência deste processo global, como complementa Pereira (2003):

O desenvolvimento é um processo de transformação econômica, política e social, através da qual o crescimento do padrão de vida da população tende a tornar-se automático e autônomo. Trata-se de um processo social global, em que as estruturas econômicas, políticas e sociais de um país sofrem contínuas e profundas transformações (PEREIRA, 2003, p. 15).

Com o turismo não é diferente, visto que é uma atividade que num primeiro momento, já transforma um destino, em busca de proporcionar um desenvolvimento local a destinação turística, ou seja, gerar oportunidades para o incremento e o avanço da atividade nos âmbitos econômico, social e ambiental.

O desenvolvimento local é um processo que deve envolver os agentes sociais a partir de uma compreensão educadora, coletiva, geradora de autoestima e autoconfiança, para que todos possam contribuir e se beneficiar com os resultados. (CARVALHO FILHO, 1999).

O desenvolvimento local se processa através do turismo quando os atributos culturais, sociais, ambientais e econômicos são respeitados. Por isso que Cunha e Cunha (2005) afirmam que os três elementos do desenvolvimento local que se destacam a partir do turismo são: a sociedade (agentes sociais); o ambiente; e a economia, que estão integrados e devem se reforçar mutuamente. Mesmo com as adversidades, eles são artifícios potenciais de transformações e de desenvolvimento local. “A integração e o associativismo desses agentes, somados à potencialização das vocações produtivas territoriais, contribuem para o desenvolvimento local” (MENDONÇA, 2012, p. 100).

O desenvolvimento local obtido do turismo deve considerar a atratividade como fruto da preservação do meio ambiente e da cultura local, além dos desequilíbrios sociais e da geração de emprego e renda. Numa abordagem sistêmica devemos considerar o desenvolvimento local como uma sinergia que estabelece relações cujos elementos interagem em múltiplas dimensões, tais como, social, econômica, ambiental e cultural (BRILHANTE, 2016, p. 71).

O desenvolvimento local gerado através do turismo funciona como um meio de estabelecer relações de coesão social em que os agentes sociais envolvidos na atividade turística podem formar *clusters* em um determinado produto ou destino em busca de atingir os mesmos objetivos de forma organizada, associativa e participativa. No *cluster* devem buscar priorizar a participação efetiva dos diferentes agentes, capazes de fomentar graus de responsabilidade competitiva e coletiva.

Ao associar desenvolvimento local à formação de *clusters*, as pesquisas no campo do turismo definem *clusters* como aglomerações de empresas e instituições interligadas em um local específico. Podem ser formados naturalmente ou através de incentivos públicos, com vistas a proporcionar o desenvolvimento local com benefícios e ganhos através da eficiência dos envolvidos.

Como destaque, tendem a resultar no aumento do número de empregos e, por conseguinte, o rendimento disponível da população residente, o que pode levar a um impacto positivo nas condições de vida (BRAGA; LIMA; GATTO, 2013). A formação de *clusters* turísticos em uma localidade e a partir de um produto turístico afirmam a possibilidade de um desenvolvimento local de forma cooperada, ordenada:

Cluster é uma palavra inglesa que significa junção, união, aglomerado, assembleia, congregação, cooperação, e que, em português, significa, resumidamente, organização de um arranjo produtivo local. Essa é uma visão oriunda do campo da administração, que foi mundialmente conhecida devido aos escritos de Michael Portes. O estudo de *cluster* passou a ser difundido a partir da década de 1990, por empresários e estudiosos interessados em compreender as relações que se estabeleciam entre as empresas (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012, p. 190).

O *cluster* surgiu das experiências de agrupamentos de empresas delimitadas geograficamente, estudados inicialmente pela economia e administração, com a função de trabalho cooperativo e competitivo entre eles (PORTER, 1998; PORTER, 1999; THOMAZI, 2006). Posteriormente, vários autores aprofundaram seu estudo, o que gerou uma grande variedade de novas formas organizacionais para o termo *cluster*, incluindo os conceitos de polos, sistemas produtivos locais, APL, consórcios de empresa, *microcluster* ou redes de negócios (GRAJIRENA; GAMBOA; MOLINA, 2004; BENI, 2006).

Os agrupamentos, segundo Porter (1999), induzem a competitividade de três formas: 1^a) através do aumento da produtividade, resultado da especialização e da complementaridade entre as atividades das empresas do *cluster*; 2^a) pelo aumento ao estímulo à inovação, gerando maior competência de captar as novas necessidades dos clientes e as novas possibilidades

tecnológicas, comerciais e/ou produtivas; 3ª) pela oportunidade de dar espaço a novas empresas com objetivo de ampliação do agrupamento.

A estas formas, Grajirena, Gamboa e Molina (2004) aditam mais duas, referentes às características do ambiente atual, em que para induzir a competitividade é necessário ter o conhecimento como recurso estratégico essencial:

Embora o conhecimento (incorporado em pessoas e tecnologia) sempre tenha sido fundamental para o desenvolvimento econômico, é nos últimos anos que seu peso relativo em progresso e competitividade é reconhecido especificamente, enfatizando que sua importância é crescente. Entre esses novos fatores, destacamos:

- A contribuição dos clusters para a circulação e criação de conhecimento entre as empresas participantes.
- Os clusters podem ser a base para a promoção e desenvolvimento de estruturas educacionais que melhorem a capacitação dos trabalhadores (GRAJIRENA; GAMBOA; MOLINA, 2004, p. 58, tradução nossa).

Porter (1998) descreve em seu conceito de *cluster* a presença da competitividade e dos *stakeholders*, tendo relação direta com o conceito de *cluster* turístico:

Clusters são concentrações geográficas de empresas e instituições interconectadas em um determinado campo, abrangendo uma série de indústrias vinculadas e outras entidades importantes para a competição. Os clusters se estendem para fabricantes de produtos complementares e para empresas com habilidades ou insumos comuns. Muitos clusters incluem instituições governamentais, universidades, grupos de reflexão, associações e provedores de treinamento especializado que oferecem educação, pesquisa informação e assistência técnica (PORTER, 1998, p. 78, tradução nossa).

Porter (1998) também mostra que no cluster há os setores de apoio, e que os agentes sociais se unem para fortalecer cada vez mais sua competitividade através das relações de interdependência entre as atividades a serem executadas.

No turismo, por exemplo, a qualidade da experiência do visitante depende não só do apelo da principal atração, mas também do conforto e do serviço dos hotéis, restaurantes, lojas de *souvenirs*, aeroportos, outros meios de transporte e assim por diante. Como ilustra o exemplo, as partes do aglomerado são, em geral, efetivamente dependentes entre si. O mau desempenho de uma delas compromete o êxito das demais (PORTER, 1999, p. 230).

Seguindo a definição de Porter (1998), Beni (2003) conceitua *cluster* turístico com evidência nas ações de políticas de gestão efetivas e coletivas pelos *stakeholders*, por meio de formação de redes de organizações, mediante aspectos associados à iniciativa, competitividade e cooperação, além de destacar que *clusters* são formados quando as atividades desenvolvidas são compatíveis com o turismo e pela proximidade geográfica, conforme atesta quando relata que *cluster* turístico trata-se de um:

conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado num espaço geográfico delimitado dotado de equipamentos e serviços de qualidade, de eficiência coletiva, de coesão social e política, de articulação da cadeia produtiva e de cultura associativa, e com excelência gerencial em redes de empresas que geram vantagens estratégicas comparativas e competitivas (BENI, 2003, p. 74).

Entretanto, o fato de os atrativos turísticos terem proximidade geográfica demonstra apenas ser uma representação de um aglomerado de empresas que se destinam ao desenvolvimento do turismo. Ademais, como diz Beni (2003), para caracterizar-se um *cluster* turístico é necessário mobilização, comunicação, compromisso, participação, integração e interação coletiva dos *stakeholders* para apresentar um modelo de gestão turística com propósito de consolidação da atividade para um produto, localidade ou região.

Os *clusters* turísticos se destacam por atuarem em um território delimitado e por conseguir organizar as relações e trocas de informações entre os agentes sociais (*stakeholders*) associados à oferta de um produto turístico, com seu desenvolvimento através das relações de complementaridade, inovação, cooperação e competitividade (PORTER, 1998; CUNHA; CUNHA, 2005).

Outro aspecto importante destacado por Beni (2003) corresponde às estratégias de associativismo, sugerindo a formação de fóruns e associações específicas com poder de influir e discutir soluções e negociações com objetivo de aumentar a produtividade, desenvolver o turismo de forma ordenada e alcançar maior competitividade no mercado.

Cunha e Cunha (2006) sugerem que a cooperação é o aspecto que mais está relacionado com a definição de *cluster*, com objetivo de proporcionar de modo eficaz e eficiente a execução de atividades através da coletividade das relações sociais de produção, característica esta destacada também por Lins (2000):

De uma forma ampla, essa postulação evoca o caráter "reduo de ação conjunta" potencialmente incrustado nos *clusters* turísticos, tendo em vista o que condutas individuais impregnadas de sentido coletivo tendem a proporcionar nos arranjos socioeconômicos localizados. Ou seja, a percepção é que os *clusters* turísticos registram, ou devem registrar, uma elevada intensidade de cooperação entre os atores que os integram (LINS, 2000, p. 56).

O *cluster* oportuniza muitos benefícios, tais como: valorização da imagem da localização e do ambiente ao redor; alcance de vários fornecedores, estímulo à produtividade; aumento da participação de pequenas e médias empresas no mercado; facilidade de divulgação e de atração aos clientes; presença de envolvimento de órgãos públicos e instituições de ensino;

incentivo à inovação; atração para novas atividades; fomento a qualidade; geração de empregos; melhor circulação de informações; influência positiva para economia e sociedade dentre muitos outros que venham fortalecer o desenvolvimento e crescimento contínuo de um *cluster* (PORTER, 1999).

Os inúmeros benefícios do *cluster* considerados por Porter (1999) são importantes ferramentas nos processos de planejamento e gestão dos aglomerados de empresas que buscam esta organização. Além da proximidade geográfica das empresas, outro ponto importante gerado pelo *cluster* é a participação entre si dos agentes sociais organizacionais, em busca de alcançar um objetivo comum com retornos coletivos igualitários.

Porter (1998) ressalta a importância do *cluster* ter uma localização delimitada e com proximidade entre as empresas, proporcionando melhores acessos, relacionamentos com vínculos, melhor circulação das informações, além de outras vantagens de produtividade e inovação. E Cunha e Cunha (2006) apresentam como se desenvolve as atividades no perímetro geográfico onde está o *cluster*:

existe um âmbito geográfico local, medido em função de conexões reais; conforme relações comerciais, entendidas como a distância máxima que permite a um fornecedor servir adequadamente aos seus clientes e desenvolver outras atividades complementares, bem como muitos outros aspectos a exemplo da promoção, das escolas de formação turística, etc.; contém infraestruturas suficientes para toda a área; dispõe de uma estratégia própria muito diferenciada, com características de oferta ou de demanda muito distintas em relação ao resto do território (CUNHA; CUNHA, 2006, p. 61).

Segundo Lohmann e Panosso Neto (2012), a fim de se estruturar um *cluster* turístico, devem ser levadas em conta três características indispensáveis para se desenvolver este instrumento benéfico destinado a enfrentar a força do mercado competitivo e originar uma nova forma de gestão em busca de maximizar lucros e mitigar impactos negativos:

1. Aglomeración - é importante que haja um conjunto de empresas, membros ou associados concentrados geograficamente que desejem se inter-relacionar para alavancar a atividade turística, a partir de alianças estratégicas que permitam trocas de produtos, intercâmbio de tecnologias, assistência especializada, enfim, tudo o que for necessário para desenvolver com maior competitividade o turismo.
2. Afinidade - é lógico que, para desenvolver o turismo, as empresas devem ser do ramo turístico. Assim, devem ser convidados empresários, associações, políticos e ONGS dessa área.
3. Articulação - de nada valerão a aglomeração e a afinidade se os membros do cluster não estiverem articulados, colaborando uns com os outros, trocando experiências e, ao mesmo tempo, competindo no mercado em que atuam (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012, p. 190-191).

Os resultados de um *cluster* são gerados a partir das três características conjuntas, mas os processos de afinidade e articulação que respaldam as relações entre as empresas (relações interorganizacionais) são de suma importância, para que haja harmonia, interação, coordenação e execução de ações entre os *stakeholders*. As relações interorganizacionais surgem a partir da articulação e da cooperação dos *stakeholders* que compõem o *cluster* (TOMAZZONI; COSTA, 2015).

O *cluster* turístico é formado pelas relações interorganizacionais de instituições ligadas à oferta de uma localidade ou um produto turístico. Estas instituições possuem entre si relações verticais e horizontais com *stakeholders* internos e externos ao *cluster* (CUNHA; CUNHA, 2006; BENI, 2006), a fim de concorrerem entre si, mas com cooperativismo, união e participação mútua. Lohmann e Panosso Neto (2012) justificam esta afirmativa:

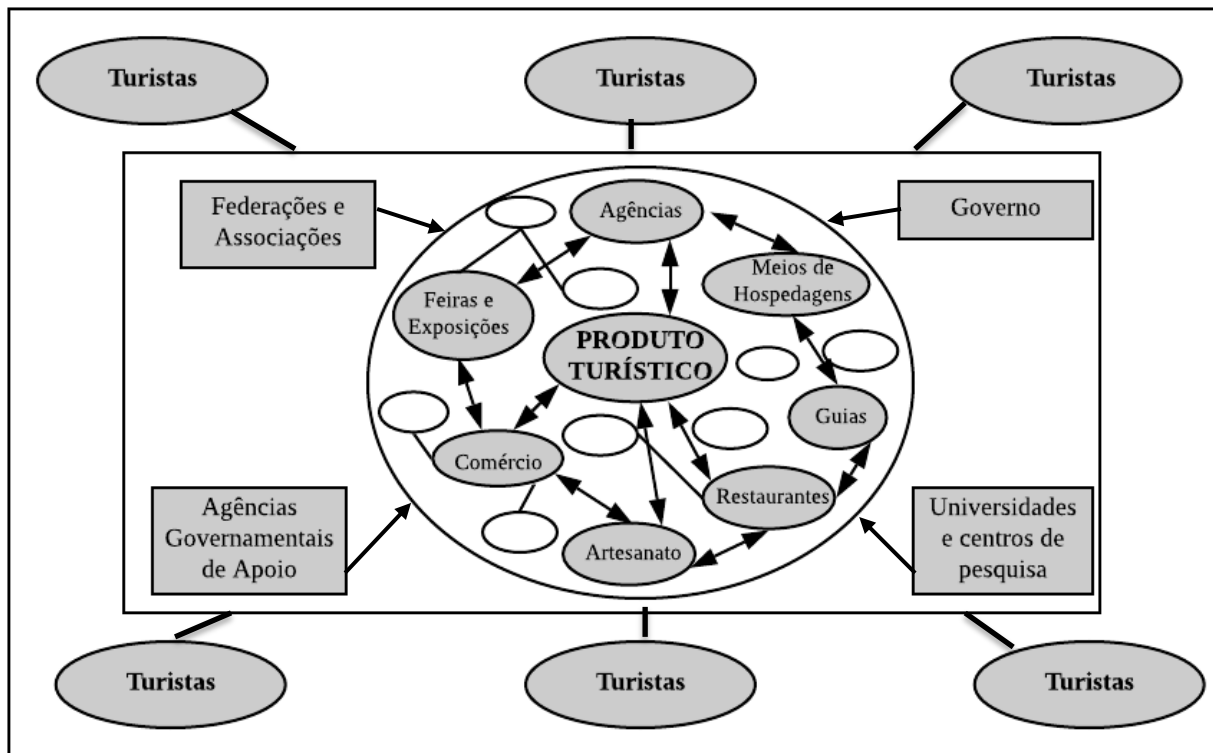
Com a configuração de *clusters*, os destinos tornam-se mais competitivos nos mercados locais, regionais, nacionais e internacionais, pois, a partir desse modelo, a cadeia produtiva das várias empresas passa a estar intimamente ligada. Isso não significa que não exista mais a concorrência entre as organizações; ao contrário, a concorrência continua, mas, com o *cluster*, existe o reconhecimento da necessidade de união e de cooperação entre os membros da rede estabelecida (LOHMANN; PANOSSO NETO, 2012, p. 195).

Beni (2006) explica em seus estudos quais são as relações formadas no *cluster*: a horizontal e a vertical. A relação horizontal compreende os relacionamentos existentes entre *stakeholders* com competição e cooperação para entregar o melhor produto ao turista/visitante com objetivo de oferecer uma experiência turística diferente. Já a relação vertical consiste nos relacionamentos dos *stakeholders* do *cluster* com seus fornecedores.

Os componentes do *cluster* turístico são: 1 - Os atrativos turísticos caracterizado como produto turístico; 2 - Instituições da iniciativa privada, prestadoras de serviços turísticos: restaurantes, meios de hospedagem, comércio, artesanais, feiras, locadoras de veículos, agências de viagens de receptivo, guias etc; 3 - Setores de apoio à prestação de serviços turísticos como as organizadoras de eventos; 4 - Infraestrutura básica como vias de acesso, iluminação, serviços de saúde, segurança fornecidos por agências governamentais de apoio; 5 - Instituições de ensino; 6 - Associações de classe ou terceiro setor; 7 - Órgãos governamentais da esfera municipal e/ou estadual que exerçam influência sobre o *cluster* turístico (CUNHA; CUNHA, 2006).

Na figura 2 é possível visualizar as relações verticais e horizontais, além de mostrar a delimitação geográfica e os *stakeholders* de um *cluster*.

Figura 2 - Apresentação de um cluster turístico.



Fonte: CUNHA; CUNHA, 2006, p. 62.

O destaque se dá na sua área interna, onde estão os *stakeholders* envolvidos com a geração e harmonia das relações interorganizacionais, fortalecimento e desenvolvimento do *cluster* através de ações coletivas para alcançar objetivos comuns, os quais se resumem no crescimento da atividade turística no *cluster*.

Os *stakeholders* de um *cluster* turístico trabalham de forma horizontal e vertical com processos cooperativos, participativos e competitivos, estabelecendo relações diretas entre seus membros.

A composição de um *cluster* é caracterizada como agrupamento aberto, facilitando adequações e interações com o ambiente circundante. No desenho do *cluster*, a característica relacionamento é importante, sem diminuir a influência das demais, visto que retrata a compreensão dos elos e da complementaridade entre os setores e *stakeholders* de maior importância para a competição (THOMAZI, 2006).

Na atividade turística é visível a interdependência dos setores, dos *stakeholders* para oferecer um produto turístico de qualidade, os quais, juntos, de forma planejada e ordenada, funcionarão em um *cluster* turístico.

Para alcançar a competitividade, é preciso ofertar produtos turísticos completos que atendam ou superem os níveis de satisfação da demanda turística através de um modelo flexível,

participativo e cooperativo, capaz de atuar em gestão e coordenação a partir de uma abordagem de formação de *cluster* turístico (BENI, 2006).

De fato, não há por que recusar a expressão *cluster* turístico para assinalar a existência, em situação de proximidade - e sob o amálgama de atrativos naturais ou criados que magnetizam fluxos de visitantes -, de empresas de hospedagem, alimentação, entretenimento, produção cultural e serviços diversos como transportes, recepção turística e organização de viagens; de instituições públicas e privadas que operam com gestão, coordenação e planejamento turísticos; e de formação de recursos humanos para o turismo (LINS, 2000, p. 56).

A competitividade é uma característica presente no *cluster* turístico, que compreende o trabalho de *stakeholders* de forma planejada para atender às expectativas dos turistas/visitantes com eficiência e constante crescimento à frente de outras destinações. Mota, Vianna e Anjos (2013) definem competitividade no turismo de maneira objetiva e abrangente com as principais características a serem desempenhadas nos clusters turísticos:

Competitividade é a capacidade em prover bens e serviços que satisfaçam às necessidades de seus visitantes, por um preço justo, promovendo sua manutenção no mercado, através da contribuição com a sustentabilidade (econômica, ambiental, sociocultural e política) e com a melhoria da qualidade de vida da população local (MOTA; VIANNA; ANJOS, 2013, p. 31).

A competitividade é um processo dinâmico, sempre em atividade de comparação. Isto é, está presente nas empresas para garantir sua presença no mercado e/ou aumentar o espaço da empresa ao mostrar sua competência acima de outras empresas. “Se considerarmos um destino turístico como se fosse uma empresa, sua competitividade depende dos atributos e da imagem do destino em comparação com outros destinos competidores” (MIKI; GÂNDARA; MUÑOZ, 2012, p. 214).

A competitividade no *cluster* precisa da união das suas empresas de modo a facilitar o aumento da produtividade e fatores positivos à chegada de novos negócios, em busca de desenvolvimento através da complementaridade entre si. Petrocchi (2002, p. 60) complementa que “maior produtividade e inovação constante são fatores estruturais da competitividade. Participantes de um *cluster* bem-sucedido entendem as influências que dão suporte à produtividade e a melhor maneira de aproveitá-las”.

As organizações do *cluster* turístico formam interações e interdependência entre si junto à cadeia produtiva do turismo, abrangendo a troca de experiências e competências cooperativas na geração da oferta dos produtos turísticos (TOMAZZONI; COSTA, 2015).

A competição e a cooperação são exemplos de relações contínuas no *cluster* turístico originadas a partir dos diferentes produtos ofertados, por meio de processos inovadores, em busca de reinvenções impulsionadas pela competitividade e o cooperativismo. Beni (2006) observa o que pode dispor em uma estratégia de competição para um *cluster*:

O estabelecimento eficiente de sistemas de classificação, regulamentação e certificação dos empreendimentos turísticos da destinação, bem como a disponibilização eficaz das informações sobre tais empreendimentos para as demandas efetiva e potencial. Dessa maneira, quanto mais informado estiver o mercado, mais este fomentará a competição entre os empreendimentos por meio da escolha mais certa dos prestadores de serviços que mais atendem às suas necessidades (BENI, 2006, p. 127-128).

Na análise das estratégias que influenciam a competitividade das empresas, é possível considerar aquelas de um *cluster* que serão mais favorecidas, com vantagem competitiva à frente das empresas que agem de forma isolada, por estarem trabalhando em conjunto para oferecer o melhor produto ao turista/visitante, além do desenvolvimento local com benefícios para todos.

Para Porter (1999), a continuidade da competitividade de uma organização depende de recursos inovadores de tecnologia, novas técnicas, procedimentos e investimento contínuo por cada uma que está inserida no *cluster*, para assim ter vantagem competitiva e alcançar o sucesso através da utilização dessas estratégias. “Desta forma, o bom desempenho e posição de mercado dependem dos recursos básicos do destino conjuntamente com a gestão e organização, sob uma lógica econômica e estratégias de competitividade” (MIKI; GÂNDARA; MUÑOZ, 2012, p. 214).

A função do governo, enquanto participante ativo na competitividade, é propor políticas de turismo para alcançar um ambiente em que as empresas consigam melhorar sua vantagem competitiva perante as destinações concorrentes.

A ação oficial deve dar atenção às políticas desenvolvidas no âmbito local ou regional tornando viável a formação e fortificação de *clusters* a partir da descentralização do poder público (DOMÍNGUEZ, 2001). Grajirena, Gamboa e Molina (2004) também reafirmam a força do Estado na competitividade:

Por parte da Administração Pública há um claro interesse em tentar promover as ações que podem gerar uma melhoria da vantagem competitiva das empresas que, por sua vez, significará uma melhoria da competitividade da região em que estão localizados. Entre estas medidas, a criação de *clusters* foi muito bem recebida (GRAJIRENA; GAMBOA; MOLINA, 2004, p. 56, tradução nossa).

Os gestores públicos juntamente com a iniciativa privada do *cluster* turístico devem promover, além da vantagem competitiva aos demais agentes sociais, a constante inovação na melhoria da infraestrutura básica e turística, dos serviços, atrativos e do produto turístico em geral (TOMAZZONI; COSTA, 2015).

Além da competitividade e do cooperativismo, através das interações dos *stakeholders* é possível desenvolver outra habilidade fundamental e necessária: a inovação. O conjunto de instituições de um *cluster* deve impulsionar a inovação (PORTER, 1999), característica relacionada à criatividade, ao empreendedorismo, às novas implementações e novas maneiras de execução de atividades, e refere-se a algo novo, mudanças ou melhorias.

De acordo com Porter (1998), os *clusters* aumentam a produtividade e desempenham papel substancial na capacidade contínua de uma empresa inovar, com a implantação de uma cultura que promova o processo criativo na geração de novos produtos e serviços, que estimulem um ambiente que valorize a colaboração e busque soluções inovadoras nas situações diárias de dificuldades e/ou necessidades.

A inovação é a capacidade revitalizante de realizar atividades, serviços ou criar produtos. Para Porter (1999), a inovação engloba tanto mudanças na tecnologia quanto procedimentos mais adequados para executar atividades. “Assim, a inovação se manifestaria em um novo desenho do produto, ou em um novo processo de produção, ou em uma nova abordagem de marketing, ou mesmo em novos métodos de capacitação de pessoal” (PETROCCHI, 2002, p. 41). É através da inovação que são criados ou transformados produtos, e/ou serviços, que se alteram sistemas, entre outras vantagens, as de atingir os objetivos de uma organização, de um *cluster*.

A formação de *clusters* turísticos possui o objetivo de promover o desenvolvimento local e regional, juntamente com impulso à inovação, competitividade, cooperativismo e desenvolvimento econômico e social, a fim de dissipar as discrepâncias regionais e desigualdades sociais (MARTINS; FIATES; PINTO, 2016; SOHN, 2017).

Em síntese, inovação, competitividade, cooperação e transformação são características que fazem parte do contexto da atividade turística, as quais mostram novos caminhos e novas tomadas de decisões por parte dos agentes sociais (*stakeholders*) inseridos no *cluster* e/ou nas destinações turísticas.

Elas requerem intervenções e deliberações realizadas a partir do planejamento ordenado com uma gestão participativa a partir de uma nova governança habilitada a coordenar as relações entre os *stakeholders*, a fim de conquistar vantagens coletivas para o desenvolvimento econômico de produtos e/ou destinos turísticos.

O *cluster* formata uma nova governança a partir da harmonia na relação de confiança dos *stakeholders*, para colocar em prática o planejamento, desenvolvimento, gestão e controle ordenados da atividade turística através da cooperação, complementaridade e competitividade (BENI, 2003; CUNHA; CUNHA, 2005; SVENSSON; NORDIN; FLAGESTAD, 2005; TOMIO; SCHMIDT, 2014).

1.4 ELEMENTOS CONCEITUAIS DA GOVERNANÇA

Nos últimos anos, os documentos públicos oficiais têm apresentado uma nova função do governo ao compartilhar responsabilidades, bens e objetivos. Cooper, Hall e Trigo (2011, p. 78) relatam que

em países desenvolvidos, muitas das atividades promovidas pelo Estado que visam ao bem-estar social, incluindo-se a administração do lazer e das instalações culturais, são agora operadas e implementadas por empresas do setor privado ou por organizações não governamentais. Portanto, ao invés de a implementação de políticas governamentais ser realizada por uma única agência governamental, o que se observa hoje é uma ênfase maior em parcerias.

Ao tentar descrever esta nova função do governo, Rhodes (1996) identificou cinco usos da denominada governança ou nova forma de governar, isto é, quais as condições que mudam o governo: 1) Estado mínimo; 2) Governança corporativa; 3) Boa governança; 4) Sistema sócio-cibernético; 5) Redes auto organizadas.

1) Estado mínimo propõe a redução do tamanho e da participação do governo na sociedade por privatizações e cortes no serviço público;

2) Governança corporativa, exercida pela prática da gestão privada na direção, supervisão e controle da empresa, com forte influência no setor público, além da força presente da sociedade em influenciar nas tomadas de decisões públicas;

3) Boa governança corresponde a forma como o Banco Mundial realiza as suas ações para reduzir a presença do governo:

E para alcançar a eficiência nos serviços públicos, o Banco Mundial busca: incentivar a concorrência e os mercados; privatizar a empresa pública; reformar o serviço público, reduzindo o excesso de pessoal; introduzir disciplina orçamental; descentralizar a administração; e fazer um maior uso de organizações não governamentais. Em suma, a "boa governança" se casa com a nova gestão pública para a defesa da democracia liberal (RHODES, 1996, p. 656, tradução nossa).

4) Sistema sócio-cibernético, ou seja, as ações do governo são decididas a partir de interações com setor privado, comunidade local e outras organizações, através de uma gestão cooperativa com divisão de responsabilidades entre os vários agentes envolvidos.

A abordagem sócio-cibernética destaca os limites para governar por um ator central, afirmando que não existe mais uma única autoridade soberana. Em seu lugar, existe a multiplicidade de atores específicos para cada área política; interdependência entre esses atores social-político-administrativos; metas compartilhadas; fronteiras borradas entre os setores público, privado e voluntário; e multiplicação e novas formas de ação, intervenção e controle. A governança é o resultado de formas sociais e políticas interativas de governo (RHODES, 1996, p. 658, tradução nossa).

5) Redes auto-organizadas são constituídas por vários agentes interdependentes envolvidos na prestação de serviços públicos através de parcerias público-privadas com destaque para as características de coordenação social, desenvolvimento das próprias políticas sem o governo como detentor das decisões e reciprocidade nas atividades desempenhadas.

Vale ressaltar que, independentemente dos variados significados sobre governança, todos mostram a possível gestão descentralizada, transparente, responsável para com os recursos utilizados, em busca do fortalecimento da soberania popular (BRITO, 2014).

A governança é um novo modelo político que adota ferramentas mais plurais para governar, inclui a comunidade local como protagonista junto com a iniciativa privada nas tomadas de decisões. A governança aponta as relações com base na confiabilidade, reciprocidade, transparência e lealdade com interdependência entre os agentes (RHODES, 1996; TRENTIN, 2016).

É importante ressaltar que gestão e governança são termos com finalidades diferentes (ROTH et al., 2012; BRITO, 2014), porém as diferenças são imperceptíveis na prática do cotidiano profissional.

A governança encarrega-se da definição da estrutura da rede, do detalhamento de sua organização, da instituição de mecanismos regulatórios e do processo de tomada de decisão, enquanto a gestão se encarrega de planejar, executar e controlar as estratégias e ações, dentro dos limites estabelecidos pela governança (ROTH et al., 2012, p. 120).

A responsabilidade da governança requer autonomia para estabelecer normas, padrões, regulamentos e medidas de funcionamento junto a um grupo de gestores. A gestão tem o papel da prática gerencial, com liberdade para usar conhecimentos e habilidades no controle e avaliação contínuos e atingir os objetivos coletivos.

Ao falar de governança, associa-se o termo às organizações públicas, porém esta conserva uma abrangência de relacionamento maior, com sentido de gestão participativa envolvendo iniciativa privada, órgãos não governamentais e a sociedade civil, denominados de agentes ou atores sociais em busca de alcançar objetivos comuns, visando principalmente o desenvolvimento socioeconômico (TOMAZZONI; COSTA, 2015).

Lins (2000) realiza análise de governança a partir das relações existentes entre estes atores sociais que buscam se organizar em arranjos institucionais de um território, com participação mútua e respeito as regras que coordenam suas relações.

Beritelli e Bieger (2014) também afirmam que a governança de forma estrutural põe em prática processos e mecanismos que ajudam a resolver o como e o porquê fazer as atividades através das relações entre os agentes da comunidade, as instituições privadas e as organizações públicas. Estes autores apresentam em seus estudos a governança como um tipo de liderança com base nas relações interpessoais entre os envolvidos. Através destas relações e interações deve existir a participação mútua para tomada de decisões, elaboração de planos e ações que resultarão no caminho crescente desejado, gerando melhorias na eficiência e eficácia do sistema de gestão (BAGGIO; SCOTT; COOPER, 2010).

O conceito de governança provém do conceito de governo, mas com significados diferentes busca a descentralização, as relações de parcerias e confiança nas relações (RHODES, 1996; GONZÁLEZ, 2014; TOMIO; SCHMIDT, 2014).

O termo governança não é sinônimo de governo quanto à sua definição, mas significa uma mudança na forma de governar. Essa mudança é o aspecto central do que vem a ser a governança. Refere-se a um novo processo de governo, com divisão de responsabilidades e decisões junto a outros gestores da sociedade, já governo é hierarquia, poder, centralização de decisões (RHODES, 1996; TRENTIN, 2016).

A governança mobiliza o cidadão a ser um integrante importante no desenvolvimento produtivo de alguma atividade, além de estimular a procurar novas maneiras de tomar decisões de forma coletiva que melhorem as dificuldades dos atuais processos de gestão e o ajudem a

exercer uma função operante entre os *stakeholders* envolvidos (GONZÁLEZ, 2014; TOMIO; SCHMIDT, 2014). Pode ser compreendida também como a prática de uma gestão participativa e compartilhada nas tomadas de decisões baseada na relação de harmonia determinada entre os *stakeholders*, com propósito de articular, facilitar e executar seus planos de desenvolvimento, alinhados e desenhados como forma de organização das suas relações, resultado do respeito, cooperação, compartilhamento de informações, troca de opiniões e inovações nas esferas tecnológicas, ambientais e sociais.

No turismo, a governança deve imperar de forma descentralizada, participativa e transparente nas relações público-privadas com a comunidade local para o sucesso de um planejamento e gestão turística (SVENSSON; NORDIN; FLAGESTAD, 2005).

No Brasil, o desenvolvimento ordenado do turismo nos moldes da governança ainda é incipiente, visto que a prática contradiz a teoria escrita nos programas e documentos de políticas públicas (SPINOLA; CASTRO; SILVA, 2013).

O PRT faz parte de mais um dos projetos criados pelo MTur, cujo objetivo é impulsionar a governança como forma de descentralização do poder público e fortalecimento da participação efetiva da sociedade. A descentralização propõe a necessidade da prática da governança, organizada e integrada entre a sociedade civil, agentes econômicos e gestão pública (BRASIL, 2004).

Esse Programa defende que o papel da governança é conduzir tomadas de decisões, planejamento e desenvolvimento da atividade turística em nível regional ou local, inserindo gestão privada e comunidade local nas deliberações políticas, econômicas e sociais.

O termo “governança” é relativamente novo: podemos entendê-lo como a capacidade de administrar ou, mais especificamente, como a capacidade que os governos têm de criar condições e de responder às demandas da sociedade. Em se tratando da governança social ou governança democrática, essa capacidade de governar pressupõe uma administração participativa que envolve as populações locais na elaboração, monitoramento e, em alguns casos, na execução de políticas públicas (BRASIL, 2007, p. 16).

É interessante ressaltar que o poder público e a iniciativa privada costumam utilizar a palavra governança ao designar toda atividade que nas tomadas de decisões tenha a participação de outros agentes, a exemplo da sociedade civil ou das instituições do terceiro setor.

A governança estabelece modelos participativos, interdependentes e cooperativos de gestão, a partir de parcerias entre diferentes agentes, estendendo a responsabilidade das decisões

e discussões com todos os envolvidos com determinada situação para possível resolução (TOMIO; SCHMIDT, 2014).

Assuntos como acessibilidade, investimentos em infraestrutura e equipamentos de apoio, capacitação das pessoas que trabalham diretamente no turismo, divulgação dos atrativos turísticos, entre outros, têm a necessidade de ser fiscalizados e avaliados constantemente por ações conjuntas entre lideranças da comunidade receptora, órgãos públicos e privados que se inter-relacionam e, através dos seus empenhos, mostram o fortalecimento de uma governança atuante.

A governança turística pode ser desenvolvida em várias esferas socioeconômicas, ambientais e políticas, através das parcerias que envolvem a iniciativa privada e o poder público (comunidades, ONGs e governo) para dar andamento às ações coletivas e interdependentes que superam as atividades individuais, com desempenho de um papel de organização, mutualidade e gestão (TOMIO; SCHMIDT, 2014).

Nessa perspectiva, há um modelo de governança que permite ações coletivas de empresas inter-relacionadas baseado na cooperação, transparência, horizontalidade de decisões, interdependência e competição entre parceiros (CUNHA; CUNHA, 2005; SPINOLA; CASTRO; SILVA, 2013). A formação de *clusters* turísticos como modelo de governança é uma das principais ferramentas de êxito na elaboração e efetivação de planejamentos turísticos (THOMAZI, 2006; SPINOLA; CASTRO; SILVA, 2013).

Neste mesmo cenário, Zhang e Zhu (2014) relatam que os agentes sociais (comunidade local e as empresas privadas de turismo) compõem um destino turístico e têm grande influência no seu desenvolvimento local, tornando-se protagonistas e tomadores de decisões em um modelo voltado para redes ou parcerias entre os atores envolvidos, para formar um modelo de governança através de um *cluster* turístico.

A governança num *cluster* turístico representa o conjunto de valores em comum que pode garantir o equilíbrio dos mais diversificados níveis de interesses dos agentes sociais envolvidos com o *cluster*, seja interna ou externamente, além de provocar transformações no modo de pensar e agir, com estímulo ao compromisso de ter mais responsabilidade para tomadas de decisões, já que visa ao fortalecimento dos diferentes atores envolvidos.

Nesse sentido, a adoção da prática de governança proporciona um melhor direcionamento no planejamento e no monitoramento das atividades e alinhamento dos seus

agentes, através de um órgão diretivo ou conselho administrativo que possa ser representativo nas tomadas de decisões coletivas. Esse conselho deve ser participante, eficaz, empenhado e capacitado para gerar efeitos positivos ao *cluster*.

Segundo González (2014), a governança turística deve ser representada a partir dos seguintes fatores: ligação com as novas formas de atuação do governo; cooperação e relações de interação entre atores sociais são fundamentais para encarar os desafios de aumentar a competitividade de um destino ou setor; a estrutura institucional pública que iniciará o processo de parcerias e diálogos com demais agentes sociais; orientação para traçar, selecionar e coordenar objetivos específicos através de técnicas coletivas; na sua operacionalidade, estipula procedimentos que permitam um trabalho conjunto entre vários agentes sociais com processos de gestão e desenvolvimento público e coletivo.

Estes elementos só serão realizáveis se os *stakeholders* possuírem afinidades de interesses a favor do desenvolvimento turístico organizado para um segmento ou tipo específico, porque o turismo dispõe de uma diversidade de atividades que se não tiverem coesão não se obtém um resultado satisfatório e sustentável (XAVIER, 2016).

Desse modo, modelos de governança turísticos guiados por ações coletivas, a partir de associações, parcerias, *clusters* e redes entre instituições, podem ser estruturados de acordo com solicitações, reivindicações e necessidades específicas da atividade a ser desenvolvida. Entender as características, os elementos e os tipos de governança serão úteis para colocá-la em prática (TOMIO; SCHMIDT, 2014).

Alguns autores afirmam que a governança é uma prática de redes interorganizacionais (PROVAN; KENIS, 2008; ROTH et al., 2012; BERITELLI; BIEGER, 2014; XAVIER, 2016). Redes interorganizacionais são conglomerados de três ou mais empresas (públicas, privadas ou não governamentais) governadas sem hierarquia, que operam de forma contígua para alcançar suas metas individuais e coletivas do arranjo (PROVAN; KENIS, 2008; ROTH et al., 2012), através de práticas voluntárias e organizacionais embasadas nas relações de interação na comunicação e participação mútua na execução das atividades.

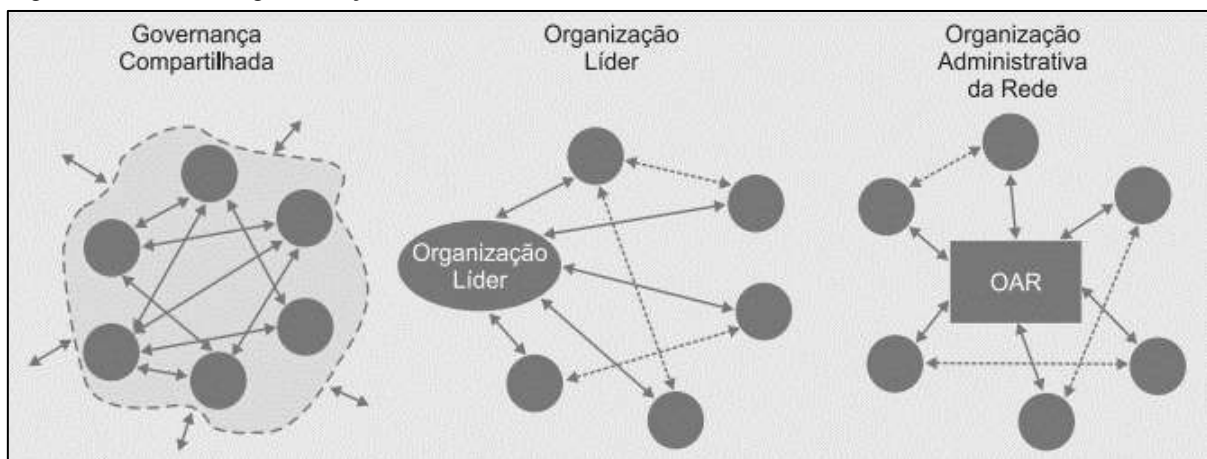
Com a expansão deste conhecimento para o turismo, pode-se dizer que a governança turística é uma prática de *clusters*, que mostra como é a organização e a coordenação interna de um *cluster* e as ações dos seus participantes, tendo a comunidade local como agente ativo das decisões e atividades coletivas do produto ou destino.

As redes (*clusters*) são um modo assertivo de coordenação e articulação de agentes sociais, visto que a realização de atividades apenas de forma independente gera consequências negativas, tanto para os mercados quanto para as coordenações hierárquicas. A mutualidade nas relações produtivas, comerciais, entre outras, influencia diretamente no seu equilíbrio e desenvolvimento da governança. Desta forma, Silva, Castro e Antonialli (2014, p. 192) afirmam que

a governança envolve diferentes modos de coordenação, intervenção e participação nos processos de decisão local dos diferentes agentes, bem como o processo de geração, disseminação e uso de conhecimentos, visando estabelecer o ajuste adequado aos desequilíbrios decorrentes de possíveis conflitos.

Apesar das adversidades, as redes em geral podem produzir resultados vantajosos que não seriam possíveis apenas pelo mercado (setor privado) ou por uma hierarquia - setor público (PROVAN; KENIS, 2008). Com base na governança em redes, Provan e Kenis (2008) descrevem três modelos de governança conforme figura 3: governança compartilhada, organização líder e organização administrativa de rede.

Figura 3 - Modelos de governança.



Fonte: Roth et al. (2012, p. 116) elaborado com base em Provan e Kenis (2008).

1) Governança compartilhada: toda empresa interage com as outras para governar a rede, resultando em uma forma descentralizada.

As redes compartilhadas governadas pelos participantes dependem exclusivamente do envolvimento e do compromisso de todos, ou de um subconjunto significativo das organizações que compõem a rede. Os participantes da rede são eles próprios responsáveis pelo gerenciamento de relacionamentos e operações de redes internas, bem como com relações externas com grupos como financiadores, governos e clientes. As redes são frequentemente consideradas como uma forma importante de construir a capacidade da comunidade (PROVAN; KENIS, 2008, p. 234, tradução nossa).

Na governança compartilhada, o que prevalece é a coletividade, em que os componentes da rede são responsáveis, em conjunto, na tomada de decisões, além de gerenciar as suas atividades. Não existe diferenciação no poder, pelo menos em relação às decisões, pois é equilibrado, apesar de que pode haver diferenças no tamanho da organização, recursos e desempenho. Não existe uma empresa específica a administrar e coordenar as demais empresas. Em teoria, a rede atua coletivamente e nenhuma empresa única representa a rede como um todo (PROVAN; KENIS, 2008; XAVIER, 2016).

A vantagem do modelo de governança compartilhada é a integração e inclusão de todos os parceiros na tomada de decisões, assim como é a flexibilidade e a preocupação da rede em compreender as deficiências dos participantes (ROTH et al., 2012).

De acordo com Angelis (2015), para que a governança compartilhada tenha ascensão entre os diversos *stakeholders*, é necessário o compromisso com a elaboração do planejamento de longo prazo, a partir do desenvolvimento de estratégias constituídas por indicadores de previsão e prevenção, com propósito de continuidade de bons projetos independentemente do governante em exercício e estímulo na participação de todos os agentes nas tomadas de decisões.

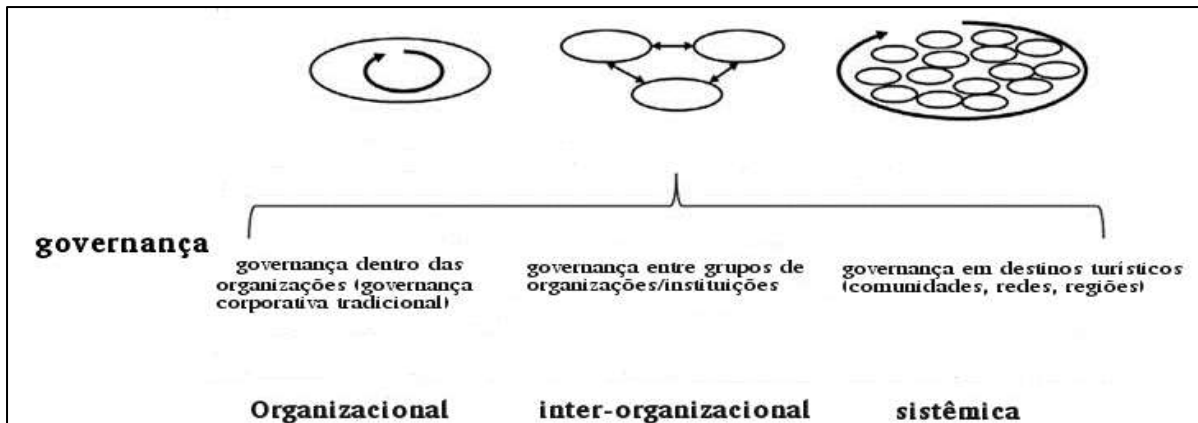
2) Organização líder: a rede tem poucas interações diretas de empresa para empresa, e a governança da rede se manifesta por e através de uma única empresa, agindo como um representante da rede de forma centralizadora (PROVAN; KENIS, 2008). Roth et al. (2012) afirmam que existe na organização líder uma empresa maior e mais poderosa e um conjunto de empresas menores e mais fracas.

Na governança principal da organização, todas as principais atividades de nível de rede e decisões-chave são coordenadas através e por um único membro participante, atuando como uma organização líder. Assim, a governança da rede torna-se altamente centralizada e negociada, com poder assimétrico (PROVAN; KENIS, 2008, p. 235, tradução nossa).

3) Organização Administrativa de Rede (OAR): uma empresa separada da rede é responsável exclusivamente por coordenar as tomadas de decisões e gerenciar o relacionamento entre as empresas da rede, mas não se proíbe a interação das empresas parceiras de trabalhar umas com as outras (PROVAN; KENIS, 2008; XAVIER, 2016). A OAR pode ser acionada com apenas uma pessoa ou como uma associação, com diretor e equipes de apoio que trabalham em um escritório da rede (PROVAN; KENIS, 2008; ROTH et al., 2012). Os pontos fortes desse modelo são sua competência, transparência e legalidade, principalmente nas ações da empresa externa a rede. Beritelli e Bieger (2014) também demonstram, na figura 4, modelos de

governança que podem servir para o turismo, independentemente de serem praticadas em redes (*cluster*).

Figura 4 - Tipos de governança.



Fonte: Beritelli e Bieger (2014).

A governança organizacional é a prática de liderar dentro de uma empresa. A governança interorganizacional se processa quando é realizada entre empresas de forma compartilhada, descentralizada. Já a sistêmica é a forma de governar em um destino ou *cluster* turístico, com várias organizações, vários agentes sociais, vários sistemas (hotéis, transportes, agências de receptivo, restaurantes, atrativos turísticos, órgãos públicos, comunidade local, organizações não governamentais, turistas entre outros) envolvidos em busca do desenvolvimento cooperativo, participativo, ordenado e sustentável do turismo.

Por acreditar que uma estrutura de governança é importante para o desenvolvimento da atividade turística e de *clusters* turísticos, o diálogo entre os autores foi essencial para compreender os conceitos e suas intervenções de forma positiva, visto que é através dela que surge a possibilidade de mudanças na gestão e planejamento do turismo, ações viáveis que podem unir e firmar parcerias, cada vez mais, entre os diferentes *stakeholders* envolvidos.

A discussão e interesse por essa temática tende a crescer cada vez mais, tanto no nível conceitual para diversas áreas quanto em aspectos empíricos, já que, com a sua prática nos modelos a serem seguidos, o desenvolvimento e crescimento de determinada área, especificamente neste estudo o turismo, tende a se fortalecer através da descentralização de poder e gestão participativa, resultando em vantagem competitiva para um *cluster* ou destinação.

1.5 A TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA

A tecnologia é formada por um conjunto de ferramentas, técnicas, processos, que de forma rápida auxiliam e transformam o contínuo avanço da sociedade. No turismo, propicia diversas mudanças que atingem diretamente tanto os destinos emissores quanto os receptores, principalmente no sentido da rapidez das informações e tipos de serviços e produtos oferecidos com objetivo de incrementar e inovar a atividade turística através dos avanços tecnológicos. Nesse sentido, é fundamental

compreender o fenômeno de turismo que envolve também compreender a dinâmica da inovação tecnológica neste setor, sobretudo porque a disponibilidade de novas tecnologias levou o desenvolvimento de novas competências, novos materiais, novos serviços, novos negócios, novas formas de organização, e a uma reconfiguração do trabalho (MARTINS; FIATES; PINTO, 2016, p. 69).

A tecnologia traz consigo inovação e transformação. Requer da sociedade agilidade e expertise para acompanhar as novas formas de produção, comunicação, planejamento e gestão. O turismo deve estar inserido neste ritmo para modernizar e oferecer seus produtos e serviços para o novo mercado (HASSAN, 2011). A tecnologia muda a sociedade e conseqüentemente a economia, sua relação com o turismo passou de uma ferramenta de marketing a ser um instrumento de criação de conhecimento. As tecnologias vêm e vão, e sempre haverá inovações e avanços a serem realizados (XIANG, 2018).

O uso da tecnologia, além ser um instrumento de apoio para o turismo, está inserido na sua forma de trabalho, resultando em novas possibilidades de vantagem competitiva e numa função importante no desenvolvimento do turismo. Acarreta uma mudança significativa no contexto mundial, sobretudo no turismo, de forma que possibilita a distribuição da informação e a grande exposição de localidades para todos, a fim de propiciar maior competitividade entre destinos e instigar a melhoria nos serviços oferecidos, criatividade, inovação e a singularidade de cada atrativo e/ou produto turístico (NASCIMENTO; MAIA; DIAS, 2012; MARTINS; VILAR; SANTANA, 2018).

A tecnologia age como mecanismo para aumentar a eficiência das empresas, reduzir custos e aprimorar serviços, além de proporcionar novas possibilidades de crescimento, assim como desafios a serem enfrentados em busca de vantagem competitiva (MARTINS; FIATES; PINTO, 2016).

Como a principal atividade do turismo é o fornecimento de serviços, está suscetível às transformações tecnológicas para criação de formas diferentes e inovadoras de atender as demandas e acompanhar o mercado competitivo (HASSAN, 2011). Buhalis (1998) escreveu em seus estudos sobre as mudanças que o uso das tecnologias ocasiona no desenvolvimento do turismo:

Inevitavelmente, o turismo também é afetado pela revolução tecnológica. Tanto os destinos turísticos como as empresas precisam cada vez mais adotar métodos inovadores para aumentar sua competitividade. Do lado da demanda, o consumidor novo, sofisticado, experiente e exigente se torna cada vez mais familiarizado com as tecnologias emergentes e requer produtos flexíveis, especializados, acessíveis, interativos e comunicação com os gestores do destino. Deste modo, emergem novas práticas de gestão, aproveitando a revolução para reestruturar todos os processos de negócios do turismo (BUHALIS, 1998, p. 409, tradução nossa).

A revolução tecnológica proporciona muitas mudanças na gestão do turismo, principalmente no planejamento, comercialização, promoção e coordenação das atividades da oferta do serviço para assim acompanhar a exigente demanda e ter vantagem competitiva no mercado.

Organizações com padrões inertes têm uma gestão limitada e arcam com a perda de posição no mercado. Para uma empresa permanecer com vantagem competitiva no mercado, faz-se necessário ser sensível às mudanças capazes de enfrentar a dinamicidade da globalização. Esta mudança deve vir atrelada à aplicação de estratégias tecnológicas, ou seja, utilizar a tecnologia com fins competitivos através de recursos que forneçam os melhores produtos e serviços ao mercado (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017).

O setor de turismo recorre ao uso da tecnologia em muitos segmentos. Em suas práticas, as mudanças são fundamentais para que resultem no desenvolvimento de novos produtos, qualificação dos recursos humanos, facilidade da comunicação, melhora das experiências de viagens nos produtos e serviços, e na personalização da prestação de serviços (HASSAN, 2011). Para satisfazer a demanda turística e sobreviver a longo prazo, não há escolha senão associar tecnologia à oferta e melhorar a interatividade com o mercado (BUHALIS, 1998).

As empresas que implementam novas tecnologias estão gerando a possibilidade de enfrentar novos concorrentes devido aos avanços e melhorias, além de criar formas de relação entre produtores, fornecedores, clientes, e maneiras de comercialização do seu produto ou serviço (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017).

De acordo com Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), foi perceptível um crescimento na geração de novas tecnologias para celulares que tinham seu uso somente para fazer ligações, mas hoje são utilizados como ferramenta de trabalho, comunicação via satélite (GPS), redes locais sem fio, entre outros.

A funcionalidade do telefone celular tradicional durante a última década foi usada principalmente para recursos de chamada e texto devido às suas capacidades tecnológicas limitadas. Desde o surgimento de telefones inteligentes (smartphones) e o avanço das redes de dados sem fio (3G, 4G e wireless) com evolução de longo prazo da terceira geração e agora da quarta geração, torna sempre possível o desenvolvimento de novos softwares (TAN, et al. 2017, p. 560, tradução nossa).

Hoje em dia os celulares estão cada vez mais acessíveis, gerando o fenômeno intitulado de *mobile computing* (computação móvel) (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017), isto é, todas as pessoas possuem um *smartphone* com diversas funcionalidades para uso em qualquer lugar. Os benefícios dos ‘sempre conectados’, ‘sempre com você’, e a facilidade de uso, independente do lugar, ajudam a promover a eficiência nas tarefas diárias dos usuários (TAN et al., 2017).

A utilização de *smartphone* e *tablets* é uma atividade comum no dia a dia das pessoas, mais da metade da população mundial possui um desses aparelhos. Por possuírem Sistema Operacional (plataforma que permite desenvolver, instalar e executar aplicativos), os dispositivos móveis se parecem com um computador de mão. O mercado corporativo tem percebido que investir em aplicações móveis proporcionam significativos resultados para agilizar seus negócios e potencializam seus lucros (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017, p. 133-134).

Com o avanço da tecnologia, os celulares passaram a ser telefones inteligentes (*smartphones*), oferecendo recursos muito úteis reunidos em um único aparelho, além de disponibilizar funcionalidades por meio de inúmeros aplicativos que facilitam a rapidez no acesso à informação e à resolução de situações profissionais e pessoais.

Os *tablets* são aparelhos semelhantes a computadores, porém têm a praticidade de serem portáteis e por terem o mesmo sistema operacional que os *smartphones*. São utilizados em muitas empresas, inclusive no turismo, caracterizado como uma ferramenta de trabalho de muitos gestores.

Na visão de várias empresas a tecnologia móvel, através de *smartphones* e *tablets*, devem gerar lucros, diminuir custos e aumentar a vantagem competitiva perante o mercado (RIVERA; CROES; ZHONG, 2016). O mercado corporativo busca acompanhar a trajetória tecnológica através do uso de aplicativos móveis nas atividades da empresa. O propósito é

inovar seus serviços com tecnologia, eficiência e agilidade incorporando as aplicações móveis com seus sistemas de trabalho (RAMOS; MENDES FILHO; LOBIANCO, 2017).

Os órgãos governamentais começaram a usar aplicativos móveis para comunicação, de forma estratégica com fins de divulgar ações para a sociedade. As empresas privadas já aderiram a essa tendência tecnológica há mais tempo, visando a comercialização, a negociação e o planejamento (NOOR et al., 2017).

No turismo, a elaboração e utilização de aplicativos móveis podem ajudar um destino no seu planejamento, gestão e promoção de marketing, além de proporcionar aos turistas, facilidades de informações, aproximação e escolhas ao destino (RIVERA; CROES; ZHONG, 2016; MARTINS; VILAR; SANTANA, 2018). Considerando-se o turista, o papel da tecnologia evoluiu na sua aplicabilidade como um meio de comunicação e convencimento *on-line*, que auxilia nas necessidades e desejos dos turistas/visitantes (XIANG, 2018).

Nos últimos anos, a tecnologia do celular evoluiu consideravelmente, com dispositivos e sistemas operacionais fornecidos principalmente pelas empresas *Apple*, *Google* e *Microsoft*, cada vez mais aprimorados. Esses avanços vieram acompanhados de aplicativos móveis para facilitar o uso de sistemas convencionais que antes só era possível no acesso pelo computador (HOEHLE; VENKATESH, 2015).

Sabe-se que a velocidade das mudanças ocorridas pela tecnologia, tanto no nível global como no social, tem um poder inovador e transformador. A tecnologia muda a sociedade e, conseqüentemente, a sua economia. Em sua relação com o turismo, passou de uma simples ferramenta de marketing para ser um instrumento de criação de conhecimento.

As mudanças e avanços gerados pelo crescimento da tecnologia na área do turismo impulsionam a criação de novas maneiras e caminhos de criar, transformar e difundir produtos e serviços turísticos através da interconectividade entre pessoas, esteja associada ou não à internet. Estes avanços são acompanhados da criação de diversos aplicativos de dispositivos móveis para auxiliar os envolvidos com o turismo, seja para a oferta e/ou para demanda turística (prestadores de serviços turísticos e/ou turistas).

Aplicativos móveis são programas de *software* desenvolvidos de acordo com o usuário final, elaborados para funcionar fundamentados em um sistema operacional para dispositivos móveis (celular), com objetivo de melhorar as utilidades e proporcionar que os usuários realizem tarefas específicas (DICKINSON et al., 2014; TAN et al. 2017).

Hoehle e Venkatesh (2015) chamam os aplicativos móveis de *softwares* independentes, pois sua usabilidade não precisa de ligação com o computador ou outro equipamento e não interfere no funcionamento de outros programas do celular, além de serem elaborados para funcionar conectados à internet ou não.

Os aplicativos móveis permitem que os usuários acessem uma variedade de serviços e recursos sem a necessidade de um navegador *web*, ou seja, sem o navegar na internet (TAN et al., 2017). Possibilitam que dispositivos inteligentes (*smartphones*) disponibilizem serviços móveis específicos, como informação, acesso a e-mail, entretenimento e facilidades profissionais (RIVERA; CROES; ZHONG, 2016). Procurar informações, realizar transações financeiras, executar atividades corporativas, expor opiniões ou conselhos relacionados a determinados problemas são ações que podem ser mais eficientes, mais rápidas e ter um efeito melhor por meio de alguma aplicação móvel (NOOR et al., 2017).

Antigamente a tecnologia corria para atender a demanda, hoje, a sociedade busca dar um uso ideal à tecnologia, a partir de suas necessidades e expectativas. Os aplicativos existem com a total intervenção humana, visto que, é com o avanço da tecnologia e as exigências do homem que os aparelhos móveis (celulares) passam por atualizações constantes e hoje em dia, os *apps* são uma nova marca para a evolução da metodologia experimental e operacional no campo *mobile*, funcionando como recurso de trabalho e execução de atividades que podem fornecer material de pesquisa, respostas e solicitações a um grande grupo de participantes em tempo real, integrando de forma transparente a experimentação nas atividades diárias de trabalho (ZHANG et al., 2017).

Em vista disso, o uso de novas tecnologias, neste caso, os aplicativos móveis, tem agregado valor ao turismo no sentido de ter a sua aplicabilidade para serviços e/ou produtos turísticos, inserindo processos inovadores no desenvolvimento local/regional da atividade.

A inserção de aplicativos no turismo é enriquecedora no setor de planejamento e gestão por ter todas as informações, planos de ações, regimentos, normas, procedimentos, relatórios, estatísticas, dentre outras funcionalidades, na palma da mão, permitindo o acesso de qualquer lugar.

O uso da tecnologia pode aumentar a eficácia da gestão, a produtividade e a rentabilidade das organizações de turismo, desde que a atitude gerencial seja adaptada ao novo ambiente de negócios e aproveite as novas oportunidades (BUHALIS, 1998).

Muitos destinos turísticos já perceberam a importância da tecnologia móvel aplicada ao desenvolvimento estratégico da atividade, principalmente quando está ligada à transparência de informações, acesso rápido a documentos, comunicação entre várias empresas, formação de experiências turísticas e interatividade. Isso mostra que muitos gestores de turismo, sejam eles público ou privados, estão dispostos a aderir à tecnologia móvel para agregar valor e aumentar a posição competitiva do produto ou destinação (RIVERA; CROES; ZHONG, 2016).

A aplicação móvel invadiu vários campos, inclusive comércio, saúde, marketing, transporte, finanças, serviços e entretenimento (NOOR et al., 2017). A citação dos campos de serviços e entretenimento faz lembrar a área de turismo, que já possui muitos aplicativos, como o Max Milhas, *Booking.com*, *Airbnb*, Trivago, Carteira Viagem, Nativoo Guia de Viagens, *TripAdvisor*, *TripCase*, Levarti Roteiro de Viagem, *Sygie Travel*, entre outros desenvolvidos para auxiliar o turista antes e durante a sua estada em algum lugar. Mas além de ser vantajoso para demanda, também o é para a oferta, que pode inseri-lo nas suas atividades de planejamento, gestão, estratégias, controle, operações e avaliação, tornando-se uma ferramenta de trabalho apropriada ao desenvolvimento do turismo.

O uso estratégico da tecnologia possibilita a realização de processos intra-organizacionais, apoiando um certo nível de integração entre várias funções dentro das organizações. O objetivo é aumentar a eficiência e a produtividade, bem como melhorar o gerenciamento estratégico e operacional da empresa.

Exemplos dentro de uma organização de turismo incluem sistemas de planejamento, de gestão, controle operacional, funções de gerenciamento, pesquisa de demanda, planos de ações, relatórios, entre outros (BUHALIS, 1998).

Várias aplicações úteis estão disponíveis no turismo, apoiando funções inter e intraorganizacionais. Isso muitas vezes fortalece os esforços conjuntos de gestores de empresas diferentes em busca de atingir um objetivo comum, bem como a realização da integração horizontal, vertical ou diagonal de todos os envolvidos no desenvolvimento do turismo (BUHALIS, 1998).

Em suma, a tecnologia pode ajudar as novas formas de gestão, alcançar vantagem competitiva, aperfeiçoar o desempenho da produção, aumentar a circulação da informação e potencializar seu crescimento com novos negócios.

Em continuidade a pesquisa, os próximos capítulos irão relatar, na prática, o auxílio que as vertentes teóricas abordadas fortalecem nos resultados, com início nos procedimentos metodológicos, com propósito de garantir segurança e confiabilidade nas etapas para atingir o resultado, o qual será utilizado como ferramenta de gestão participativa na prática atividade turística. Deste modo, o próximo capítulo tem sua contribuição no estudo para aplicabilidade e prática na entrega do produto de pesquisa.

2 OS CAMINHOS DA PESQUISA

As temáticas planejamento, *cluster* e governança, relacionadas ao turismo, foram escolhidas na tentativa de mostrar as suas intervenções nas transformações de órgãos públicos e privados, juntamente com a sociedade civil, em busca do fortalecimento de uma instância de governança através dos múltiplos papéis dos *stakeholders* no desenvolvimento ordenado do turismo. Assim sendo, para a realização destas ações foi necessário seguir procedimentos metodológicos para condução de resultados satisfatórios.

Então, para início do percurso, esse trabalho foi norteado por elementos característicos da pesquisa qualitativa, associada ao levantamento de dados a respeito das motivações e necessidades de diversos profissionais, entendimento e análise de determinados comportamentos e opiniões com perspectivas dos agentes sociais para com a organização da atividade turística.

Segundo Godoy (1995, p. 21), a pesquisa qualitativa “ocupa um reconhecido lugar entre as várias possibilidades de se estudar os fenômenos que envolvem os seres humanos e suas intrincadas relações sociais, estabelecidas em diversos ambientes”. Esse entendimento ressalta que a pesquisa qualitativa busca compreender as ações, experiências e comportamentos dos agentes sociais diante da sociedade, sendo o elemento humano fundamental para a finalização da mesma (GIL, 2008).

As técnicas empregadas para desenvolver o trabalho foram: pesquisa bibliográfica, documental e de campo (*in loco*). Na pesquisa de campo foram utilizadas algumas técnicas de coleta de dados para auxiliar nos resultados, tais como: observações diretas, sistemáticas e não-participantes, registros fotográficos e entrevistas semiestruturadas.

Quanto ao tipo de pesquisa, foi caracterizada como exploratória, com objetivo de proporcionar visão geral, de forma aproximativa, a respeito de determinado assunto (DENCKER, 2003; GIL, 2008), que utilizou como base inicial a pesquisa bibliográfica para dar sustentação a pesquisa de campo. A análise bibliográfica é uma fonte de identificação e orientação para respostas a um problema de pesquisa, resultando em alicerce para a pesquisa de campo (GIL, 2008).

A pesquisa bibliográfica, também chamada de pesquisa de fontes secundárias (MARCONI; LAKATOS, 2003), compreende toda referência teórica já publicada em relação ao tema estudado. Através da sua análise, o pesquisador tem contato direto com o que foi

escrito, dito ou registrado sobre determinado assunto (MARCONI; LAKATOS, 2003; GIL, 2008). “A pesquisa bibliográfica não é mera repetição do que já foi dito ou escrito sobre certo assunto, mas propicia o exame de um tema sob novo enfoque ou abordagem, chegando a conclusões inovadoras” (MARCONI; LAKATOS, 2003, p. 183).

A fundamentação desta pesquisa se deu a partir de livros, trabalhos acadêmicos (dissertações e teses), artigos científicos e referências de meios eletrônicos em busca de respostas que auxiliaram no desenvolvimento dos objetivos específicos deste estudo. Na literatura nacional, destacaram-se alguns autores que dissertam sobre planejamento turístico e gestão participativa (Petrocchi, 1998; Rose, 2002; Dias, 2003; Molina, 2005; Valls, 2006; Braga, 2007; Fernandes, 2011; Vignati, 2012; Lohmann; Panosso Neto, 2012), competitividade e *clusters* turísticos (Lins, 2000; Beni, 2003, 2006; Cunha; Cunha, 2005, 2006; Thomazi, 2006; Tomazzoni; Costa, 2015; Martins; Fiates; Pinto, 2016), *stakeholders* e governança turística (Araújo, 2000, 2008; Mendonça, 2012; Schiavoni et al., 2013; Tomio; Schmidt, 2014; Trentin, 2016).

Na literatura internacional, pesquisada através do portal de periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal do Nível Superior - Capes/MEC, os autores em destaque foram: Simmons (1994), Rhodes (1996), Porter (1998 e 1999), Sautter; Leisen (1999), Hall (2001) e González (2014).

Outra temática abordada na pesquisa foi a tecnologia no turismo, especificamente a tecnologia de dispositivos *mobile* na governança turística. Sobre o assunto, as discussões ainda são incipientes, sendo este trabalho uma ferramenta de grande contribuição acadêmica para juntar-se aos seguintes autores: Dickinson et al. (2014), Hoehle; Venkatesh (2015), Rivera; Croes; Zhong (2016), Ramos; Mendes Filho; Lobianco (2017), Tan et al. (2017) e Xiang (2018) que possuem importância nessa construção.

O conteúdo abordado no desenvolvimento do aplicativo esteve relacionado diretamente às áreas de Engenharia de *Software* e Tecnologia da Informação, com os autores Magela (2006), Busch; Lodi; Borba (2007); Taurion (2009), Engholm Júnior (2010), Sommerville (2011), Jadeja; Modi (2012), Paula (2013), Lecheta (2014), Heussen; Uslar; Tornelli (2015), Pressman; Maxim (2016), Körbes; Wildner (2016), Gonçalves (2017), Khawas; Shah (2018), Torres (2018) que contribuíram com conceitos e técnicas para a construção do GTur.

A pesquisa foi desenvolvida através do método de abordagem indutivo, que se inicia com a observação de fatos ou fenômenos em busca de conhecê-los. Depois busca-se compará-

los com o objetivo de encontrar as relações existentes entre eles para finalmente chegar-se a uma conclusão, a partir da generalização da relação analisada (GIL, 2008). Buscou-se, pois, observar cada área de estudo (Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados), com análise das suas estruturas, equipamentos, atrativos, recursos, comportamentos e atividades desenvolvidas pelos *stakeholders*.

A partir deste levantamento foi possível realizar comparações, singularidades e semelhanças para uma discussão e conclusão. De acordo com Gil (2008), é com o método da indução que se chega a conclusões possíveis de serem realizadas, isto é, executadas.

Os agentes sociais (*stakeholders*) do produto turístico estuário do rio Vaza-Barris foram observados a partir de dois aspectos: comportamentais - de relação com os demais envolvidos; e estruturais - de características dos equipamentos para oferta ao turista/visitante, detalhados no quadro 1 com a sequência de como se deu a técnica de observação.

Quadro 1 - Sequência da técnica de observação inicial.

| Aspecto Comportamental | Aspecto Estrutural |
|--|---|
| 1 - Análise de comportamento não verbal entre <i>stakeholders</i> (gestos, expressão corpórea) | 1 - Equipamentos de infraestrutura básica |
| 2 - Comunicação com clientes | 2 - Equipamentos turísticos (existência e ausência) |
| 3 - Análise de negociações com clientes | 3 - Recursos naturais existentes |
| 4 - Comportamentos no início e fim do dia de trabalho | 4 - Análise dos transportes náuticos |
| 5 - Análise de comportamento de ajuda mútua entre os <i>stakeholders</i> | 5 - Oferta de alimentos e bebidas (preços e variedades – cardápios) |

Fonte: Elaboração própria, 2017.

Além da análise de cada atrativo que o compõe. Após isso, buscou-se unificar as relações entre ambos para compor as funcionalidades que melhor atendem a solução de organizar a atividade turística, não só dessa área, mas também de outras que necessitem do mesmo produto tecnológico para sensibilização, participação e ordenamento do turismo.

Para elaboração do aplicativo GTur, produto deste trabalho, o primeiro passo foi a vivência de campo para coleta de dados, sendo esta “a fase do método de pesquisa que tem por objetivo obter informações sobre a realidade” (DENCKER, 2003, p. 137) e colher expectativas para o desenvolvimento ordenado da atividade turística através da tecnologia.

A coleta de dados visou também identificar variáveis quantitativas e qualitativas relacionadas ao funcionamento real destes atrativos, a fim de ter conhecimento sobre fluxo de visitantes, papel do setor público, além do nível de organização das atividades, de capacitação

profissional, as relações mantidas entre os *stakeholders* envolvidos na atividade turística na zona costeira do rio Vaza-Barris e perspectivas acerca do uso de um produto tecnológico entre eles.

Assim, após o levantamento bibliográfico, iniciou-se a metodologia da pesquisa de campo, a partir de duas técnicas: a observação e a entrevista. A técnica da observação geralmente é aplicada em primeiro lugar, combinada com a entrevista. Em trabalhos de caráter qualitativo, as entrevistas são predominantes e aplicadas tanto de modo mais descontraído, sem perguntas prontas e já formuladas ou de maneira mais formal, com protocolos e questionamentos diretos e sequenciais (GODOY, 1995).

No primeiro momento, foram realizados registros fotográficos e visitas de observação direta e não-participante, em que o pesquisador vê de forma natural e informal os fatos, distante da comunidade, como um espectador, evitando ao máximo se envolver com os fatos, objetos ou fenômenos observados (GIL, 2008).

Segundo Marconi e Lakatos (2003, p. 193), a observação não-participante “presencia o fato, mas não participa dele; não se deixa envolver pelas situações. Isso, porém, não quer dizer que a observação não seja consciente, dirigida, ordenada para um fim determinado. O procedimento tem caráter sistemático”.

Vale destacar que as primeiras observações sistemáticas foram realizadas entre agosto e dezembro de 2017. Este tipo de observação, também chamada de estruturada, planejada ou controlada, tem como característica principal o planejamento prévio do que vai ser observado, com uso de anotações, gestão do tempo e periodicidade, utilizando também recursos técnicos, mecânicos e/ou eletrônicos (MARCONI; LAKATOS, 2003).

Nesse período foram realizadas oito visitas, em diferentes datas, mas nos mesmos horários - chegada na Orla Pôr do Sol às 08h da manhã com partida para Ilha dos Namorados e depois Crôa do Goré com retorno para Orla Pôr do Sol às 13h aproximadamente, onde a permanência era até às 17h.

O plano de observação se constituiu nas atividades desenvolvidas para o turismo e por quem eram realizadas, além de fluxo de visitantes, prestação de serviços, equipamentos de trabalho, realização de atendimento, relacionamento entre *stakeholders*, etc.

A observação é o uso dos sentidos com objetivo de obter as informações necessárias para o caminhar da pesquisa. A observação, na visão de Gil (2008), mostra que os fatos são

percebidos diretamente, reduzindo assim a subjetividade que ocorre num processo de investigação social.

No segundo momento da pesquisa, foi realizado levantamento dos dados primários através de entrevistas semiestruturadas (Apêndices A, B e C) com profissionais envolvidos com a gestão do turismo na zona estuarina do rio Vaza-Barris.

De acordo com Dencker (2003), a entrevista semiestruturada dá maior liberdade ao pesquisador, pois possui um roteiro de questões, que parte de certos questionamentos básicos da pesquisa e oferecem amplo campo de informações adicionais surgidas à medida que se recebem as respostas do entrevistado.

A entrevista estabelece um roteiro a ser seguido, utilizando como instrumento para coletar os dados o questionário com perguntas abertas e fechadas. As variáveis utilizadas foram: intervenção pública; procedimentos de atividades; qualificação profissional; impactos do turismo; mudanças sociais; uso da tecnologia no turismo; e as relações entre *stakeholders*. Esta técnica metodológica tradicional gerou bons resultados na fase inicial da pesquisa, com fornecimento de dados importantes para a construção do produto.

No primeiro momento da entrevista, além de explicar antecipadamente a cada entrevistado qual o nível de colaboração para o desenvolvimento da pesquisa, transmitir segurança e confiabilidade para garantir a participação voluntária e a não desistência no decorrer da entrevista, foi informado que a técnica utilizada para coletar os dados foi a gravação do som da voz do entrevistado. Esta operação é proposta por Godoy (1995, p. 27), cujo relato afirma que “a entrevista poderá ser gravada, se houver concordância do entrevistado, ou pode-se tomar algumas notas. A gravação, evidentemente, torna os dados obtidos mais precisos”.

Todas as entrevistas foram agendadas previamente, estruturadas por um roteiro com questões abertas, possibilitando flexibilidade e abertura a outras indagações que surgissem ao longo do processo, respondidas por uma amostra de 13 indivíduos, representantes de categorias distintas, mas associadas à atividade turística da Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados.

Esta amostra se constituiu de representantes dos setores privado, público, terceiro setor e comunidade, das seguintes instituições: Secretaria Municipal de Turismo de Aracaju; Capitania dos Portos de Sergipe – Marinha do Brasil; Empresa Municipal de Serviços Urbanos de Aracaju (EMSURB); Conselho das Associações de Moradores dos Bairros Aeroporto,

Jabotiana e Zona de Expansão de Aracaju (COMBAZE); Governo de Sergipe através do Programa de Desenvolvimento do Turismo de Sergipe (PRODETUR); Associação Sergipana dos Proprietários de Embarcações de Transporte de Turismo (ASPETUR); Associação Comunitária de Desenvolvimento do Povoado Mosqueiro; Agência Betão Turismo; Vendedor ambulante; Restaurante O Zodíaco; Agência Solares Catamarã; e Agência FarolTur

As entrevistas com os profissionais foram realizadas mediante assinatura do TCLE e do documento de Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome do Entrevistado (Apêndices D e E). O TCLE é um documento explicativo, que apresenta informações que necessitam estar descritas de forma objetiva e de fácil entendimento, com atenção para destacar os riscos, benefícios, a metodologia e os objetivos da pesquisa.

De acordo com o TCLE, os entrevistados tiveram sua identidade preservada, em absoluto sigilo e confidencialidade, com os dados transcritos e destacados através da caracterização grupal do setor e anônima individualmente, como mostra o quadro 2:

Quadro 2 - Identificação dos profissionais entrevistados.

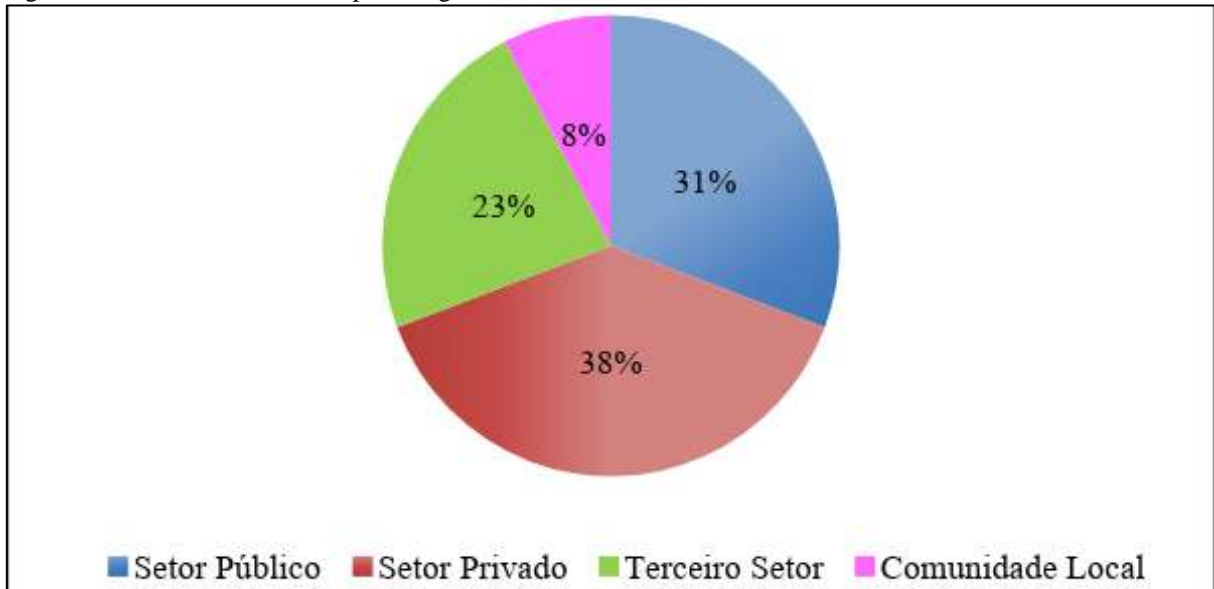
| Grupo de Entrevistado | Setor |
|------------------------------|------------------|
| A | Privado |
| B | Público |
| C | Terceiro setor |
| D | Comunidade local |

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Referente aos *stakeholders* da área de estudo, para ter conhecimento quantitativo acerca da amostra que foi entrevistada, a figura 5 apresenta o perfil dos *stakeholders* no que tange ao setor que cada um representa. Independentemente do número da amostra, no universo total de agentes sociais no estuário do rio Vaza-Barris, a maioria é formada pelo setor privado, em que empreendedores e empresários compõem a oferta turística com restaurantes, bares, agências de passeios/receptivo, compras, lazer e prática de esporte, por isso tem uma representação maior de 38%, como mostra a figura 5.

A comunidade local, formada por representantes importantes, como moradores antigos, que vivem da pesca ou do comércio ambulante, por meio de alguma atividade associada, muitas vezes, ao turismo do estuário do rio Vaza-Barris, possui a menor proporção (8%), mas que também tem sua participação de forma direta no terceiro setor, com a força da Associação de Moradores e da ASPETUR, as quais são formadas por indivíduos da comunidade, que, agora possuem mais espaço para opinar e contribuir com o desenvolvimento dessa região.

Figura 5 - Perfil de stakeholders por categoria de setor.



Fonte: Pesquisa de campo, ago. 2018/ jan. 2019.

Neste momento de contato direto com cada *stakeholder*, as entrevistas foram aplicadas com alguns agentes da gestão pública, moradores locais que vivem do turismo e são representantes de associações de moradores e pescadores, no grupo do segmento do terceiro setor e gestores privados, para coletar opiniões, principalmente acerca da intervenção pública para o desenvolvimento do turismo na área estudada. As entrevistas foram realizadas entre os meses de agosto a dezembro de 2018, durante a semana, em horários alternados, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados. Neste mesmo período foram entrevistados os empreendedores da iniciativa privada de bares, restaurantes, agências de receptivo e demais prestadores de serviço das áreas de estudo.

Logo após, no mês de janeiro de 2019, houve o momento de contato com a gestão pública municipal, através da SEMICT, com análise através de pesquisa documental e por meio de entrevistas (Apêndice B) para saber quais ações foram e serão realizadas nas áreas de estudo, quais relações mantêm com os demais *stakeholders* envolvidos com o turismo na zona estuarina do rio Vaza-Barris, entre outras variáveis que nortearam a construção e entrega do produto final deste trabalho.

A pesquisa documental foi coletada exclusivamente em órgãos públicos, porque, conforme afirma Gil (2008), são materiais que não receberam ainda um tratamento analítico, ou que podem ser reelaborados em busca de novas informações complementares. Assim, o material de planejamento ou de ações para o estuário do rio Vaza-Barris foi coletado através de documentos oficiais.

Após a pesquisa de campo qualitativa, foram realizadas as transcrições das entrevistas e ponderadas com elementos que colaboraram para a elaboração do aplicativo móvel de governança turística, cuja proposta foi uma ferramenta com orientações para o desenvolvimento do turismo de forma mais participativa e integrada.

O *app* denominado Governança Turística (GTur), é um tipo de guia digital para orientar na formação de uma governança turística. Através dele, os *stakeholders* envolvidos no desenvolvimento de um produto, *cluster* ou destino turístico, são orientados a seguir normas, padrões, modelos de organização da atividade que exercem no turismo, de forma igualitária e participativa. Além de ser uma ferramenta para armazenar todas as informações que regem a efetiva gestão e ordenamento da atividade turística, em prol de retorno econômico, social e sustentável. O GTur também é um facilitador de aproximação e cooperação do poder público com gestores privados, terceiro setor e comunidade local de um determinado produto/destino turístico.

O aplicativo foi construído a partir de um modelo denominado de cascata, utilizado na Engenharia de *Software* para elaboração de aplicativos, cujo propósito é dividir a construção em fases/etapas até a sua entrega. Este método foi estudado a partir das concepções apresentadas pelos autores Engholm Júnior (2010), Sommerville (2011), e Pressman e Maxim (2016), em que as fases de desenvolvimento do GTur foram divididas em planejamento, levantamento de funcionalidades (requisitos), projeto (*design*), implementação, teste, implantação, manutenção e alterações.

Durante a construção do aplicativo, percebeu-se a necessidade de utilizar o modelo de prototipação nas fases de projeto e design, com a inserção dos dados das etapas anteriores e início da sua usabilidade, em que foi verificado se os requisitos propostos eram uma solução adequada para o cliente. A partir do projeto em forma de protótipo, as demais fases foram complementares para gerar o produto final demonstrando a sua viabilidade para responder o objetivo geral deste trabalho.

De acordo com os resultados obtidos nas entrevistas foram formados os requisitos funcionais com menu de Governança; Demanda; *Quiz* e Divulgação, estabelecidos com abas de: 1) Conselho Administrativo formado pelos *stakeholders*; 2) Planos de ações com alimentação de prazos de início e término e os responsáveis; 3) Treinamentos lúdicos através de *quizzes* nos temas: educação ambiental, postura profissional, acessibilidade, atendimento ao cliente, satisfação de clientes, primeiros socorros, turismo náutico entre outros; 4) Direitos e

deveres para padronização e organização de atividades/serviços conforme a legislação municipal, além de normas e procedimentos municipais e federais advindas da Marinha, ABNT e PMA, além de link exclusivo para acessar o Procon do estado de Sergipe; 6) Informações sobre cada *stakeholder* com ficha de avaliação dos seus serviços (Apêndice F); 7) Pesquisa de demanda com emissão de relatório estatístico gerado pelo próprio *app*; 8) Formulário para fiscalização pública de ambulantes e barqueiros (Apêndice G); e 9) Atas de reuniões com modelo fixo (Apêndice H).

A fase de testes de usabilidade foi realizada com três usuários para avaliar e analisar 5 requisitos: velocidade, usabilidade, design, conteúdo e funcionalidade. O propósito foi verificar se esta ferramenta, o GTur, era útil e fácil de usar, baseado no critério de pontuação de 0 a 10 para cada uma das 5 condições informadas. Através do resultado desta etapa, foi possível saber se a solução tecnológica seria aceita ou não para a sociedade, em específico, os agentes sociais envolvidos com a gestão do turismo.

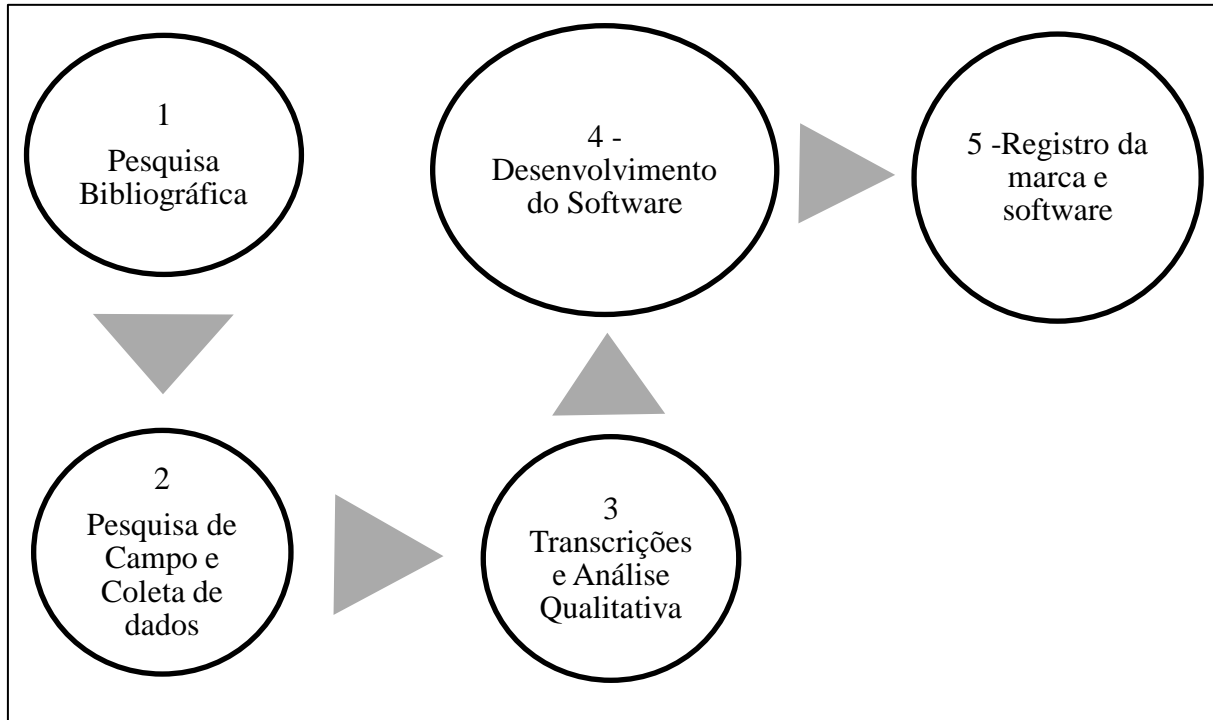
Referente aos requisitos, a velocidade foi escolhida para verificar a facilidade de movimentos no *smartphone* das mudanças de tela, abas e menus; a usabilidade foi avaliada para definir a facilidade com que os usuários localizam as informações no aplicativo (tecnologia) para ajudá-las em alguma tarefa, podendo ser de utilização eficiente e prática, além de aumentar seu desempenho em alguma atividade, pessoal e/ou profissional; o design para saber cores, formatos de imagens, tamanhos das fontes e dos botões, além da harmonia com a marca do produto.

O conteúdo foi uma categoria importante na avaliação para saber dos usuários se eram pertinentes a temática principal de governança e gestão; e por fim o requisito funcionalidade foi inserido com a perspectiva de testar as finalidades de cada menu proposto, saber se as atividades estavam operando sem incongruências para dar o resultado pretendido, ou seja, como o *software* se comporta conforme definido na etapa planejamento do modelo cascata.

Logo após, o próximo caminho foi o registro do software e marca do GTur no INPI, através do NIT, setor localizado no IFS, com objetivo de proteger e resguardar para não ser utilizada por terceiros para outros fins, além de garantir direito exclusivo ao seu titular/inventor para futura comercialização em outros atrativos, produtos ou *clusters* turísticos.

A figura 6 demonstra, de forma objetiva, todos os procedimentos realizados na metodologia dessa pesquisa:

Figura 6 - Etapas do procedimento metodológico da pesquisa.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

3 O ESTUÁRIO DO RIO VAZA-BARRIS: UM PRODUTO TURÍSTICO

Este capítulo apresenta os atrativos turísticos que compõem o estuário do rio Vaza-Barris, como forma de justificar o motivo de denominá-lo de produto turístico. Formado por quatro tópicos, refere-se primeiro à descrição de toda zona estuarina, com informações acerca de investimentos de planos e programas de turismo, elementos geográficos que fortalecem e impulsionam esta área para o desenvolvimento da atividade turística, além de conteúdos sobre os equipamentos turísticos construídos, infraestrutura básica, o perfil de residentes e a presença da atividade pesqueira que resiste e divide espaço na economia da região.

Os demais tópicos, relatam as características e fatores pertinentes à atividade turística dos atrativos Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, com a finalidade de atestar a existência da demanda turística e os elementos da oferta, tanto na prestação de serviços, como nos seus recursos naturais.

Para o andamento da pesquisa, é essencial conhecer toda a dinâmica da área de estudo. O estuário do rio Vaza-Barris possibilita conhecer os perfis de turistas/visitantes e de *stakeholders*, com a possibilidade de obter informações sobre comportamentos, consumos, negociações, relações interpessoais entre outras características relacionadas também aos equipamentos e estruturas existentes.

É preciso apresentar as facilidades e motivos de atratividade ofertados para o turista/visitante. Estas descrições constituem este capítulo, inclusive para auxiliar na resolução da problemática de pesquisa, como forma de visualização de aspectos positivos e de melhorias para a elaboração do aplicativo GTur.

3.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DA ÁREA DE PESQUISA

O planejamento e a gestão são responsabilidades árduas que compõem um cenário consolidado para o desenvolvimento do turismo e como diz Silva (2016, p. 116): "A necessidade de organização do espaço para uso turístico direciona a atenção do Estado para sua competência de planejamento". A partir dessa afirmação, os destinos que fazem do turismo uma atividade relevante para sua sociedade e economia, demandam dedicação de seus agentes sociais para desenvolvê-la de maneira organizada, participativa e sustentável.

Os agentes sociais são os principais elementos incumbidos pelo desenvolvimento da atividade como um todo, pelo seu planejamento, execução, gestão e controle contínuos (ELICHER, 2012). A trajetória do turismo vem acompanhada de conquistas a respeito de seu planejamento, qualificação e desenvolvimento, através da intervenção dos agentes sociais. Aliada a um conjunto de atividades com propósito de apresentar políticas nacionais e/ou regionais a partir da formulação de planos de desenvolvimento e programas regionais ou locais.

O BNB, apoiado pelo BID, influenciou e transformou o turismo no Nordeste brasileiro a partir da década de 90 do século XX, com a articulação para instituir o Programa de Desenvolvimento do Turismo (PRODETUR). Sobre o referido, destaca-se que:

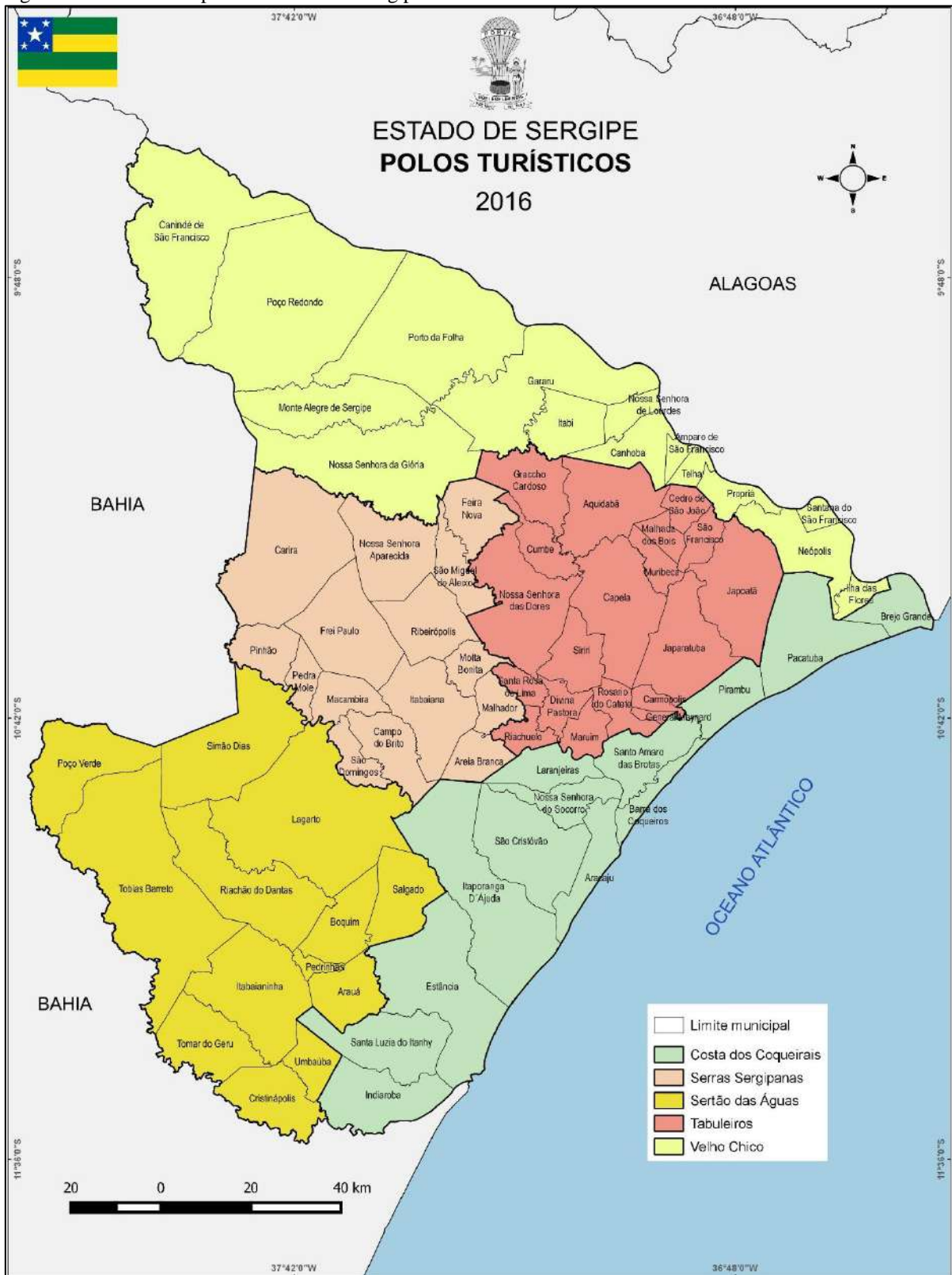
o programa inicia oficialmente as atividades em 1994, com o PRODETUR NE I, sendo finalizado em 2005. Amplia as áreas de atuação nos Estados em 2002 com o PRODETUR NE II que finaliza em 2010 e em 2008 entra na terceira fase sob a denominação de PRODETUR Nacional. A atuação do PRODETUR se dá com o financiamento de obras de infraestrutura tais como: saneamento, transportes, urbanização, com projetos de proteção ambiental e do patrimônio histórico e cultural. Projetos de capacitação profissional e fortalecimento institucional das administrações de estados e municípios (BARBOSA; CORIOLANO, 2017, p. 78-79).

Uma das ações da primeira fase do PRODETUR, com intuito de planejamento, investimento e promoção da estrutura espacial do turismo no Nordeste, foi definir regiões, polos turísticos ou polos de desenvolvimento (SILVA, 2012, 2016; SANTOS, 2017). Esse procedimento foi o primeiro passo para organização da oferta turística, a partir da representatividade econômica e social do turismo para alavancar o desenvolvimento do setor nestes polos.

Os polos foram constituídos com os seguintes objetivos: 1) consolidar a cadeia produtiva do turismo; 2) identificar os principais produtos turísticos das localidades do polo; 3) gerar emprego e renda; 4) salvaguardar os patrimônios naturais e culturais; e 5) propiciar o progresso da qualidade de vida da população local (SANTOS, 2017).

Nesse contexto, Sergipe foi dividido em 5 polos turísticos, compostos por vários municípios que possuem características semelhantes, como aspectos históricos, culturais, ambientais, econômicos e/ou geográficos, conforme apresenta a figura 7, denominados de Polo Serras Sergipanas; Velho Chico; Tabuleiros de Sergipe; Sertão das Águas; e Costa dos Coqueirais (SERGIPE, 2013).

Figura 7 – Divisão dos polos turísticos de Sergipe.



Fonte: Diretoria Geral de Geografia e Cartografia DGEC/SUPES/SEPLAG, 2016. Observatório de Sergipe, 2018.

É função do MTur definir a quantidade de municípios em cada polo turístico, em 2013 eram 37 dos 75 existentes no estado. Com a estruturação do novo Mapa do Turismo Brasileiro,

que periodicamente passa por atualizações, foram definidos 58 municípios divididos nos 5 polos turísticos sergipanos (figura 8).

Figura 8 - Mapa dos polos turísticos de Sergipe após categorização.



Fonte: Secretaria de Estado do Turismo de Sergipe, 2018.

O quantitativo de municípios foi alterado a partir da sua categorização, instrumento elaborado pelo MTur com a finalidade de verificar o desenvolvimento do turismo na economia dos municípios dos polos ou regiões turísticas e assim facilitar o direcionamento de recursos, aprimorar a gestão do turismo e implementar políticas nesses municípios selecionados (BRASIL, 2016; 2018). A inserção de novos municípios nos polos se deu a partir do cumprimento em possuir quantitativo das variáveis apresentadas no quadro 3:

Quadro 3 - Quatro variáveis para verificação da economia do turismo no município.

| Variável | Fonte de Coleta |
|--|---|
| Quantidade de Estabelecimentos de Hospedagem | Pesquisa de Serviço de Hospedagem - IBGE |
| Quantidade de Empregos em Estabelecimentos de Hospedagem | RAIS/Ministério do Trabalho e Emprego |
| Quantidade Estimada de Visitantes Domésticos | Estudo de Demanda Doméstica - FIPE/MTur |
| Quantidade Estimada de Visitantes Internacionais | Estudo de Demanda Internacional – FIPE/MTur |

Fonte: BRASIL, 2018.

O Polo Costa dos Coqueirais foi o primeiro a receber investimentos do PRODETUR NE I, a partir do desenvolvimento do PDITS, por ser considerada uma região com predominância de atividades voltadas para o desenvolvimento do turismo local. O objetivo era estimular o ordenamento e planejamento turístico dos municípios, a fim de aproveitar as qualidades e capacidades turísticas de cada um, de modo a enfatizar e valorizar os segmentos atuais e potenciais, sem esquecer a manutenção dos recursos naturais e a valorização da população local (SILVA, 2012; SERGIPE, 2013).

Segundo Silva (2012) e Santos (2017), o PDITS é uma ferramenta metodológica para gestão e tomadas de decisões, com a finalidade de nortear o crescimento do turismo por meio do desenvolvimento social, cultural, ambiental, político e econômico dos municípios a partir de uma estrutura de participação da sociedade de modo cooperado, descentralizado e sustentável.

O Polo Costa dos Coqueirais engloba 13 municípios do litoral sergipano, apresentados na figura 9, localizados no Baixo São Francisco, no Leste Sergipano, na Grande Aracaju e no Sul Sergipano, "onde está a maior concentração de equipamentos de apoio ao turismo e os principais portões de entrada do fluxo aéreo por Aracaju, e do rodoviário pelo litoral Sul na ligação com o estado da Bahia" (SILVA, 2016, p.113).

Figura 9 - Localização dos municípios do Polo Costa dos Coqueirais, Sergipe.



Fonte: PDITS. SERGIPE, 2013.

Os 13 municípios referidos na figura 9 são: Aracaju, Barra dos Coqueiros, Brejo Grande, Estância, Indiaroba, Itaporanga d'Ajuda, Laranjeiras, Nossa Senhora do Socorro, Santa Luzia do Itanhy, Pacatuba, São Cristóvão, Pirambu e Santo Amaro das Brotas (SERGIPE, 2013). São municípios, em sua maioria, com características turísticas, limitados por curtas distâncias e com uma oferta de diferentes alternativas para passeios nos segmentos culturais, ecológicos, de aventura, sol e mar, lazer, gastronômicos, náutico e fluviais, religioso, de eventos e negócios.

Aracaju é o município a que se dá ênfase neste trabalho, o qual, de acordo com o estudo de competitividade realizado pelo MTur, é o único destino indutor de desenvolvimento regional em Sergipe, que recebe esta caracterização por dispor de uma expressiva quantidade de atrativos para visitação e por gerar e propagar fluxos turísticos para os demais municípios, com o efeito de afetar positivamente a esfera socioeconômica, em busca de desenvolvimento para a região na qual está inserido (BARBOSA, 2008).

Os destinos indutores são constituídos de infraestrutura básica e turística e com atrativos capazes de motivar e captar um relevante quantitativo de turistas para seu entorno, caracterizado como núcleo receptor e/ou emissor de fluxos, com o propósito de fomentar a economia da região onde estão inseridos (BARBOSA, 2008; BRASIL, 2009).

Assim, é possível afirmar que as facilidades, potencialidades e equipamentos apresentados em Aracaju tornam-se uma importante justificativa para receber os devidos investimentos e qualificações necessárias no Polo Costa dos Coqueirais, a fim de beneficiar, de um modo geral, os municípios na geração de qualidade e competitividade no turismo como consta no documento citado a seguir:

O balanço geral dos índices de competitividade de Aracaju como destino indutor do desenvolvimento turístico regional, em específico do Polo Costa dos Coqueirais do qual a cidade faz parte, indica uma oportunidade de desenvolvimento das atividades turísticas com foco na melhoria dos serviços e equipamentos turísticos e dos atrativos, tendo como foco os aspectos ambientais e culturais e o apoio à economia local (SERGIPE, 2013, p. 15).

Em vista disso, uma variada segmentação do turismo compõe o potencial do Polo Costa dos Coqueirais, com Aracaju na localização de área central do Polo, conforme figura 9, tem seu destaque para o turismo de sol e praia e atividades náuticas, de lazer e de pesca principalmente na zona estuarina do rio Vaza-Barris.

Desta maneira, como relata o documento, é possível observar que "em todo o território destaca-se a presença dos mangues, dunas e reservas de Mata Atlântica, formando conjuntos

peculiares para o desenvolvimento do ecoturismo agregando segmentos complementares que atendem à expectativa dos turistas" (SERGIPE, 2013, p. 75).

A fim de desenvolver a atividade turística, Aracaju dispõe de diversos equipamentos e atrativos turísticos e, neste estudo em específico, é priorizada a zona estuarina do rio Vaza-Barris e seus atrativos: Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, os quais apresentam os aspectos ambientais desejáveis e apoio à economia local em evidência, para o turismo, pois já fazem parte do cotidiano da comunidade local, notada e especificamente a partir do povoado Mosqueiro, onde está situada a Orla Pôr do Sol com os pontos de embarque para Crôa do Goré e Ilha dos Namorados.

Aracaju está localizada no litoral e é banhada pelos rios Sergipe, Vaza-Barris e seus afluentes (SANTOS, 2013). O rio Vaza-Barris nasce na Bahia e desemboca em Sergipe, onde se encontra com o mar entre Aracaju e Itaporanga D'Ajuda. Seu baixo curso tem início entre os municípios sergipanos de Simão Dias e Pinhão, abrangendo 14 municípios até chegar a sua foz.

É importante ressaltar que as águas do rio Vaza-Barris em alguns municípios não podem ser utilizadas para o consumo humano, industrial ou irrigação devido à elevada concentração de rochas suscetíveis à salinização. Já na sua desembocadura, o rio serve para o desenvolvimento de atividades náuticas, de lazer e outras mais afetas ao turismo (SANTOS, 2013a).

O estuário do rio está inserido na APA da Foz do rio Vaza-Barris, criada em 30 de março de 1990 pelo Decreto estadual Lei nº. 2.795 (SOUSA, 2011). Está localizado entre limites dos municípios de Aracaju, São Cristóvão e Itaporanga D'Ajuda, que de acordo com Santos (2013) são áreas estuarinas e praianas, com características favoráveis ao desenvolvimento de atividades turísticas para atender à segmentação de sol e praia, lazer e programação histórico-cultural.

Do ponto de vista de Barbosa e Coriolano (2017), as áreas litorâneas geralmente são ocupadas por comunidades pesqueiras, que convivem com casas de veraneio, hotéis, parques, *resorts*, serviços urbanos, além do próprio atrativo natural, elemento de motivação para investimentos do turismo. A afirmação de ambos descreve bem a área do estuário do rio Vaza-Barris, que em suas margens apresenta suntuosas casas de veraneio, e no entorno, a comunidade local que vive da pesca, da cata do marisco, do extrativismo e de outras atividades.

As pessoas com poder aquisitivo mais alto mantêm suas grandes e luxuosas mansões de veraneio às margens do rio Vaza-Barris, conforme é possível observar na figura 10 e como destaca Sousa (2011, p. 175): "Em alguns pontos do estuário, especialmente nas proximidades do povoado Mosqueiro, ocorre a ocupação das margens para a implantação de loteamentos, condomínios e residências".

Figura 10 - Residências na margem do rio Vaza-Barris.



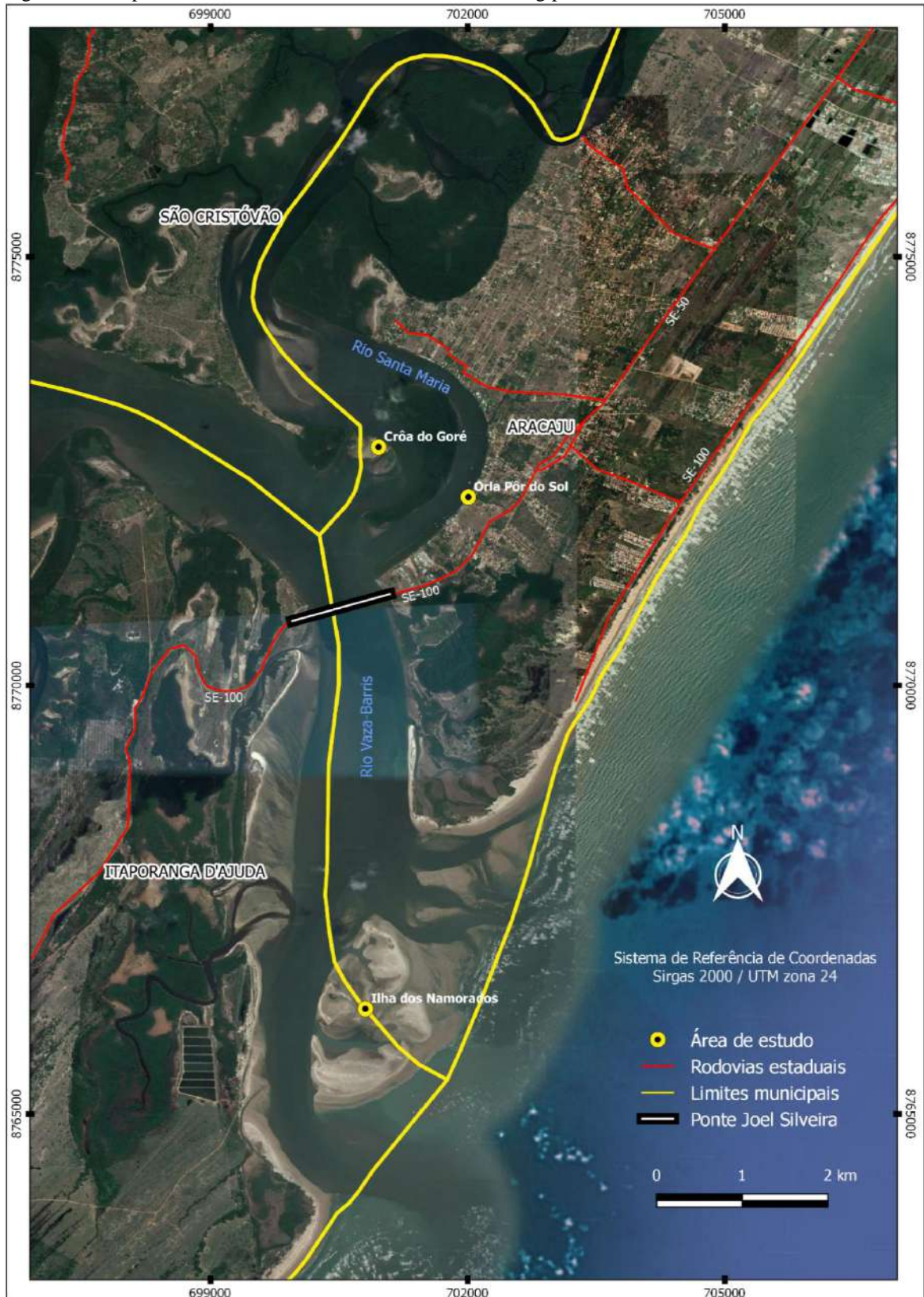
Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Essas residências foram construídas em terraços fluviomarinheiros, em sítios ou em condomínios e são dotadas geralmente, de piscina, quadra de esporte, píer individual (atracadouro) entre outros equipamentos que favorecem a contemplação da bela paisagem do rio e do meio ambiente, e ainda das práticas e atividades de lazer náutico (FRANÇA, 2011).

Através da figura 11, no mapa é possível visualizar os três atrativos que constitui o produto turístico estuário do rio Vaza-Barris, os quais são as áreas de estudo para o desenvolvimento da pesquisa. A realidade que circunda esses locais apresenta forte uso turístico, através de agências de viagens, empreendedores independentes e visitantes/turistas,

que mediante a comercialização e fluxo de demanda tornam o estuário um produto de referência em Sergipe (CONCEIÇÃO, 2015).

Figura 11 - Mapa da zona estuarina do rio Vaza-Barris, em Sergipe no ano de 2018.



Fonte: Malha municipal IBGE, 2015; Google Earth, 2018. Organização de Leylane Menezes Martins e elaboração de Cleverton dos Santos, 2018.

Outro aspecto importante a notar é que os atrativos estão localizados na ZEU, que está localizada na parte Sul, a partir do povoado Mosqueiro, distando 18km do centro da cidade, sendo comercializados por agentes sociais em busca de fortalecimento do turismo na capital, já que "de maneira geral, os morros, a vegetação, os rios e os córregos e, sobretudo, o estuário, o manguezal, o mar e a mansidão da planície litorânea, apresentam na zona de expansão elevada qualidade ambiental" (VILAR, 2010, p. 63), com propensão de atrair visitantes/turistas.

A ZEU definida pela Lei Municipal de nº 873, de 01 de outubro de 1982, tem como limites o rio Vaza-Barris e o rio Santa Maria ao Sul, o Oceano Atlântico ao Leste, o município de São Cristóvão e o bairro Santa Maria a Oeste e o bairro Aeroporto ao Norte. Com uma área aproximada de 50km², o seu acesso, desde o centro histórico de Aracaju, se dá pela rodovia SE-050 (Rodovia dos Náufragos), com um trecho da SE-100 (Rodovia José Sarney). (VILAR, 2010; ARACAJU, 2015).

De acordo com Vilar (2010) e Conceição (2015), o Mosqueiro foi formado na área de expansão urbana de Aracaju, a partir de comunidades rurais tradicionais e ribeirinhas, com trabalhadores rurais (tiradores de coco) e pescadores. Mas, não só o Mosqueiro, como toda a zona de expansão, passou por um processo de transformação do rural para o urbano, com loteamentos ocupados em maioria por casas de veraneio. Lerner (2014) valida esta informação na elaboração do documento Diretrizes de Ocupação Urbana do Mosqueiro, aonde:

as comunidades que ali vivem, conformadas em ocupações tradicionais e que mantêm uma relação de dependência com os recursos naturais, principalmente relacionados à pesca e atividades rurais, já sentem a influência do processo ainda incipiente de transformação na ocupação da região e da intensificação das suas relações com Aracaju. Esse processo de ocupação tem-se caracterizado, sobretudo, pela implantação de conjuntos populares e condomínios horizontais, que ocorrem de forma fragmentada e em regiões distintas do território, além de moradores da capital que passaram a ter nos povoados suas casas de veraneio ou mesmo moradias permanentes (LERNER, 2014, p. 10).

Ainda conforme a figura 11, e com destaque a figura 12, a Ponte Jornalista Joel Silveira é uma importante obra de infraestrutura que mudou a paisagem local do estuário do Vaza-Barris. Inaugurada em 2009, faz parte da Rodovia SE-100 Sul, e foi construída com objetivo de ligar Sergipe à Bahia pelo litoral, a partir da área do povoado Mosqueiro, em Aracaju, com as praias do litoral Sul de Sergipe, até a Linha Verde (BA-099), com acesso a Salvador, na Bahia, a fim de diminuir o tempo de deslocamento e criar possibilidades para atrair investimentos

hoteleiros e aumentar o fluxo turístico através da ligação entre o litoral Norte da Bahia e o Sul de Sergipe.

Figura 12 - Vista aérea da Ponte Jornalista Joel Silveira.



Fonte: Sandro Stéfano Azevedo. Projeto Sergipe Visto de Cima, 2017.

França (2011, p. 111) ressalta que "todos esses empreendimentos estão inseridos numa política regional de incentivo à ocupação de áreas litorâneas voltadas para o uso turístico e de lazer", visto que a nível nacional pode-se citar os projetos de intervenção urbana executados no âmbito do PRODETUR/NE, que tem no litoral nordestino a concentração de seus investimentos.

Em Sergipe, foram alocados recursos provenientes de convênios firmados com o MTur, operação em que se destacou a matriz de projetos, fontes e prioridades de investimentos no PDITS, versão 2001/2003, do Polo Costa dos Coqueirais. No componente Transportes, no item rodovias consta no documento a proposta de construção de ponte sobre o rio Vaza-Barris.

No período de 2008 a 2011, para terminar a construção da ponte, foram necessários investimentos realizados pelo poder público, complementares aos do PRODETUR, para assim ter uma melhoria na condição de acessibilidade, além de um equipamento de integração entre o litoral Sul sergipano e o litoral Norte da Bahia com benefícios para os empreendimentos turísticos, hoteleiros e imobiliários já existentes e com possibilidades para surgimento de novas iniciativas (SERGIPE, 2013).

A Ponte Jornalista Joel Silveira, um investimento planejado para o turismo, evidencia um importante vetor para facilitar o acesso ao estado sergipano por turistas da Bahia e vice-

versa, pois é através do turismo que os agentes sociais efetivam sua contribuição para valorização da terra e sua transformação em destino turístico.

Com relação à pesca, é visível também no estuário do rio Vaza-Barris a atividade pesqueira, predominante em comunidades costeiras, de importância social e econômica no sustento de algumas famílias. Mas em virtude da urbanização às margens do rio e até mesmo do desenvolvimento de novas atividades relacionadas ao turismo, a referida atividade sofreu redução. Ao relacionar a pesca ao turismo, é importante registrar o depoimento do entrevistado C, pescador e filho de pescador, que hoje trabalha em um condomínio residencial no Mosqueiro:

O turismo atrapalhou o pescador, porque é muita embarcação dentro do rio, as embarcações movimentando o tempo todo, e ainda tem embarcação parada nos pontos que antigamente nós pescava. Tem muita gente que vive da pesca, a maioria vive da pesca, os filhos dessa nova geração, começou com os pais pescando, mas foram partindo para outro trabalho porque pescaria hoje já deu. Antigamente chegava com 100, 200, 300 kg de peixe, quando era fraco dava 30, 40kg de peixe. Hoje o bom é conseguir 40 kg de peixe. Era uma variedade de peixe. Você não via motor dentro do rio (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

Desta forma, através da figura 13, é possível visualizar um pequeno quantitativo de embarcações de pescadores na Orla Pôr do Sol, que utilizam a pesca para o autoconsumo familiar e comercialização do excedente.

Figura 13 - Barcos de pescadores às margens do rio Vaza-Barris na Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

As áreas naturais são verdadeiros atrativos para as pessoas conhecerem, aproximando-se de diversas espécies da fauna e flora. A presença da atividade turística cada vez mais intensificada no uso das áreas naturais tem o objetivo de associar o lazer e o entretenimento, a sensibilização de preservação e sustentabilidade dos recursos naturais para garantir o valor paisagístico, o prazer da contemplação e da recreação dos turistas/visitantes.

Esta realidade é verificada em Sergipe, que tem uma diversidade de atrativos naturais e culturais, a exemplo do produto turístico estuário do rio Vaza-Barris, onde se delinea um cenário favorável e intensificado pelo turismo, notadamente após a construção da ponte Jornalista Joel Silveira e da Orla Pôr do Sol (CONCEIÇÃO, 2015).

As belezas naturais que o estuário do rio Vaza-Barris propicia aos turistas através de passeios com rotas turísticas para Crôa do Goré e a Ilha dos Namorados são desfrutadas a partir de diversas agências de receptivo de Aracaju, em navegação por lanchas particulares e catamarãs, com saídas diárias da Orla Pôr do Sol em meio à rica paisagem natural rodeada de manguezais, conforme registro feito nas figuras 14 e 15, atraindo um crescente número de turistas/visitantes (FRANÇA, 2011).

Figura 14 - Catamarã e lanchas na Orla Pôr do Sol para passeios no rio Vaza-Barris.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2017.

Como é possível observar na figura 15, a vegetação de mangue no estuário do rio Vaza-Barris encontra-se bem conservada, agrupada em bosques de borda e em ilhas, das quais se destacam a Crôa do Goré, Mem de Sá e Ilha dos Namorados (SOUSA, 2011).

Figura 15 - Manguezal no rio Vaza-Barris em destaque ao redor da Crôa do Goré.



Fonte: Luciano Roque. Projeto Sergipe Visto de Cima, 2017.

Diante da presença dos recursos naturais como rio, mangue, mar e áreas de preservação ambiental, o estuário do rio Vaza-Barris se tornou uma área para o desenvolvimento de atrativos turísticos naturais, onde atualmente se constitui como vetor de expansão dos atrativos que são a Orla Pôr do Sol, a Crôa do Goré e a Ilha dos Namorados. A visão desse cenário serve para estimular a preocupação com o planejamento e a participação dos agentes sociais na continuidade do fornecimento dos serviços e atividades turísticas, a fim de torná-los mais competitivos.

3.2 ORLA PÔR DO SOL: NOVO CARTÃO POSTAL DE ARACAJU

A Orla Pôr do Sol, localizada no Mosqueiro, inaugurada em novembro de 2010, foi fruto de um investimento de aproximadamente R\$ 9 milhões, referente à execução da segunda etapa do Projeto Orla, com recursos da Prefeitura Municipal de Aracaju em parceria com o Governo Federal, por meio da CEF e do Mtur, além da participação no projeto do Ministério do Meio Ambiente e Secretaria do Patrimônio da União (ARACAJU, 2002; 2007). No documento em parte transcrito abaixo, lê-se:

Na segunda etapa, a área abrange a Orla ribeirinha dos rios Vaza-Barris e Santa Maria passando por limite de arruamento existente próximo ao atracadouro do Mosqueiro e por este seguindo alinhamento entre vias existentes e projetadas da ZEU até o limite do contorno do Aeroporto Santa Maria (ARACAJU, 2002, p. 10).

O Projeto Orla teve como objetivo instalar planos nas zonas costeiras como forma de sustentação econômica e conservação dos recursos naturais. Em Aracaju, o projeto teve o direcionamento para o desenvolvimento social, econômico e cultural, respeito às singularidades e ao crescimento sustentável das orlas costeiras, marítima e fluvial, conforme consta no documento Projeto de Intervenção da Orla Marítima do Município de Aracaju:

O Projeto Orla pretende democratizar o espaço público da orla, apoiado na regularização e controle compartilhado do uso e ocupação territorial, com respeito ao meio ambiente e valorização da paisagem cênica e o aproveitamento dos recursos e potencialidades socioculturais locais tendo em vista o desenvolvimento sustentável, contribuindo, portanto, para a construção de uma Aracaju para todos (ARACAJU, 2002, p. 3).

Este mesmo documento também colocou ênfase em elementos de estímulo para o desenvolvimento da atividade turística a partir da construção da Orla Pôr do Sol, pois foi constatado que o estuário do rio Vaza-Barris não tinha demanda de turistas/visitantes devido à falta de estrutura, equipamentos, serviços, segurança, divulgação e ainda à grande distância da área dos hotéis. "Assim propõe-se ações que permitam um fluxo médio, direcionado para atividades náuticas, de lazer de praia, esportivas, gastronômicas e, em especial o turismo ecológico, que pode ser viabilizado pela consolidação dos parques ecológicos" (ARACAJU, 2002, p. 19-20).

De acordo com Lima (2009), o turismo náutico tem uma expressiva demanda motivada pela beleza das zonas marítimas e fluviais, bem como devido a fatores como o desejo de compra, de diversão, da prática de esporte e da pesca esportiva. Além disso, possibilita que outros segmentos, como o turismo ecológico, o de aventura, o de natureza, o de lazer se desenvolvam em conjunto com as potencialidades locais da gastronomia e da cultura.

A Orla Pôr do Sol é um atrativo essencial para o turismo náutico, além de fortalecer o serviço local das marinas existentes nos seus arredores, com diversos atracadouros para as embarcações. O turista/visitante pode encontrar um ambiente aconchegante, em contato total com a natureza, o rio e o mar, para desfrutar de lazer, descanso e diversão, mas também ser impulsionado por algum passeio específico nos grandes catamarãs. "O turismo náutico tem como elemento caracterizador um equipamento correspondente: a embarcação que se constitui

também em atrativo motivador do deslocamento, ao mesmo tempo em que é utilizada como meio de transporte turístico" (BRASIL, 2010, p. 14).

Conforme ilustra a figura 16, o catamarã em destaque é uma embarcação utilizada especificamente como transporte turístico para os passeios à Crôa do Goré e à Ilha dos Namorados, mas também se torna uma atração à parte, por oferecer bar, restaurante, chuveiro, piscina e muito conforto e segurança a bordo com equipe de guia de turismo e salvatagem.

Figura 16 - Catamarã e lanchas que realizam passeios e parte interna do catamarã.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Lima (2009) alerta que devem ser considerados serviços indispensáveis e disponíveis para todos em prática de turismo nas áreas de atrativos naturais: a segurança, a conservação ambiental e cultural do local visitado e a educação ambiental no atendimento e informações, a fim de que esses fatores possam ser determinantes na escolha do turista/visitante. Essas condições devem ser divulgadas e gerenciadas de modo a se tornarem visíveis na imagem do atrativo, produto ou destino turístico.

Em agosto de 2011 a Orla Pôr do Sol passou a se chamar Orla Pôr do Sol Jornalista Cleomar Brandi, homenagem ao homem da imprensa que atuou em Sergipe desde os anos 80 (SERGIPE, 2018). A região dispõe de boa estrutura viária, mas há necessidade de melhorias na sinalização indicativa e interpretativa dos bairros de Aracaju até a sua localização. A orla é atendida pela Rodovia nos Náufragos, no sentido do fluxo oriundo de Aracaju, e pela Rodovia SE-100, no sentido do fluxo vindo da Bahia (SANTOS, 2017a).

É um atrativo turístico de Sergipe que acolhe diversos bares, píer, atracadouro para embarcações, calçadão, passarelas de madeira às margens do rio Vaza-Barris e infraestrutura para atender à demanda, tanto de turistas de diversos estados quanto de moradores da cidade, que procuram no logradouro, um espaço para lazer, descanso e prática de esportes (Figura 17).

Figura 17 - Calçadão e passeio de madeira da Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

A orla é um atrativo que possibilita a geração de emprego e renda para a população, especificamente a do Mosqueiro, que envolve a comunidade local para participação nas atividades turísticas, valorização da cultura local e aumento da renda familiar através da venda de passeios para Crôa do Goré, Ilha dos Namorados, Ilha Mem de Sá, artesanato, vestimentas, prestação de serviços e comidas típicas da região e do estado com diversas opções de bares, restaurantes para almoço e quiosques com petiscos e lanches. O peixe frito e a cocada são bem tradicionais nas vendas e pedidos pelos frequentadores, conforme demonstrado nas figuras 18 e 19.

Figura 18 - Almoço em restaurante e sorvete no calçadão da Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Figura 19 - Opções de Bares e Restaurantes na Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

O projeto da Orla Pôr do Sol conta com 600 metros de extensão de ciclovias, pista para caminhada, equipamentos de ginástica, rampa de acesso para lanchas e transportes marítimos de pequeno porte e parques infantis, conforme registro na figura 20. De acordo com Santos (2017a), oferece equipamentos voltados para o lazer e atividades físicas, além de abrigar eventos culturais e ser ponto de partida para navegação pelo estuário do rio Vaza-Barris.

Figura 20 - Equipamentos de lazer da Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

No espaço há também o Posto Policial e o Centro de Atendimento ao Turista, também conhecido como CIT. O CIT funciona com o objetivo de promover o turismo de Sergipe, entregar informativos impressos em português, inglês e espanhol, folhetos de atrativos, de serviços e mapas de Aracaju e Sergipe, além de disponibilizar profissionais para indicar, sugerir e passar mais informações acerca de opções de hospedagem, alimentação, lazer, passeios, deslocamentos entre outros auxílios para proporcionar a melhor estada ou esclarecimento ao turista/visitante. Ambos funcionam o ano inteiro de segunda a domingo, inclusive nos feriados, sendo equipamentos importantes para complementar um produto turístico, em que a segurança e a informação tornam-se essenciais para o desenvolvimento da atividade (Figura 21).

Figura 21 - Posto Policial e Posto de Informações Turísticas.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Em 2017, ao longo dos 7 anos de existência da Orla Pôr do Sol houve um desgaste da sua infraestrutura, diante da grande demanda de visitação e uso intenso por parte dos frequentadores do local. Assim, para revitalizar um dos atrativos mais visitados de Sergipe, surgiu a necessidade de restaurar e reformar algumas das suas áreas e equipamentos (SANTOS, 2017a).

A proposta de reforma da Orla Pôr do Sol foi uma maneira de continuar o incentivo ao turismo no estuário do rio Vaza-Barris, na medida em que propôs a renovação de um atrativo turístico consolidado e que só agrega importância à capital sergipana quanto ao título de cidade turística (SERGIPE, 2018).

A revitalização da orla se concentrou na reurbanização, iluminação, reforma do píer existente para permitir a parada de embarcações de pequeno porte, instalação de novos banheiros públicos e de atracadouros flutuantes e reforma dos 600m de calçadão. Outro elemento foi a instalação de chuveirões e banheiros públicos para os banhistas, pedidos atendidos em consonância com as diversas audiências públicas realizadas com a população local do Mosqueiro (SANTOS, 2017a).

O projeto de reforma e revitalização da Orla Pôr do Sol conta com recursos do PRODETUR-Sergipe, responsável pela execução das obras que iniciaram em junho de 2018 com finalização em novembro, como mostra figura 22. Concluída a obra, a manutenção, funcionamento e fiscalização são de responsabilidade da EMURB e EMSURB (PRODETUR SERGIPE, 2018).

Figura 22 - Informativo sobre a reforma da Orla Pôr do Sol.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

A estrutura da orla encontra-se em bom estado de conservação, porém se faz necessária a execução de alguns serviços para melhorar o seu funcionamento, gestão e desempenho turístico, que, ao pensar em segurança para turistas e visitantes, os gestores incluíram na revitalização, em parceria com a Capitania dos Portos de Sergipe, Secretaria do Meio Ambiente e Prefeitura de Aracaju, o projeto de balizamento da Orla Pôr do Sol para estabelecer as áreas restritas ao uso dos banhistas, as das embarcações de pequeno, médio e grande porte, além da área para prática do caiaque e do *stand up paddle*, atividades que são realizadas com mais frequência como é possível observar na figura 23.

Figura 23 - Prática de stand up paddle (SUP) nas águas do rio Vaza-Barris.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2017.

A sinergia entre os passeios e esportes náuticos que ocorrem a partir da infraestrutura existente na Orla Pôr do Sol funciona como mola propulsora para a visita dos equipamentos nos turnos matutino e vespertino. Percebe-se que a diversidade de atividades promove a formação de um ambiente em harmonia com os recursos naturais, na medida em que as pessoas vão em busca de uma prática esportiva, visita cultural, passeios pelo estuário do rio, gastronomia, compra de artesanato, festividades musicais ou simples contemplação do pôr do sol.

3.3 A CRÔA DO GORÉ: TURISMO ENTRE O FLUXO E REFLUXO DA MARÉ

A Crôa do Goré é um atrativo comercializado pelo turismo, para visita diária durante a maré baixa, com propósito de descanso, lazer, prática de esportes ou contemplação da natureza. De acordo com Sousa (2011), a Crôa do Goré é um banco de areia formado a partir do movimento das marés, em que, de acordo com o movimento das águas do oceano, no período da baixa-mar, bancos de areia ficam expostos, resultando no interesse a visita no meio do rio, entre uma beleza natural singular.

Em comparação com os demais atrativos que compõem o estuário do rio Vaza-Barris, a Crôa do Goré é a que possui demanda turística mais elevada, com divulgação e reconhecimento como um dos atrativos de visita indispensável em Sergipe. Como se observa na figura 23, sua localização está cercada por manguezais e rica fauna que a habita, pelo fato de o ecossistema da região sofrer pouca interferência da ação do homem.

Figura 24 - Vista aérea da Crôa do Goré e Bar Flutuante.



Fonte: Luciano Roque. Projeto Sergipe Visto de Cima, 2018.

A sua visitação dispensa agendamento e cobrança, mas para deslocar-se até lá, é necessário uso de alguma embarcação e escolha opcional de um guia de turismo ou até mesmo alguma embarcação de residentes da região do Mosqueiro, que dispõem de bom conhecimento da área a ser visitada, a exemplo dos barqueiros e lancheiros da ASPETUR, os quais são cadastrados para realizar passeios no rio Vaza-Barris. O custo de deslocamento da embarcação é variável, pois depende se o visitante/turista deseja apenas ir à Crôa do Goré ou ir também a Ilha dos Namorados ou apenas passear para conhecer toda a região do estuário do rio Vaza-Barris sem realizar paradas para banho.

A finalidade da Crôa do Goré é servir de cenário e lugar para o lazer, os esportes de aventura como o *stand up paddle* (remada em pé), o caiaque e o remo, do mesmo modo que não se pode esquecer quão:

a paisagem natural e o ambiente tranquilo da Crôa do Goré favorecem a sua atratividade e a preferência dos turistas. O passeio até a ilha dura em torno de 10 minutos partindo da Orla Pôr do Sol, perpassando pelas águas do rio Vaza-Barris, entre casas de veraneio e vegetação nativa de manguezal (CONCEIÇÃO, 2015, p. 43).

A Crôa é, pois, um atrativo natural, acessível durante todo o ano ao público em geral, sem que haja especificações de períodos, exceto no inverno, visto que devido às chuvas nos meses de maio e junho, o quantitativo de visitantes diminui, sendo o movimento da maré também afetado nesse período. Mas nos demais meses do ano a Crôa do Goré atrai milhares de turistas/visitantes, oportunizando lazer e uma fonte de renda para a comunidade do Mosqueiro, que se envolve diretamente na prestação de serviço, sendo um dos agentes sociais locais da oferta turística do estuário do rio Vaza-Barris.

A característica natural de atração da Crôa do Goré está em oferecer um banho com temperaturas mornas e águas calmas e claras, lugar de beleza cênica, além de servir para navegação e esportes náuticos. No entanto, requer atenção e cuidados especiais, por meio de atividades de sustentabilidade e educação ambiental, voltadas a garantir a esta e às futuras gerações, a preservação e manutenção dos seus recursos naturais.

Na Crôa do Goré também é possível degustar de petiscos regionais no Bar Flutuante (Figuras 24 e 25). Trata-se de uma embarcação móvel, dotada de equipamentos necessários ao bom atendimento de serviços de bebidas e alimentação. É de natureza privada, funciona no período diurno durante o ano inteiro, inclusive nos feriados, com retorno ao final da tarde, diariamente, à Orla Pôr do Sol, para assim realizarem o abastecimento para o dia seguinte, bem como a limpeza da embarcação.

Figura 25 - Bar Flutuante Croa do Goré.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Ainda referente ao bar flutuante, a sua estrutura é composta de dois banheiros (feminino e masculino), cozinha equipada, espaço com mesas e cadeiras, equipamentos de salvatagem e documentos de licença ambiental e de funcionamento. Sua equipe é formada por profissionais residentes no Mosqueiro, que atuam nas diversas funções de atendimento ao cliente.

Barros Neto et al. (2015) realizaram uma pesquisa de perfil de demanda turística na Crôa do Goré, e uma das questões foi saber qual o meio de transporte que o turista/visitante utilizou para seu deslocamento até a Crôa. O tipo mais utilizado foi a lancha, devido à flexibilidade de horários de ida e volta e ao custo também ser flexível.

Em segundo lugar, estão os catamarãs, através da oferta de passeio com duração de cinco horas, por agências de receptivo com horários preestabelecidos, proporcionado a visitantes e turistas o percurso para Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, a partir da Orla Pôr do Sol (BARROS NETO et al., 2015). Após três anos de realização da referida pesquisa, hoje continua da mesma forma, mas com a inclusão ainda de outros meios de locomoção, como motocicletas aquáticas (*jet ski*) e caiaques.

Na Crôa do Goré há algumas opções de lazer em forma de prática desportiva, que são as remadas em pé no SUP, as pedaladas na bicicleta aquática (*bike boat*), conforme a figura 26 apresenta, além de outras categorias náuticas como canoagem, *kitesurf*, remo, caminhada, dentre outras atividades.

O cenário da Crôa do Goré é um lugar que favorece ao descanso, divertimento, entretenimento, bem-estar e ainda, propõe às pessoas um desligamento das obrigações

profissionais, familiares e/ou sociais, tendo o lazer como opção de escape através da prática de esporte.

Figura 26 - Lazer com stand up paddle e Bike Boat na Crôa do Goré.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

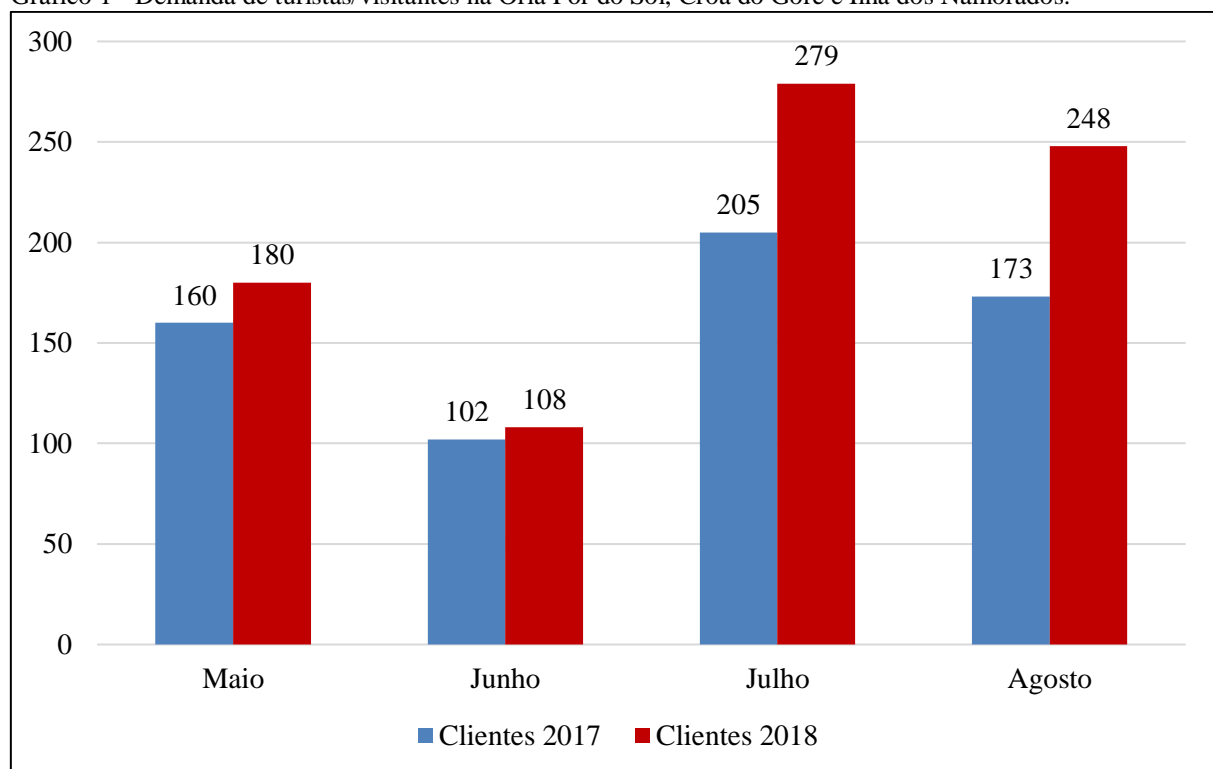
A *bike boat* pertence exclusivamente a agência de receptivo de Aracaju FarolTur, a qual fornece tanto na Crôa do Goré como na Ilha dos Namorados essa prática descontraída de pedalar no rio Vaza-Barris. Em entrevista com o proprietário da FarolTur, foi identificado o motivo da escolha dessa região para inserir o seu equipamento de lazer:

A nossa empresa tem um produto que é de exclusividade da nossa agência, a *Bike Boat*, que atende a Croa do Goré e Ilha dos Namorados e até a Orla Pôr do Sol. Coloquei naquela área porque aqui em Sergipe não tinha nada parecido, então, eu enxerguei como um atrativo muito importante, e por se tratar de uma área banhável e tranquila. A bicicleta aquática seria ideal para aquela região. Então se tornou um dos opcionais quando os turistas chegam lá. Além da bicicleta aquática, nós temos disponíveis também stand up e caiaques e a gente achou o local muito interessante pelo grande fluxo de turistas (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Através da informação da existência de elevada demanda de turistas no estuário do rio Vaza-Barris, no início de setembro de 2018 foi possível ter acesso a quantidade de turistas/visitantes que a FarolTur levou para a Crôa do Goré e Ilha dos Namorados no período de maio de 2017 a agosto de 2018.

A partir dos dados coletados, foi elaborado o gráfico 1, a fim de comparar os meses de maio a agosto dos respectivos anos e concluir que houve um crescimento significativo da demanda no estuário do rio Vaza-Barris, principalmente no mês de julho, período de férias escolares, que em 2018 totalizou 279 clientes contra 205 no ano de 2017, um crescimento de 36,1%. Geralmente no mês de junho chove em Sergipe, por isso, no gráfico é visível a queda da demanda, mas vê-se que em julho foi bem recuperado. Agosto surpreendeu em 2018, pelo crescimento de 43,3% em relação a 2017, que mesmo sem feriados, gerou um fluxo maior de demanda, devido aos grupos da terceira idade, segundo relato do proprietário da FarolTur.

Gráfico 1 - Demanda de turistas/visitantes na Orla Pôr do Sol, Croa do Goré e Ilha dos Namorados.



Fonte: Elaboração própria a partir dos dados da Agência FarolTur, 2018.

O gráfico relata os dados de apenas uma empresa de receptivo. Existem outras que também divulgam e comercializam os atrativos do estuário do rio Vaza-Barris, além da demanda que utiliza outros meios de deslocamento.

A Crôa do Goré atrai visitantes/turistas principalmente por ser um atrativo natural formado por um banco de areia que surge quando a maré está baixa, em conjunto com a beleza cênica do extenso manguezal e o banho de águas claras e tranquilas do rio Vaza-Barris. Barros Neto et al. (2015) constatou em sua pesquisa que a principal motivação é a busca de descanso, relaxamento e aproveitamento do tempo livre com algo que não seja usual em seu dia a dia.

3.4 A ILHA DOS NAMORADOS NO ENCONTRO DO RIO COM O MAR

O lugar pode ser caracterizado a partir de três elementos que se inter-relacionam: traços físicos, atividades, significados ou símbolos (SERPA, 2011). Assim, identifica-se a Ilha dos Namorados, conforme figura 27, o encontro do rio Vaza-Barris com o Oceano Atlântico, alvo de atração de visitantes/turistas devido à beleza do cenário e às possibilidades de atividades de lazer ali oferecidas.

Figura 27 - Ilha dos Namorados e encontro do rio Vaza-Barris com o mar.



Fonte: Roberto de Andrade Souza. Empresa Betão Turismo, 2018.

A Ilha dos Namorados corresponde a um extenso banco de areia situado na desembocadura do rio Vaza-Barris e, diferente da Crôa do Goré, está sempre acima do nível do mar. A vista é ainda mais relaxante, de um lado rio e mangue e do outro as ondas do mar. Numa caminhada, vai-se descobrindo novas paisagens, como a vista parcial da Praia do Mosqueiro.

É a paisagem e a tranquilidade que atraem a demanda turística e, de acordo com Souza (2013, p. 46), "a paisagem é uma forma, uma aparência. O conteúdo "por trás" da paisagem pode estar em consonância ou em contradição com essa forma". Em conformidade com esse conceito, a Ilha dos Namorados apresenta todo o seu fascínio em harmonia com o conjunto apresentado na Orla Pôr do Sol e Crôa do Goré.

Distante da Crôa do Goré em tempo aproximado de 20 minutos por intermédio de uma embarcação de pequeno, médio ou grande porte, a Ilha dos Namorados é um lugar com areias finas e brancas, com banho de rio e mar, e uma paisagem quase intocada pelo homem, visto que

na ilha não há estrutura fixa de equipamentos e serviços como bares, sombreiros e similares para atender à demanda.

Porém, existe uma empresa de receptivo, a Solares Catamarã, que comercializa, através de duas embarcações (catamarãs) com capacidade para mais de 150 pessoas, o passeio para Crôa do Goré e Ilha dos Namorados. Em entrevista com a proprietária da empresa, é perceptível a preocupação em oferecer um serviço de qualidade para os seus clientes, que em sua maioria, são turistas de outros estados advindos de agências ou hotéis da cidade, conforme relata:

Temos contrato fixo com todas as agências de receptivo de Aracaju, desde quando iniciamos em 2010. Por conta desse fluxo e responsabilidade com os turistas, a estrutura da Ilha dos Namorados eu monto e desmonto todos os dias. Tenho uma equipe somente para isso, onde tenho outra embarcação que sai da Orlinha Pôr do Sol às seis e meia da manhã com a equipe de 10 funcionários, eles montam a estrutura bem cedo de acordo com a quantidade de pessoas que saem para os passeios e a tarde desmontam e limpam tudo. Meu catamarã vai para lá desde 2010, o Velho Chico. A gente sempre parou na Ilha dos Namorados para ter um diferencial, só que a gente não tinha nada montado lá. O barco ficava lá 40 minutos só para o turista descer, dá uma volta, um mergulho. O próprio turista passou a pedir. Eles disseram, poxa, a gente acha mais bonito e tranquilo a ilha do que a crôa, mas não tem onde sentar, não tem um bar, não tem estrutura...Quando chegou a embarcação maior, em 2015, eu vi a necessidade de montar uma nova estrutura para atender com qualidade, e isso começou em junho de 2015 (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Inclusive, para atender bem os turistas/visitantes, a empresa monta, diariamente, uma estrutura completa com tendas, mesas, cadeiras, sombreiros, esteiras, piscinas naturais, boias, redes aquáticas, escorregador e piscina infantil, brinquedos, instrumentos para prática de esporte (vôlei, futebol, caiaque, *stand up paddle*), como é possível visualizar nas figuras 28 e 29, e ainda chuveiro e restaurante a bordo do catamarã, com opções para petiscos e almoço.

Figura 28 - Estrutura e equipamentos de apoio para atender visitantes/turistas do passeio a Ilha dos Namorados.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Figura 29 - Estrutura na Ilha dos Namorados sob responsabilidade da empresa Solares Catamarã.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Além disso, há presença da agência de receptivo FarolTur com o passeio na bicicleta aquática (*bike boat*). A melhor forma de conhecer a ilha é através do passeio oferecido pela Solares Catamarã, que, com exclusividade, dispõe de estrutura móvel necessária para atender, encantar e satisfazer o visitante/turista. Como ação importante e necessária, a empresa também se preocupa com a conservação do meio ambiente, com o compromisso de ter uma equipe direcionada especialmente para realizar a limpeza de toda a área após a saída do catamarã, tendo a consciência de coleta de todos os resíduos.

Figura 30 - Ilha dos Namorados com vários tipos de embarcações.



Fonte: Francisco Farias. Projeto Sergipe Visto de Cima, 2018.

Existem outras empresas de turismo, particulares com *jet ski*, lanchas ou outro tipo de embarcação própria (Figura 30). Além disso há os lancheiros, membros da ASPETUR que realizam o passeio até a ilha, porém com parada para banho e contemplação do rio e do mar, muitas vezes em tempo mais curto, já que a estrutura da empresa Solares não é compartilhada com todos quando existe a lotação máxima dos seus clientes no passeio a bordo do catamarã.

Nesse contexto, tem-se um diálogo antecipado diariamente, entre a empresa Solares, os associados da ASPETUR e demais agências que realizam o passeio para Ilha dos Namorados, a fim de repassar como será o fluxo para possibilidade ou não de uso dos equipamentos montados pela Solares.

Através da observação direta, muitos turistas/visitantes, a bordo de lanchas, passam rapidamente apenas para conhecer e registrar o momento com fotos e vídeos, já que na programação permaneceram por mais tempo na Crôa do Goré. Os visitantes e/ou membros da comunidade local, que possuem embarcação própria, já levam suas bebidas, petiscos e demais equipamentos e acessórios (tenda, cadeiras de praia, bolsa térmica, banquetas, mesas, boias, entre outros) para o lazer, conforto e aproveitamento do tempo na ilha, por ser um local tranquilo, bom para descanso e muitas vezes de pouca movimentação e agitação, quando comparado a Crôa do Goré.

4 RESULTADOS E DISCUSSÕES DA PESQUISA DE CAMPO

Este capítulo é resultado da apresentação das opiniões e concepções manifestadas através da coleta de dados extraídos das entrevistas realizadas com *stakeholders* envolvidos com o desenvolvimento do turismo no estuário do rio Vaza-Barris, a fim de contribuir para a elaboração do produto pretendido, bem como analisar teoria e realidade prática, principalmente após pesquisar os conteúdos planejamento, governança, gestão participativa, competitividade, inovação e tecnologia no turismo.

Apresenta-se, primeiramente, opiniões acerca do conteúdo desenvolvimento do turismo nos atrativos Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, além de um questionamento sobre a atuação da gestão pública, visto que é detentora de grandes investimentos realizados em infraestrutura básica e turística, como atualmente vem ocorrendo uma obra de revitalização de toda extensão da orla, com reparos nos equipamentos e instalações de novas estruturas a pedido também dos demais agentes sociais.

Em seguida, o roteiro avança com indagações sobre as relações que mantêm com os demais *stakeholders*, em que os termos parceria, união e interação tiveram ênfase nas declarações. O assunto organização dos profissionais na atividade turística destes atrativos também foi estimulado com respostas sugestivas e flexíveis a mudanças.

Com intuito de saber mais sobre a organização e gestão de pessoas no desenvolvimento dos serviços e produtos do turismo no estuário do rio Vaza-Barris, foram sugeridas, por parte da pesquisadora, a elaboração de normas, procedimentos, diretrizes, direitos, deveres, e até mesmo a formação de um Conselho Administrativo ou Conselho de Turismo Náutico, constituído por representantes de cada categoria social, já que não possuíam um grupo ou responsáveis organizados para pleitear ações, buscar associação junto a gestão pública e tomar decisões representando os demais. A receptividade da ideia gerou reflexões muito positivas para orientá-los no caminho do associativismo, gestão participativa, união, ordenamento da atividade, qualificação profissional e tomadas de decisões coletivas.

E por fim, os últimos questionamentos foram a respeito da elaboração do aplicativo, com propósito de coletar sugestões e necessidades, para assim gerar uma solução tecnológica com funcionalidade à organização da governança turística de atrativos, produtos ou *clusters* turísticos e facilidade de uso por seus agentes sociais (*stakeholders*).

4.1 A VISÃO DOS STAKEHOLDERS SOBRE O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

De acordo com as relações ou situações profissionais, os *stakeholders* podem proceder de forma egocêntrica ou altruísta, tudo dependerá do seu conhecimento e envolvimento no contexto, podendo adquirir um comportamento numa relação de equidade, reconhecimento, respeito e educação como também mudar em um tratamento de desdém, exclusão e hostilidade (BRIDOUX; STOELHORST, 2014).

A visão dos *stakeholders* se modifica de acordo com interesses e este fator pode dificultar ou incentivar o desenvolvimento de processos no turismo, principalmente em situações de centralização ou coletividade nas tomadas de decisões.

Costa et al. (2016) complementam que são os conhecimentos dos *stakeholders* que caracterizam as relações entre eles, muitas vezes por conveniência para adquirir algum proveito ou por interesse político, que se misturam no desenvolvimento da atividade turística ora com conflitos ora com participação integrada em busca de um objetivo comum, ávidos por mudanças e ações necessárias para manutenção dos seus empreendimentos, equipamentos, serviços e atrativos em benefício do turismo.

É necessário empenho efetivo para que interesses particulares se transformem em coletivos, construídos através da participação de todos, a fim de possibilitar uma comunicação única, com interação e ajuda mútua entre eles, a favor de melhorias para atrair cada vez mais a demanda turística.

Com propósito de seguir esta orientação de pensamento, o roteiro de entrevistas aos *stakeholders* no produto turístico estuário do rio Vaza-Barris iniciou com o questionamento de saber a opinião/compreensão sobre o desenvolvimento do turismo nos seus atrativos: Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, levando em consideração elementos econômicos, políticos e sociais. Os entrevistados fazem uma avaliação geral, conforme apresentado nos extratos dos seus discursos:

Então, pela geografia do ambiente, ser tranquilo, encontro do rio com o mar, e ter uma tranquilidade e também pelo fluxo de turistas é muito bom, precisa de mais organização, mas hoje nós temos naquela região a Croa do Goré, eu diria que hoje é um dos segundo ou terceiro atrativo mais procurado pelo número de turistas que frequenta nosso estado. Outro ponto de desenvolvimento é com relação à acessibilidade, isso já está acontecendo com a reforma na Orla Pôr do Sol, com a nova restauração que está sendo feita, inclusive foi um anseio nosso e um questionamento junto à prefeitura do município para que se pudesse melhorar lá, principalmente a questão

acessibilidade, que nós já temos um equipamento que é o catamarã, que é uma das melhores embarcações que nós já temos no estado com acessibilidade para cadeirante, mas que na verdade, o acesso ao catamarã ficava prejudicado, porque ficava de responsabilidade da prefeitura essa acessibilidade até o catamarã (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Para as pessoas que trabalham na orla, na croa e na ilha está muito bom, vejo sempre os catamarãs saindo cheio de gente, as lanchas também. Não posso negar que com a construção da orla, tem muita gente daqui vivendo dela, seja trabalhando em algum restaurante, fazendo a travessia de lancha com algum turista, seja vendendo chapéu ou água de coco, deu emprego e melhora de vida. O turismo aqui está se desenvolvendo bem, porque agora vieram reformar e prometeram, a secretaria de turismo daqui de Aracaju, que fizeram um plano de gerência das pessoas e dos serviços para cuidarem depois da entrega da nova orla. Percebo que as pessoas que vendem nas barraquinhas no meio da calçada precisam de um local fixo, arrumado, um espaço que dê gosto do turista e de nós aqui também experimentar e entrar para comprar (Entrevistado grupo D, 2018, informação verbal).

Ter o crescimento turístico e populacional de uma forma ordenada inserindo a comunidade no turismo. A comunidade do Mosqueiro, do Robalo, de Areia Branca, elas se sentem muito excluídas e não há um trabalho por parte do poder público muito presente, permanente, da questão de inseri-los que venha da escola, da creche e também das secretarias do tocante às comunidades, às vezes há um trabalho feito só com quem trabalha na orla. E a gente começou a entender que a gente precisa trabalhar todo ribeirinho, todo nativo [...] e ampliando também esse debate em sempre promover o turismo de uma forma positiva e ajudando eles a gerar emprego e renda (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

Os poucos esforços que existem na área de Turismo são esforços individuais de empreendimentos particulares. Aqui poderia ter um polo do SEBRAE, formando a comunidade, mulheres de pescadores para desenvolver o artesanato, aqui poderia ter um polo de gastronomia, aqui existem vários restaurantes na região. Eu vejo por exemplo aqui poderia ter um polo permanente de comercialização do artesanato. Devia ter um trabalho maior de divulgação, como panfletos, até existe um panfleto do Catamarã especificamente publicado pelo próprio Catamarã, ou em alguns casos da Prefeitura uma certa publicidade do que foi feito para Orla Pôr do Sol, mas não dos estabelecimentos e serviços que ela oferece. E mesmo com as paisagens, mesmo com os destinos que temos aqui muito bonitos como esse aqui, não há um trabalho, todo mundo reclamando dessa dificuldade que tem, não se vende bem Sergipe e Aracaju, pior ainda (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

O Turismo na Orla Pôr do Sol eu acho bom né, porque chama muita gente, chama dinheiro pra nós, emprego né, agora mesmo no verão a gente ganha nosso trocado ali. O prefeito, ele tá organizando e vai ser melhor pra gente né, ganhar nosso pão, que a gente vive daquilo ali. Eu mesmo vivo daquilo ali, entendeu, meu trabalho é fazer cocada, eu me acordo cedo, vou dormir duas

da manhã, três da manhã, fazendo minhas cocadas pra trabalhar, dependo desse trabalho. O que eu acho que ele deve fazer é uma melhora ali pra nós, com essa reforma, ajeitar tudo ali, nossos barraquinhos ali, pra ver se a gente ganha nosso trocado mais ali, porque a gente depende dele ali, dele fazer a estrutura, ter um som, uma coisa para ter mais turista pra lá (Entrevistado grupo D, 2019, informação verbal).

A Orla Pôr do Sol é hoje um dos mais expressivos atrativos de Aracaju, de grande importância para o turismo e para gerar renda aos moradores da região. Estamos vivendo um bom momento de organização das atividades naquela área, é o momento oportuno para discutir a estruturação do turismo em um dos cartões postais de Aracaju, que, depois da reforma já tem um plano de gestão, realizado junto ao Prodetur, para manutenção da estrutura revitalizada. A nossa intenção é que os turistas sejam recebidos com qualidade, fortalecendo as atividades turísticas na capital para que todos possam ganhar com um turismo ainda mais crescente organizado (Entrevistado grupo B, 2019, informação verbal).

O turismo hoje aqui no Mosqueiro tá é excelente, hoje o Mosqueiro só tem a Orla Pôr do Sol, é a atração, praticamente mundial. Tem muito morador que vive do turismo. Tem o lancheiro, tem os donos das lanchas que são, a maioria são daqui, tem os estacionamentos que são de pessoas daqui. Os funcionários dos restaurantes. Quer dizer, tem uma fonte de renda, isso aí não tem o que reclamar, só tem a Orla Pôr do Sol, que é um ponto turístico e uma fonte de renda para comunidade (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

As respostas expostas são dos quatro grupos de *stakeholders* envolvidos de forma direta ou indireta com o turismo no estuário do rio Vaza-Barris: setor privado, terceiro setor, comunidade local e setor público. Através dos relatos é possível comprovar que a maioria enxerga o desenvolvimento da atividade turística na região e veem isso como um fator positivo de geração de emprego e renda, mas com uma palavra em comum que é organização, das atividades realizadas para o turismo, das áreas onde estão os vendedores ambulantes, do planejamento de marketing e maior inclusão da comunidade local nos processos de desenvolvimento do turismo.

Do ponto de vista econômico, os *stakeholders* consideram benefícios significativos resultantes do desenvolvimento da atividade turística, visto que gera empregos e melhora a economia local. No aspecto social, os entrevistados dos grupos A e C (privado e terceiro setor), foram incisivos nas sugestões para inserção da comunidade local como partícipe desse processo de desenvolvimento do turismo, até como uma forma de atrair mais o fluxo da demanda e agregar valor à região, levando em consideração, a parceria com instituições de ensino e órgãos do meio ambiente, para realizarem estudos de capacidade de carga com olhar para o

desenvolvimento sustentável do turismo e com a preocupação de estabelecer normas e procedimentos para o quantitativo de demanda turística suportada em cada atrativo.

Compreender e discutir as necessárias sugestões dos diferentes *stakeholders* possibilita a abertura de diálogos e participação para alcançar o êxito no desenvolvimento do turismo de um produto ou destinação. Com isso, os *stakeholders*, de forma coletiva e integrada, se constituem em um importante elemento que influencia o andamento do turismo, já que cada um depende do outro para que mudanças aconteçam a favor do aumento da demanda turística.

A segunda questão teve como objetivo, saber a impressão de cada entrevistado sobre o papel do setor público no turismo do estuário do rio Vaza-Barris, já que ele representa um agente responsável pelo investimento na infraestrutura básica e turística, bem como pelos espaços públicos onde são verificadas as prestações de serviços do turismo da região.

As opiniões dos *stakeholders* estão bem divididas, uma parte reconhece o trabalho positivo predominante da gestão pública municipal, principalmente sobre ordenamento costeiro, inclusive com participação das atividades junto ao setor público, conforme fragmentos das entrevistas:

A maior necessidade que parte do poder público, que precisa ser feito na região, para que a coisa continue, como já está na verdade, para que continue funcionando, mas de uma maneira mais correta, seria o ordenamento costeiro daquela região. Porque nós temos vários equipamentos de turismo lá, embarcações com propulsão humana que é o caso da nossa bicicleta, o stand up e o caiaque, nós temos lanchas, jet ski, barcos de grande porte, e que para melhor ordenamento dessa região deve ser feito justamente isso, isso parte do poder público, da prefeitura que é responsável por aquela região, porque isso traria com certeza um ordenamento melhor, as coisas fluiriam melhor naquela região (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

A parceria com o setor público hoje é muito boa, com a Secretaria de Turismo principalmente. Assim que eu cheguei no carnaval, inclusive, no sábado de carnaval, eu convidei o secretário de turismo, nós fomos ao Goré, levei ele em uma lancha, levei ele pra justamente mostrar a preocupação minha como agente da autoridade marítima em relação às necessidades da área e o que era atribuição do município em relação principalmente ao ordenamento daquela região, o balizamento restrito que é atribuição da prefeitura ser feito. Então baseado nisso, a gente tem trabalhado desde então junto com Secretaria de Turismo, foi montado inclusive, praticamente a gente pediu para montar um Conselho de Turismo Náutico com as empresas de turismo, são as três principais empresas da região, o pessoal da associação dos barqueiros ali, os quatro que movimentam ali. Sentamos numa mesa e começamos a pensar formas de melhorar a oferta turística, do meu ponto de vista, fiquei satisfeito, porque a gente ia melhorar a qualidade do serviço, ampliando a segurança (Entrevistado grupo B, 2018, informação verbal).

Ele agora está trabalhando fazendo a reforma da orla, que é muito importante para o turismo, para o turista, pra gente também, que quando você faz uma reforma no local, o pessoal sempre quer ir visitar para ver como ficou a reforma. Aqui estava demais, o pessoal se acidentando, caindo no buraco dessas tábuas da passarela. O setor público está tentando fazer a sua parte. Porque também a gente cobra! O setor público dá abertura pra gente dar opinião, Agora! Agora!, esse projeto da reforma teve nossa participação, nossas sugestões, junto com a Prodetur também, a Marinha com a Capitania dos Portos e as empresas, para discutir a questão da localização do píer, tamanho (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

Então, nós temos duas situações, em relação ao estado, totalmente omissos, não vejo intervenção e ações por parte do estado de que venha a valorizar, a contribuir, a tornar aquele espaço tão belo que é. As ações que são feitas muito lá, são feitas pelas próprias pessoas que negociam, são empresários da região ou empresários do ramo náutico, ou empresários mesmo da Orla ou da região. Eu acho que na Secretaria de Turismo Municipal houve um avanço com o Secretário, porque ele já é entendedor das necessidades do turismo, e eu acho que aí com isso a gente ganhou muito, a gente abriu a discussão inclusive essa questão do balizamento veio através dessa nova gestão, que as outras gestões nós não conseguimos avançar (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

Porém, existe uma parcela que atribui características de passividade e desinteresse ao setor público no desenvolvimento do turismo da região. Em suas respostas sugerem como a máquina pública deve agir para que consiga prosperar a atividade turística de forma organizada, competente e em prol de favorecer também a comunidade local e os demais *stakeholders* envolvidos na oferta turística.

No olhar deles, a gestão pública do turismo no estuário do rio Vaza-Barris é desarticulada com os propósitos e visões dos demais *stakeholders*, fato que colabora no pensamento de entenderem que não existe uma priorização do turismo, perceptível nos relatos de *stakeholders* do setor privado e terceiro setor:

A gestão deveria ser mais efetiva na Orla Pôr do Sol, deveria ter mais pulso, organizar, fazer leis, que fossem punir, porque o ser humano só vai se atingir o bolso dele, se não atingir o bolso dele o ser humano não, ele não se atenta para se organizar, porque ele vai querer sempre tá ganhando em cima do outro. E é o que acontece lá, como não tem uma gestão ativa, a gestão ela simplesmente, ela pede para que a gente se organize, que nós, todo mundo se organize, mas ela não impõe isso, se você não impor uma, para organizar aquilo ali, as pessoas não têm consciência de se organizar (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

O órgão público deve ser um facilitador, fazer a função dele para que a gente possa trabalhar, fazer essas reuniões, para que a gente vá se unindo, mas para isso ele não precisa dar o peixe pra gente não. Tem bares e restaurantes, mas com dificuldades, segundo que a sobrevivência é tão difícil a gente cobra tantos dos recursos públicos de limpeza da área, segurança, recursos básicos, transporte que envolva o Mosqueiro como destino quando há congresso em Aracaju. Teve um congresso universitário de esportes levaram os ônibus para todos os restaurantes, para tudo que é opção turística, mas não trouxeram aqui. Então, nunca tratam isso aqui como um destino, agora colocam a Orla Pôr do Sol em tudo que é comercial, por causa da beleza visual. Depois dos condomínios, quem dá mais emprego aqui na região somos nós, é o Turismo. Os políticos só aparecem por aqui em época de eleição (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Teve um projeto com cursos de comida, boas práticas, artesanato, que nós vendíamos na orla. Dentro desse projeto nós perdemos. Esse projeto foi político. Assim que a eleição passou, o cara perdeu, então era projeto político. Deixou a desejar porque o projeto deu certo, sábado era muita gente, turista como o pessoal da comunidade, a maioria era da comunidade. Era um lazer. Foi um projeto que no momento deu certo, passou uns dois anos, mas como foi um projeto político... Quando muda de político, muda tudo e na realidade, Mosqueiro é uma comunidade esquecida pelo poder público. Se você analisar, se você tirar a Orla Pôr do Sol do Mosqueiro, você não vê nada. Aqui nós não temos uma praça de lazer, uma quadra esportiva, um campo de futebol, nós não temos um cemitério público, que aqui a comunidade tá crescendo e nós não temos isso. O turismo hoje no Mosqueiro deveria inventarem outra coisa, um desenvolvimento dentro da comunidade mesmo, uma feira fixa para o pessoal vender ao turista, uma feira fixa que vendesse tudo feito pela comunidade. Agora, que o poder público dê condições, que também você não vai ter como comprar as mesas, as barracas e os toldos. Para você colocar um toldo numa orla dessa você tem que pedir o espaço e pagar (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

Tudo depende da gestão. Nosso turismo, na verdade, infelizmente não é prioridade ainda para Sergipe, certo. Tiveram gestões já, quando eu comecei em 2015, as pessoas até brincavam, que (o prefeito) para o funcionário público ele foi péssimo, mas para o turismo não. A parte de Secretaria de Turismo dele, a prefeitura também realmente foi muito boa para Orla Pôr do Sol. Tinham projetos, foi a época que a gente mais cresceu aqui, a Orlinha Pôr do Sol vivia cheia com esse projeto aos sábados, a gestão realmente, a equipe dessa gestão. Hoje sinceramente nosso turismo, aqui pelo menos, está meio abandonado, começaram a fazer uma obra, essa obra tem anos para autorizar, começaram a fazer em julho, para novembro tá pronta e em plena alta estação a gente tá com a Orlinha em reforma. Isso não existe! Disseram que pararam porque acabou a verba. Já na secretaria, na última reunião que a gente foi, eles disseram que em 60 dias a obra está concluída, é quando acabou a alta estação... (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

De acordo com os relatos dos *stakeholders*, o setor público foi citado como um agente executor, mas, com ações positivas e ineficientes, visto que a imagem idealizada é da gestão pública responsável por todo desenvolvimento do turismo, de forma centralizadora e imposta.

Para que se tenha um melhor encaminhamento da atividade, uma oferta turística necessita de uma gestão participativa, descentralizada, com pensamento coletivo e unido a favor do desenvolvimento do turismo. “Sobre órgãos oficiais de turismo, é importante ter uma ideia que alguém é responsável, legalmente, pela atividade turística, que pode ter um status no primeiro, segundo ou terceiro escalão” (CÉSAR; STIGLIANO, 2006, p.78). Apenas como figura representativa, até para pleitear investimentos e verbas federais para a localidade, mas deve existir uma equipe constituída por diversos *stakeholders*, organizados, unidos, com divisão de responsabilidades, compromisso e engajamento colaborativo nas tomadas de decisões, com a inserção da comunidade local, como alerta o entrevistado do grupo C em sua declaração:

Eu acho que Sergipe não fica fora do cenário que se tem a nível nacional. Às vezes o poder público não valoriza o ribeirinho, ele não valoriza a comunidade, ele não, eu acho que o poder público ele, até infelizmente, ele não aproveita a comunidade para crescer, mostrar seu próprio trabalho. Ele não entende que a própria comunidade é um grande multiplicador (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

De acordo com as declarações, vale ressaltar as diferenças existentes entre os pensamentos dos *stakeholders* do mesmo setor, bem como, a possibilidade de uma formação de governança entre setor público e demais *stakeholders*, com participação nas tomadas de decisões, fortalecendo e agregando valor ao produto ou destino turístico.

É salutar atentar-se, que nessas últimas falas, existe uma postura de acomodação por parte de alguns *stakeholders*, que sempre esperam o setor público tomar a iniciativa de promover ações para o turismo. Isso se deve ao fato também da descrença em atividades em conjunto ou união entre poder público e demais setores do turismo.

Com as respostas dos diversos *stakeholders*, vale levantar a proposta de cooperação mútua no desenvolvimento de atividades, com divisão de responsabilidades, troca de conhecimento, aprendizado e investimentos por cada envolvido, visto que são as parcerias que podem fortalecer o turismo, entendendo que a política do setor público não tem orçamentos próprios, com recursos limitados para criar um impacto significativo no desenvolvimento da atividade.

Um aspecto que vem à tona também nos relatos dos entrevistados refere-se a descontinuidade política, devido a mudanças de partidos, de governos, de responsáveis nos cargos públicos, entre outras mudanças que ocasionam a ruptura de ações positivas para o turismo, com preferência àquelas que apresentam meramente cunho político ou até mesmo por insciência ou desinteresse político no elevado retorno econômico do turismo.

Quando essa mudança proporciona inserir no cargo público um profissional engajado, com entendimento sobre as necessidades da atividade turística, muitas vezes com qualificação e formação na área, o cenário é de interesse, comprometimento, cooperação, colaboração coletiva, transparência nas atividades, parcerias, propício para novos projetos de continuidade no desenvolvimento turístico local, em busca de envolver e beneficiar todos os *stakeholders* a partir de uma gestão participativa.

4.2 LACUNAS E OPORTUNIDADES PARA UMA GESTÃO PARTICIPATIVA

Para o turismo transmitir segurança e estabilidade para as esferas econômicas, ambientais, políticas, sociais e culturais, é necessário ser assertivo desde o início, através da realização de um planejamento flexível, ordenado e sustentável, responsável pela implementação e desenvolvimento de uma gestão participativa e eficaz entre *stakeholders* de diversos setores da oferta turística, com propósito de constituir vínculos compartilhados com ações coletivas, a fim de atenuar possíveis conflitos e maximizar os benefícios (YOUELL, 2002).

Os vínculos entre os diferentes *stakeholders* do turismo podem ser condicionantes ao favorecimento ou bloqueio de ações para o desenvolvimento organizado da atividade, mas há uma oportunidade para que a competitividade e concorrência entre eles convivam com cooperação e união, em prol de objetivos coletivos, que são o desenvolvimento e crescimento do turismo para que possam se beneficiar com a continuidade de atrair a demanda.

Com esta contextualização, no roteiro de entrevista aos *stakeholders*, foi questionado como são as relações interpessoais entre eles, visto que, são em sua maioria, prestadores de serviços semelhantes. Todos apresentaram conformidades nas respostas:

Então, nós temos uma relação muito próxima de parceria, de parceria muito forte inclusive, não só os parceiros que trabalham diretamente com os barcos, na verdade nós trabalhamos com dois tipos de embarcações quando se trata de transporte de passageiros. Que é o catamarã que é um grande parceiro né, toda sua equipe que trabalha nele também, que trabalha em sintonia com nosso

padrão de qualidade e atendimento e isso é muito importante. Então hoje a gente pode confiar em levar realmente o passageiro para a Ilha dos Namorados que a gente sabe que tem um bom atendimento, tanto das embarcações que nós trabalhamos como do restaurante que já está a bordo do próprio catamarã, e até mesmo do pessoal da comunidade que agrega valor ao destino. Então nós temos uma relação de parceria mesmo, e até mesmo do pessoal da comunidade que hoje atende o turista que chega lá, vendendo um artesanato, então a gente tem uma aproximação com esse pessoal (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

É parceria, é integração, é amizade. A gente muitas vezes vai realmente por conta das pessoas que estão lá, a diretoria do COMBAZE conseguiu com a comunidade criar uma corrente do bem. Em se tratando especificamente falando daquela região, nós estamos muito unidos com esse objetivo de inserir no turismo, de reivindicar o seu espaço também no turismo, de buscar o que o bairro precisa de infraestrutura básica também (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

A associação ela sempre faz reuniões. A gente se organiza, para tentar chamar a galera à consciência, para ver se a galera começa trabalhar direito, ou se tem um outro grupo que entra tipo clandestino, chega com uma lancha lá para fazer o serviço, a gente chega junto para ver qual decisão a gente precisa fazer (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Aqui todos se conhecem e se dão bem, lá na nossa associação de moradores sempre chama para participar das reuniões, ou nós conseguimos ajuda para realizar os eventos da comunidade pelos comerciantes, lancheiros, proprietários de lancha, agências. Agora sempre tem desunião entre os barqueiros da associação e as duas agências que também faz a travessia para Crôa e Ilha dos Namorados. Agora entre eles a gente fica sabendo de muita discussão, muita desorganização. Mas agora a prefeitura está fazendo uma lei, um documento para organizar a disputa das travessias e acabar com a desunião deles, ainda bem (Entrevistado grupo D, 2018, informação verbal).

A relação aqui no geral tem parcerias, todos vendem os nossos passeios, pessoal de lancha também, todo mundo aqui se dá bem, na verdade, o pessoal de lancha briga muito, mas no final todo mundo se entende. Mas, como eu disse, estão brigando e visando não ganhar nada, porque eles brigam pra baixar preço (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Não é uma relação muito organizada, não existe uma relação organizada, entre os lancheiros, é uma briga muito grande, uma concorrência muito grande. Eu me dou bem com todo mundo, todo mundo se dá bem, mas não existe uma política de grupo de fortalecimento do movimento em si, existe no caso dos barqueiros várias indicações eles trazem muitos clientes pra mim. Mas não existe uma coisa organizada, estruturada. Eles não se unem entre si, imagina entre os outros segmentos. Existem vários segmentos ligados ao Turismo, as pessoas que vendem produtos para gente que são os fornecedores dos restaurantes (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Este questionamento a respeito das relações interpessoais, feito para saber justamente como se desenvolvem os vínculos entre eles, resultou em reflexões sobre uma mesma situação

problema. O impasse está entre terceiro setor, os associados da ASPETUR, e setor privado, algumas agências de receptivo que realizam o mesmo serviço e utilizam o mesmo espaço na Orla Pôr do Sol para efetuar a venda dos passeios, em que há disputa por clientes, barganhando preços e esquecendo de valorizar a prestação de serviço com qualidade. Estes comportamentos e ocorrências atingem os processos de uma gestão participativa e podem ocasionar afastamento do turista/visitante.

Em contrapartida, o outro fator que simboliza uma força entre eles, muito importante, relatado por alguns *stakeholders*, é o termo parceria. As relações e colaborações recíprocas existentes na oferta turística são essenciais para o bom andamento da atividade, permitindo traçar uma gestão com benefícios para todos. A parceria é uma característica comum, considerada uma oportunidade para o desenvolvimento de uma gestão participativa no estuário do rio Vaza-Barris.

De acordo com Dredge (2006) e Barbosa (2012), parceria significa as interações existentes entre *stakeholders* de diversos setores, alicerçadas em relações formais e informais quando há preferências e finalidades comuns que auxiliam no processo de descentralização de tomadas de decisões, bem como divisão de responsabilidades e propensão ao crescimento coletivo. Lima (2009) aposta claramente na parceria público-privada ao estudar o turismo náutico sustentável:

À medida que os locais se estruturam, faz-se necessária a parceria entre governo e iniciativa privada para a melhoria da oferta. O Estado deve apoiar o segmento com ações, políticas e investimentos que estimulem e incentivem o setor. O passo inicial é pensar na oferta de equipamentos e serviços que atendam à demanda atual: melhorar a infra-estrutura local, especialmente no tocante à construção de marinas qualificadas para embarcações, programas de despoluição e de limpeza que preservem a condição de cartões-postais desses locais (LIMA, 2009, p. 309).

Os contratempos relacionais ou operacionais entre os *stakeholders* do rio Vaza-Barris podem ser resolvidos a partir da organização dos trabalhos desenvolvidos pela categoria dos lancheiros, associados a ASPETUR, visto que foi detectado que é onde tem o foco de discordâncias e desunião entre eles, que acabam competindo de forma desleal e prejudicial ao desenvolvimento da atividade turística com este tipo de serviço.

Nessa perspectiva, foi lançada a proposta aos entrevistados sobre a existência de uma legislação com direitos e deveres, sob multa e penalidades, com objetivo de organizar a prestação de serviços e as relações entre eles, bem como a formação de um Conselho Administrativo ou Conselho de Turismo Náutico, com representantes de cada categoria de

stakeholder, para organizar os planos e atividades relacionadas a este produto turístico, tendo uma gestão participativa de vários *stakeholders* em busca de benefícios para todos os envolvidos.

A finalidade do Conselho seria para tomadas de decisões, elaboração e execução de planos de ações, fiscalização de serviços, atividades e espaços públicos, entre outras atividades, sem necessitar da total dependência do setor público para soluções ou encaminhamentos, já que teriam a divisão de tarefas e responsabilidades para também gerir o estuário do rio Vaza-Barris. É possível acompanhar os comentários e sugestões nos seguintes fragmentos:

É uma ideia bacana com certeza, ter um Conselho, porque se tivesse essa união entre as pessoas, entre os setores, aquele lugar seria bem mais organizado, porque cada um vai expor problema um do outro e a gente tentaria melhorar nos pontos que são e precisam ser melhorados. E sobre as normas e regras, eu sou um cara consciente, se eu, se tem regras, se tem normas que tem que ser seguidas, eu quero seguir todas, por que? Porque eu trabalho com vidas, eu trabalho com clientes, então se acontecer um problema porque eu não estou seguindo regras, você se queima, primeiro você se queima, causa acidente e prejudica a todo mundo, você acaba prejudicando todo o turismo daquela área (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Um espaço que tenha regras, deveres, leis é importante, porque se sair da linha vai ter uma multa pra pagar, doer no bolso ninguém quer. Tendo direitos e deveres, todos saberão o seu lugar e começarão a ter uma relação mais profissional. E também é uma forma de organizar por exemplo a parte dos ambulantes, com barracas iguais, fardamento, limpeza. A ideia de ter um Conselho é sinal que a Prefeitura está se abrindo, mudando para uma forma participativa de atuar, colocando as outras pessoas para serem responsáveis também (Entrevistado grupo D, 2018, informação verbal).

Eu acho que a normativa seria interessante, mas eu acho que tem que ter um trabalho primeiro com todos os segmentos mostrando uma normativa dessa, mostrando o quanto poderia melhorar o trabalho. Esse povo daqui não pensa muito no futuro, tem segmentos que pensam no médio e no curto prazo, e tem algumas respostas que não são imediatas. Primeiro tem que educar as pessoas que estão aqui, para que as pessoas entendam a importância da coletividade. Eu vejo a briga que está, os barqueiros saem correndo até a praça atrás de cliente e brigam com um e brigam com outro (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Nós já tentamos uma vez fazer um conselho, fazer estilo uma associação. A ideia geral era uma associação com todos. Gente, nós juntos somos mais fortes! A gente vai ter uma briga na justiça, uma coisa é a associação junta, todos. Órgão público não vai escutar um a um, mas se tiver uma associação forte da Orla Pôr do Sol, fica tudo mais fácil, mas as pessoas infelizmente são desunidas, eles pensam sempre que o outro quer tirar vantagem (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

A administração municipal junto com a Emsurb já debateu com barqueiros e proprietários de embarcações e elaborou um decreto de organização das atividades de travessia da Orla Pôr do Sol para as demais ilhotas existentes no Vaza-Barris, com objetivo até de dialogar e inseri-los no processo de gestão participativa, algo que vai organizar o espaço público e os lancheiros principalmente. Este decreto já está saindo para ser seguido por todos que trabalham naquela área (Entrevistado grupo B, 2019, informação verbal).

A importância e funcionamento do Conselho Administrativo, o qual foi sugerido a denominação de Conselho de Turismo Náutico, já que a maioria dos *stakeholders* tem suas atividades e serviços voltados para a parte aquaviária, mas deve iniciar com a sensibilização de todos, como uma maneira de expressar a participação dos setores envolvidos com o turismo do produto ou destino turístico.

As respostas resultaram em mais uma oportunidade de um grande passo no fortalecimento de uma gestão participativa, inclusive com ações já voltadas para discussão e debate coletivo. Isso corrobora a perspectiva positiva em sugerir a formação do Conselho Administrativo no produto final deste trabalho, já que para os entrevistados, é ideal e interessante ter uma legislação que regulamente, que fiscalize, que oriente, mas que também possam se unir em prol da organização e qualidade da atividade para o turista/visitante.

Ao citar o termo qualidade, vale ressaltar que existe uma lacuna no estuário do rio Vaza-Barris que é de extrema importância no contato direto e nas relações com o turista/visitante. Trata-se da necessidade de qualificação profissional, treinamentos e capacitações contínuas. Lima (2009) pode comprovar que:

Na elaboração desses serviços e atividades, devem ser considerados diversos elementos necessários para uma oferta de qualidade, tais como informações sobre os serviços e atividades, recursos humanos capacitados para o atendimento ao público e para o gerenciamento dos serviços e atividades (LIMA, 2009, p. 306).

Ter profissionais capacitados para atender o cliente com maestria é a porta de entrada para o encanto de toda viagem ou passeio realizado. Na entrevista, os *stakeholders* informaram que a equipe deve passar por treinamentos diversos sempre, principalmente em atendimento ao cliente/turista, até para o crescimento da empresa e do produto ou atrativo turístico comercializado.

Capacitar e desenvolver competências através de cursos e aperfeiçoamentos educacionais estruturados e direcionados às necessidades da empresa visa impulsionar a eficiência e eficácia da equipe no desenvolvimento do trabalho ou no modo de transmitir alguma informação, elevar os níveis de qualidade, satisfazer o cliente entre outros fatores resultados de treinamentos ou

até mesmo cursos de reciclagens de curto prazo. Muitos deram sugestões das necessidades para o capital humano do estuário do rio Vaza-Barris:

Curso de atendimento ao cliente, curso de salvamento (guarda-vidas) e prevenção deve ser constante, até porque se um turista se afogou, não tem ninguém do corpo de bombeiro para fazer aquele salvamento naquele momento. Como você fará as técnicas? Como você vai proceder? Como você vai acionar o corpo de bombeiro? Qual a lancha de apoio? Então isso tudo a gente tem discutido bem como o curso de atendimento ao cliente, a forma de abordar, da forma como ele chega, da forma como ele sai, principalmente o pós-venda, porque a gente vê isso tudo como uma venda, então vendeu e ele foi embora e aí e depois? E também saber fazer essas coisas (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

De repente com parceria com o sistema S, Sebrae, Senac, trazer aquele pessoal da comunidade para um treinamento, nós temos lá por exemplo, um barco flutuante que é um dos pioneiros que explora aquela região da Crôa do Goré e que a gente percebe que o pessoal que trabalha naquela embarcação flutuante não tem o devido treinamento para atender o turista. Hoje nós trabalhamos com catamarã que tem tudo isso, uma equipe bem treinada, mas tem outros equipamentos que estão lá também atendendo o turista que não tem o devido treinamento das pessoas (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Aqui, para não sobrecarregar o corpo de bombeiro, um treinamento de guarda-vidas, que hoje qualquer morador do Mosqueiro estaria apto a salvar qualquer pessoa. Esse curso seria ideal. Todos os lancheiros deveria ter esse curso. Na marinha possa até que ele pegou algumas instruções, mas tendo uma reciclagem sempre, uma vez no mês (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

Então eu acho que essa reciclagem de pessoas deveria haver aqui, com curso de atender o cliente, saber tratar o cliente, o turista, acho que um treinamento de artesãos, criar um pólo de artesanato aqui da região, um pólo de comidas típicas pequenas, várias coisas. Fazer talvez numa dessas áreas da prefeitura, uma espécie de uma grande Oca ou Casa, uma coisa mais artesanal, que fosse feito de madeira (Entrevistado grupo A, 2019, informação verbal).

Teve um tempo desses cursos para nós aqui, de atendimento ao cliente, cuidado com o meio ambiente. Em 2017, a prefeitura e o Sebrae realizaram também uns cursos, mas só para os lancheiros. Aqui precisa de ter curso de como falar e atender o turista também nos restaurantes, cursos que não demore tanto tempo para oferecer. Cursos sobre como vender, como negociar preço, curso de como se vestir para atender o cliente, tem que ter (Entrevistado grupo D, 2018, informação verbal).

Esses depoimentos foram importantes para auxiliar na construção do produto tecnológico, respondendo inclusive um dos objetivos específicos da pesquisa. Também foi possível comprovar que as capacitações nestes últimos anos foram promovidas pela Secretaria Municipal de Turismo. A Gestão Pública reconhece que a qualificação profissional no turismo é importante, uma vez que muitos *stakeholders* possuem contato direto com os turistas/visitantes, impactando na sua impressão ao conhecer o produto ou destino turístico.

4.3 PROCESSOS DE IMPLANTAÇÃO DO APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA

Com o propósito de ter a participação dos *stakeholders* na elaboração da solução tecnológica GTur, aplicativo de Governança Turística, foi solicitada a colaboração no roteiro de entrevistas para tecer comentários sobre a viabilidade de uso, bem como das possíveis necessidades para o desenvolvimento da solução:

Primeiro que a gente pode colocar, que seria importante, seria a maré. O ideal é que graficamente ela fosse replicada, que a tábua de maré normal é só números, é horário e o número. Que a gente conseguisse ver, por exemplo em relação ao Goré, qual é a altura, talvez ter um desenho de uma cabaninha do goré e aí a maré tá 1.2, você botava um banquinho, botava uma mesinha e tinha aquela cabaninha, aí a pessoa ia entrar no aplicativo e saber qual é a maré que tá naquela hora em relação à altura da água na cabaninha e se ela tá subindo ou tá descendo, uma coisa interessante, de forma lúdica, como tá a maré no Goré? Seria interessantíssimo para eles lá. O turista que vai lá dá pra saber pelo aplicativo. Uma coisa legal seria, se tivesse cadastrado todo mundo junto com os nomes das embarcações que trabalham ali, qual seria a quantidade máxima de passageiros nela, por exemplo, que a pessoa vai ver que está embarcando na pôr do sol 4, máximo 6 passageiros. Dos condutores, poderia fazer um cadastro dos condutores para saber até quando tá a validade da carteira dele, mesmo jeito a vistoria da embarcação, a última vistoria, quando foi feita (Entrevistado grupo B, 2018, informação verbal).

O máximo de informação daquela região com relação à cultura, o que fazer mais lá, porque não é somente o passeio da Crôa do Goré, temos várias ilhas ali na região que pode ser trabalhada né? Onde comer, onde encontrar com mais facilidade o meio de transporte para chegar lá (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Um aplicativo que pudesse divulgar o comércio, os restaurantes, o que tem para fazer e o que tem para servir também. Nesses aplicativo também seria bom ter uma forma de saber sobre as atividades que este possível conselho está fazendo, guardar os documentos das reuniões pra gente poder ver sempre. Ah e podia ter uns cursos para gente assistir, aprender (Entrevistado grupo D, 2018, informação verbal).

Que o aplicativo ele tenha algo rápido para não tomar muito tempo da pessoa que responderá, mas que ele conste o contato da pessoa, a forma como você vai contactar, mas principalmente que ele venha com uma breve pesquisa do que ele achou para ele dar aquele panorama do atendimento, da recepção, do dia que ele passou ali. Um campo de observação, porque afinal um aplicativo sempre teria uma pesquisa. Essa pesquisa depois daria como retorno um gráfico que ao final de todo mês ele teria todo um panorama dele em gráfico do que teve (Entrevistado grupo C, informação verbal).

Com certeza o aplicativo seria interessante, pelo fato tanto dos clientes como das pessoas que não são ligadas ou não trabalham com pesca, que o meu caso que não trabalho com pesca, quando eu vou saber a tábua da maré eu sempre

procuro aplicativos, tábua de marés no aplicativo, esse aplicativo me ajudaria na questão de saber a tábua de maré, qual o horário que eu vou informar ao cliente, que horas ele pode chegar, que horas ele vai voltar. A questão de controle pessoal que é bom também, por exemplo, se eu tenho um grupo para chegar de 40 pessoas de São Paulo, então eu vou lá no aplicativo colocar que levei 40 pessoas no domingo, por exemplo, aí eu tenho o controle se o aplicativo tivesse como a gente conseguir anualmente ou mensalmente a quantidade de pessoas que eu levei, agora teria que ser um negócio individual. Aí nesse caso você teria que fazer o cadastro de todos donos de lancha, porque você iria saber mais ou menos quantas pessoas cada um levou, isso seria interessante (Entrevistado grupo A, 2018, informação verbal).

Ter a tabela de maré pro turista ver. Ter fácil os documentos normativos daqui da área do rio Vaza-Barris. Pensei em fazer a venda de passagens dos passeios. Ter a foto de todas as embarcações com a capacidade de passageiros e o cliente já comprava pelo aplicativo. O pagamento caiu na conta da associação ou do próprio lancheiro (Entrevistado grupo C, 2019, informação verbal).

Hoje tudo é tecnologia, hoje tudo é informação, porque hoje tudo é via whatsapp, hoje é via Instragram, facebook, então quanto mais tecnologia você tiver mais modernização você tiver, você vai atuar de forma melhor naquela área né? E hoje todo mundo para você fazer tendo um aplicativo vamos dizer assim, desse, eu acho que as pessoas de forma, que o turista que venha tenha esse acesso a esse aplicativo, ele pode fazer tudo mais rápido, pelo próprio aplicativo, até comprar uma passagem para ter acesso ao catamarã. Você ter acesso para visualizar o momento de como tá ali, aquele momento, o que é que tem vendendo, o que oferece, o que não tem, então acho interessante (Entrevistado grupo B, informação verbal).

Na perspectiva de gerar processos funcionais para uso do aplicativo, as respostas coletadas auxiliaram no desenvolvimento do plano de elaboração a partir da nuvem de palavras (Figura 31), produzida através dos termos mais citados nas entrevistas.

A palavra "estatísticos" se destaca, seguida por "tábua marés", "divulgação" e "capacitação". Pode-se relacionar este resultado com possíveis menus do aplicativo. O aplicativo voltado para governança atua justamente na coleta de dados estatísticos, participar de treinamentos e cursos de aprimoramento para oferecer um serviço ou produto de qualidade ao turista/visitante, além de poder divulgar o seu serviço e/ou produto a partir de uma solução tecnológica exclusiva para o produto, *cluster* ou destino turístico (Figura 31).

5 O APLICATIVO GOVERNANÇA TURÍSTICA (GTUR)

Conforme o desenvolvimento dos capítulos anteriores, a tecnologia pode influenciar no processo de gestão e governança da atividade turística de um produto ou destinação. Até porque, hoje, a internet e as funcionalidades existentes nos *smartphones*, através dos aplicativos, são exemplos de ferramentas rápidas, com poder de disseminação de informação e auxílio em resolução de problemáticas do dia a dia, tanto no alcance pessoal como profissional.

A função de qualquer aplicativo é a de facilitar no desenvolvimento ou solução de alguma atividade. Podem ser elaborados para uso geral ou direcionado a perfis específicos de usuários. Para fins profissionais, é um recurso que pode contribuir na melhora de resultados, na coleta e análise de dados para tomadas de decisões, além de praticidade em outras tarefas.

Este capítulo propõe apresentar, a partir da relação entre a teoria aqui exposta e a pesquisa de campo junto aos *stakeholders*, o processo de construção, características e composição do aplicativo Governança Turística (GTur). Far-se-á a descrição do GTur, com consideração, sobretudo, das suas funcionalidades para o exercício da gestão e governança participativa e descentralizada.

Está formado por três divisões, a primeira com os elementos básicos do GTur, a segunda com a exposição das etapas do seu desenvolvimento e a última traz, principalmente na exposição de ilustrações, todas as interfaces das funcionalidades do aplicativo. Julga-se importante salientar que cada uma destas subdivisões é dependente entre si, como forma de constituir o caminho para criação do GTur.

Busca-se ainda o entendimento das áreas de Engenharia de *Software* e Tecnologia da Informação para a elaboração do GTur, visto que baseado em seus conteúdos, são apontados processos práticos para as etapas de seu desenvolvimento.

É importante ressaltar que a explicação e detalhamento que segue neste capítulo, tem a tecnologia móvel em torno de um aplicativo, como solução para conduzir os *stakeholders* à integração, organização, participação e gestão de um produto ou destino turístico, em busca de dividir responsabilidades em prol do desenvolvimento ordenado do turismo.

5.1 ASPECTOS RELEVANTES DO GTUR

O aplicativo denominado GTur é uma ferramenta para auxiliar na organização da gestão da atividade turística, com vista a ampliar e unificar a participação dos envolvidos com o turismo de uma destinação. No caso específico de usabilidade, foi elaborado a partir dos atrativos turísticos localizados no estuário do rio Vaza-Barris, e de forma inovadora e competitiva visa melhorar a qualidade do serviço oferecido aos turistas/visitantes e tornar mais transparente e cooperativa as atividades realizadas pelo Governo, a Prefeitura Municipal, a iniciativa privada e a comunidade local em prol do desenvolvimento do turismo.

Com o uso do GTur é possível verificar a dinâmica, a interação e a comunicação entre os agentes sociais envolvidos na cadeia produtiva do turismo de cada produto, conjunto de atrativos, destinação ou *cluster* turístico, com o propósito de favorecer o envolvimento dos agentes interessados no planejamento, gestão e principalmente desenvolvimento local ordenado.

Nesse estudo, o conteúdo diz respeito a uma experiência de utilidade no conjunto de atrativos turísticos do estuário do rio Vaza-Barris, a partir da Orla Pôr do Sol, considerada cartão postal de Aracaju, ao lado da Crôa do Goré e da Ilha dos Namorados, com alto potencial e vantagem competitiva para tornarem-se um *cluster* turístico.

A utilização deste aplicativo é uma maneira transparente de executar as atividades do turismo com planos de ações, estratégias, normas e padrões em que a atividade implementada (ação traçada, além de ser planejada) tem o envolvimento dos agentes sociais, isto é, da ação conjunta dos *stakeholders*, com monitoramento, coordenação contínua e estratégias para melhorar serviços, em busca de atender às necessidades e superar as expectativas dos turistas/visitantes.

No caso do poder público, responsável pelos maiores investimentos no que concerne à infraestrutura básica, equipamentos de apoio, e ainda, pela gestão de um produto ou destino turístico, a partir do uso do GTur, terá uma ferramenta para auxiliar e ampliar a descentralização da gestão, com facilidade para desenvolver a governança e inserir os demais agentes na responsabilidade da gestão contínua e sustentável do turismo.

O GTur se propõe a orientar produtos e/ou destinos turísticos através da organização e padronização em conjunto, independente da troca de gestores públicos e inserção de novos

negócios, parceiros ou equipamentos, de forma participativa e inovadora, a fim de aumentar a demanda e elevar cada vez mais a sua vantagem competitiva.

Através do GTur, espera-se que a gestão dos atrativos no estuário do rio Vaza-Barris deixe de ser responsabilidade e cobrança específica da centralização do poder público para converter-se numa atividade de comprometimento partilhado, descentralizado e cooperado através de relações de parcerias e interdependência entre os agentes sociais, aqui denominados de *stakeholders* envolvidos com o turismo.

A ajuda mútua entre os *stakeholders* que atuam nas atividades turísticas da Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados será fundamental para a prática da governança turística e é característica inicial para formação de um *cluster*, em busca do crescimento do turismo, com consequências positivas para a economia e a sociedade, visto que o *cluster* é uma possibilidade real de articulação e participação dos agentes sociais (*stakeholders*) em busca de um objetivo comum.

Para ter êxito na sua usabilidade, além da importância do capital humano, outro fator que deve ser destacado é a construção do aplicativo, que para especificar e entender a sua elaboração, utilizou-se a multidisciplinaridade a partir dos conceitos da disciplina de Engenharia de Software para auxiliar nas definições técnicas do aplicativo, visto que este é um instrumento de base tecnológica.

O aplicativo GTur foi desenvolvido para funcionar em dispositivos móveis com Sistema Operacional *Android* e *iOS*, mas está disponível apenas na loja de aplicativos do *Android*, conhecida por *PlayStore*, conforme figura 32, mantido pela SystemtandoBR, conta de responsabilidade do Profissional Desenvolvedor que transcreveu a proposta deste trabalho e utilizou a lógica de programação apropriada para sua criação.

Figura 32 - Visualização da loja de aplicativos do Android.



Fonte: Captura de tela do *smartphone* de Leylane Meneses Martins, 2018.

A disponibilidade, por enquanto, no iOS, na loja da *Apple (AppStore)*, não foi possível devido ao investimento financeiro que custa aproximadamente U\$ 100 por ano para manter uma conta ativa, e já na *PlayStore* foi apenas um único pagamento de aproximadamente U\$ 25, sem necessidade de custos futuros para manutenção do *app*. Para justificar esta diferença, de acordo com Paula (2013) o sistema *Android* foi desenvolvido:

com o objetivo de ser uma plataforma flexível, aberta e de fácil migração para os fabricantes [...] para inovar e acelerar o desenvolvimento de aplicativos e serviços, com a finalidade de trazer aos consumidores uma melhor experiência em termos de recursos e menos custosa em termos financeiros para o mercado de telefonia móvel (PAULA, 2013, p. 40-41).

Em resumo, o sistema operacional é a ligação entre o *hardware* e o *software*, ou seja, o *Android* é o elo entre os dispositivos *smartphones*, *tablets* com os aplicativos móveis.

Lecheta (2014) complementa que anualmente são lançadas novas versões do *Android* em *smartphones*, *tablets*, relógios (*smartwatches*), *netbooks* entre outros equipamentos, voltados a disponibilizar recursos para conexão e compartilhamento na internet, aumentar a velocidade dos navegadores de internet (*Mozilla Firefox*, *Google Chrome*, *Internet Explorer*, por exemplo), possibilitar um sistema multitarefa, ou seja, permitir mais de um programa em funcionamento ao mesmo tempo, além de oferecer milhares de aplicativos para *download*, seja na forma gratuita ou paga, para seus usuários.

O *Android* é formado por camadas e para o aplicativo em questão, é importante conhecer duas delas. A primeira é a camada visual dos aplicativos contidos nos dispositivos móveis em que os usuários podem fazer uso em várias atividades. A segunda é a *framework*, onde o Profissional de *Software* tem o espaço e a permissão para criar estes aplicativos, a partir dos modelos da primeira camada, recorrendo aos recursos existentes na segunda camada para ir em busca de realizar chamadas de sistema, reduzir as dificuldades, simplificar a reutilização de procedimentos existentes e obter melhor produtividade no tempo de execução (PAULA, 2013; LECHETA, 2014).

Conforme documentação de desenvolvimento do *Android* (DEVELOPERS, 2018), a terceira camada é a abstração de *hardware* (CAH), gerenciada por este Sistema Operacional, a qual consiste em um conjunto de recursos originários dos dispositivos móveis, como câmera, GPS, *bluetooth*, *wifi*, teclado, memória, entre outros.

Segundo Sommerville (2011), o *framework* fornece apoio ao Profissional de *Software* na construção de códigos, para não ter a necessidade de reescrever integralmente as rotinas

essenciais de execução do aplicativo com a reutilização dos recursos que são fornecidos pela camada de abstração de *hardware*.

Dentro do processo de criação de um aplicativo a formatação dos aspectos prioritários necessita de atenção, por exemplo, sob qual plataforma ou sistema operacional ele precisa operar; e isso determinará a eliminação de algumas opções de *frameworks* presentes no mercado (GONÇALVES, 2017).

O aplicativo GTur foi construído através do *framework* Ionic que se destaca por adotar uma boa estrutura de componentes de interface gráfica de fácil entendimento para o usuário, o qual é utilizado para desenvolvimento de aplicações móveis híbridas, ou seja, “os aplicativos híbridos são desenvolvidos com os recursos de um sistema web, que podem ser empacotados e distribuídos nas lojas de aplicativos como se fossem nativos” (GONÇALVES, 2017, p. 501-502).

Barbosa et al. (2016) complementam que os aplicativos híbridos são aqueles que, com base num mesmo código-fonte de um *software*, é possível produzir uma versão para executar em diferentes sistemas (*Android* ou *iOS*) de dispositivos móveis.

Para mantê-lo em operação também foi necessário a adequação do uso de recursos de armazenamento das informações disponibilizadas através da internet, as quais são sincronizadas em tempo real, para todos os usuários que utilizam o aplicativo.

O *Google Firebase* foi o recurso escolhido, também denominado de servidor de dados, já que se trata de uma plataforma de aplicação que possibilita manter os dados de forma gratuita com algumas limitações de acordo com a quantidade de acessos mensais, mas que atende as expectativas de projetos embrionários (KHAWAS; SHAH, 2018). Por esse motivo, caso a demanda do GTur aumente significativamente a partir da utilização de milhares de usuários, este recurso será passível de cobrança.

O *Google Firebase* auxilia o Profissional de *Software* a construir aplicativos de alta qualidade, pois além do armazenamento de dados, outros recursos estão disponíveis, como o *Firebase auth*, que fornece a identificação e validação do usuário por e-mail e senha, por *login* através das redes sociais (*facebook*, *google+*, *github* e *twitter*) (KHAWAS; SHAH, 2018).

Para a produção da primeira tela do GTur foram utilizados os recursos do *Firebase auth*, onde optou-se também em inserir a rede social *google+* para o acesso do usuário, conforme apresenta a figura 33 com a tela inicial do aplicativo.

Figura 33 - Tela inicial do aplicativo.



Fonte: Captura de tela do *smartphone* de Leylane Meneses Martins, 2018.

Para identidade visual do *software* foi necessário a criação de uma marca. A marca é um elemento visual adequado para diferenciar produtos ou serviços, principalmente se houver concorrência. É importante também para fixação da imagem do serviço ou produto, além de possibilitar a identificação para comercialização.

A função principal da marca é facilitar a identificação, por parte do consumidor, de um produto ou serviço disponibilizado por uma determinada empresa, para que assim esse se diferencie dos demais produtos ou serviços idênticos ou semelhantes, principalmente, de concorrentes (INPI, 2013, p. 4).

Apresentada na figura 34, a marca do aplicativo possui elementos que traduzem o significado de participação e colaboração, visto que o aplicativo visa a governança de *clusters* turísticos, a gestão harmônica e integrada dos agentes sociais de um determinado produto ou destino turístico em prol do desenvolvimento do turismo no local. Então pensou-se em reproduzir as siglas do nome do aplicativo com pessoas de diferentes negócios caminhando juntas na mesma direção, em busca de um único objetivo, isto é, os *stakeholders* envolvidos no turismo de forma organizada e padronizada para oferecer com maestria o melhor serviço/produto ao turista/visitante.

Figura 34 - Marca do aplicativo.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

Por ser uma marca relacionada à criação de um produto inédito e com a preocupação de poder ser utilizada por terceiros para outros fins, através do INPI foi possível realizar o seu registro, conforme documento no anexo A, que confere o direito exclusivo ao seu titular/inventor.

Conforme dados no anexo A, a marca está apresentada como mista, pois é constituída por nomes/letras e figuras/imagens. Quanto à sua natureza, está classificada como de produto, visto que é utilizada associada a um aplicativo, para distinguir este produto tecnológico de outros equivalentes, de origem diversa.

De acordo com Paixão (2016), na academia, todo pesquisador deve procurar um NIT para auxiliar na proteção dos resultados de sua pesquisa, antes de qualquer publicação. Assim foi realizado o pedido de registro da marca GTur no NIT do Instituto Federal de Sergipe (IFS) (Anexo B).

Para conhecimento, o INPI é uma autarquia federal, vinculada ao Ministério da Economia, cuja missão é estimular a inovação e a competitividade para o desenvolvimento tecnológico e econômico do Brasil, através da proteção eficiente da propriedade industrial. Seus serviços são os de registros de marcas, desenhos industriais, indicações geográficas, programas de computador (*softwares*), concessões de patentes, entre outros que estimulam o conhecimento e o surgimento de novas identidades e soluções técnicas e tecnológicas (INPI, 2019).

Como a marca está relacionada ao aplicativo, é importante ressaltar que este *software* também foi registrado no INPI, porém com processo de número de registro diferente, como programa de computador, pois “o título do software não é protegido pelo registro de programa de computador. Para buscar tal proteção, pode-se recorrer ao registro de marcas no INPI” (INPI, 2018, p. 26). Devido a esta justificativa, foram realizados dois registros distintos.

De acordo com Russo et al. (2012), o registro de um *software* é uma maneira de conferir a autoria, garantir a exclusividade na produção, utilização e comercialização. Nunes (2016) esclarece que o *software* é protegido como obra literária, ou seja, o objeto de proteção é seu código fonte, o ativo intelectual do Profissional de *Software*. Em Registro de Programa de Computador não se protege a funcionalidade do produto, por ser intangível e sim o emaranhado de palavras ou códigos dispostos da forma em que se apresentam.

A Lei de Propriedade Intelectual brasileira protege os programas de computador ou *software* através da Lei do Direito Autoral (Lei nº 9.610, de 19 de fevereiro de 1998) (INPI, 2018).

o Direito Autoral é um ramo da propriedade intelectual que incide, dentre outras obras intelectuais, sobre expressões literais, e que proíbe que terceiros as copiem, alterem, redistribuam ou vendam sem a autorização do Titular do Direito dos ativos intangíveis criados. A proteção à propriedade intelectual dos programas de computador é estabelecida pela Lei nº 9.609, de 19 de fevereiro de 1998. De acordo com essa lei, conhecida popularmente como “Lei de Software”, em seu art. 1º, Programa de computador é a expressão de um conjunto organizado de instruções em linguagem natural ou codificada, contida em suporte físico de qualquer natureza, de emprego necessário em máquinas automáticas de tratamento da informação, dispositivos, instrumentos ou equipamentos periféricos, baseados em técnica digital ou análoga, para fazê-los funcionar de modo e para fins determinados (INPI, 2018, p. 5).

A partir desses conceitos, justifica-se a importância de realizar o registro de um *software*, visto que existe legislação específica para esta finalidade, de salvaguardar a criação e garantir maior segurança jurídica ao seu detentor/inventor.

Após construção do aplicativo e registros para proteção no INPI, para realizar sua divulgação foi necessário preocupar-se com a criação de pôster para veiculação digital e impressa, com foco na identidade visual através da predominância das cores da marca, apresentado na figura 35.

Figura 35 - Banner de divulgação do aplicativo.



Fonte: Leylane Meneses Martins, 2018.

A divulgação do aplicativo é importante e fundamental para começar a desenhar uma imagem na mente dos potenciais usuários, para que possam inclusive propagar com outras pessoas. Elaborar o GTur foi apenas a primeira etapa, o próximo passo será seu uso pelos *stakeholders*, a partir da utilização das ferramentas de marketing para adesão, com todos os esclarecimentos de benefícios e vantagens de utilização. A divulgação é um estágio para fortalecer a adesão, com a finalidade de apresentar as suas funções específicas, auxiliar e mostrar ao público-alvo as vantagens e benefícios para o desenvolvimento da atividade turística.

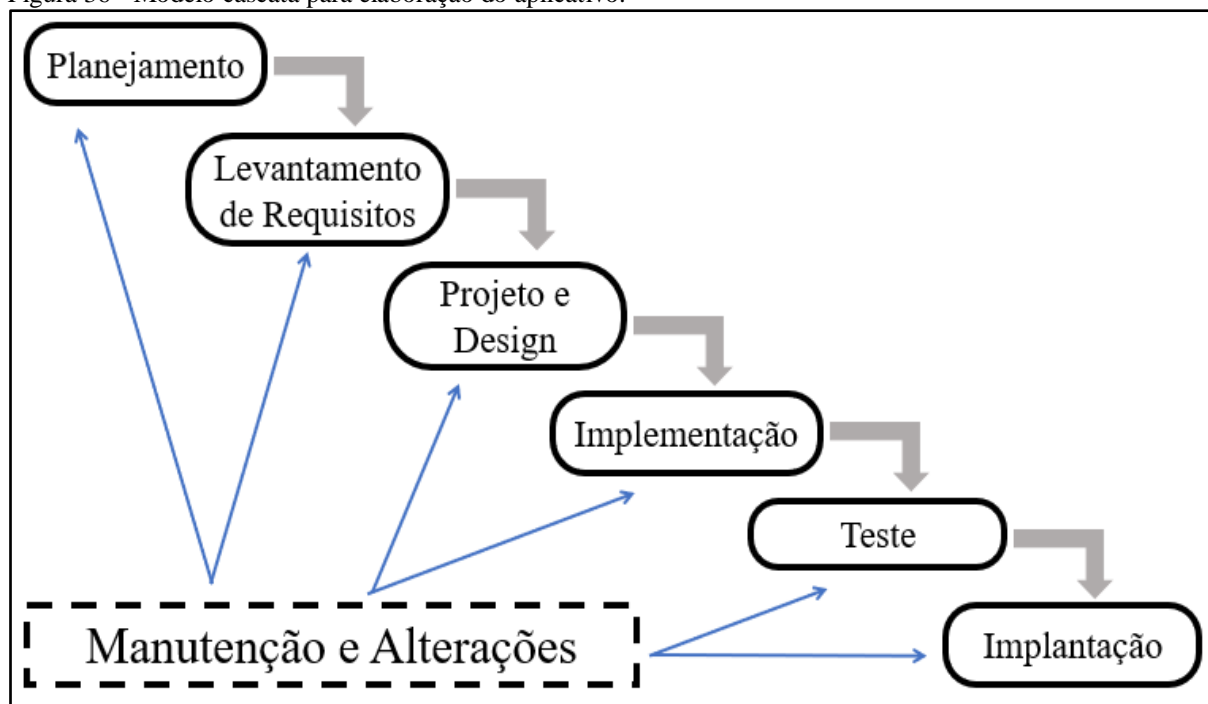
5.2 PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO DO APLICATIVO GTUR

Para a construção do aplicativo foi preciso seguir um processo de desenvolvimento de *software*, o qual começou a partir do planejamento de como elaborá-lo. Este processo foi importante para criar o projeto do produto tecnológico, pois através dele determinou o fluxo de interação das telas com os usuários. Conforme Sommerville (2011), o projeto tem o objetivo de definir a estrutura processual das atividades relacionadas à concepção e produção do aplicativo, para que o Profissional de *Software* possa atender as necessidades do usuário.

Esse processo é como um ponto de partida para definir de qual maneira o projeto deve ser norteado, uma forma de mostrar um fluxo das atividades principais em busca de organizar como ficará o aplicativo (*software*), através da melhor forma de realizá-lo, que foi através de etapas. De acordo com esta justificativa, buscou-se o modelo de processo em forma de cascata apresentado na área de Engenharia de *Software* por Engholm Júnior, 2010; Sommerville, 2011; Pressman e Maxim, 2016, autores especializados em desenvolvimento de *software*.

Com base nos conceitos e orientações desses autores, foi elaborado o modelo em cascata, apresentado na figura 36, para mostrar as fases projetadas para desenvolver o aplicativo GTur.

Figura 36 - Modelo cascata para elaboração do aplicativo.



Fonte: Elaboração própria (2019) adaptada de Engholm Júnior, 2010; Sommerville, 2011; Pressman; Maxim, 2016.

De acordo com Engholm Júnior (2010) e Pressman; Maxim (2016), o modelo cascata sugere uma abordagem sistemática, com execução de cada atividade sequencialmente, finalizando uma etapa antes de ir para a seguinte. É sugerido para projetos pequenos. Sommerville (2011) complementa que por causa do encadeamento entre uma fase e outra, esse modelo é conhecido por cascata. “O modelo em cascata é um exemplo de um processo dirigido a planos - em princípio, você deve planejar e programar todas as atividades do processo antes de começar a trabalhar nelas” (SOMMERVILLE, 2011, p. 20).

Na primeira fase, planejamento, foi pensado como o aplicativo deveria funcionar e quais informações deveriam ser fornecidas. Foi projetado uma plataforma para descentralizar a gestão pública do turismo através da prática de governança em produtos ou clusters turísticos com a finalidade de desenvolver uma atividade participativa, coesa e integrada. Para isso foi necessário delinear os objetivos do *app*:

- Propor executar as atividades do turismo com planos de ações, estratégias, normas e padrões, em que toda atividade implementada deverá ter a participação dos agentes envolvidos;
- Alertar, orientar e beneficiar os envolvidos com o turismo do local para a possibilidade da prática de uma governança participativa, contínua e sustentável, através de uma ferramenta tecnológica que dispõe de todas as informações necessárias para esta finalidade;
- Levantar e apresentar dados estatísticos sobre a demanda do produto ou *cluster* turístico;
- Implementar temáticas para aperfeiçoamento profissional dos usuários;
- Divulgar e promover os serviços e equipamentos dos agentes sociais para o usuário visitante.

Nessa primeira etapa também foi indicado qual o público-alvo a atingir, ou seja, qual o usuário do GTur, quem são os agentes afetados diretamente pelo uso do aplicativo, com a finalidade de buscar os requisitos necessários à sua funcionalidade, de forma a atender e solucionar a problemática do usuário e assim aumentar a sua satisfação com uso diário.

De acordo com a proposta da solução *mobile*, foram elencados no quadro 4, os agentes sociais (*stakeholders*) envolvidos diretamente com o desenvolvimento do turismo de um produto ou destino turístico, no caso específico da área de estudo, trata-se do produto estuário do Rio Vaza-Barris, direcionado para os atrativos que o compõe, já que possuem características potenciais para uma formação de *cluster* turístico.

Quadro 4 - Descrição de agentes sociais (stakeholders).

| Categoria | Descrição |
|-----------------------|--|
| Setor Público | Gestor público (Secretaria Municipal e/ou Estadual de Turismo); Agente Regulador (Capitania dos Portos – Marinha do Brasil, IBAMA); Órgãos de apoio (ANVISA, EMSURB) |
| Terceiro setor | ONGs; Instituto; Fundação; Conselho; Associação; Cooperativa; CVB. |
| Setor Privado | Meio de hospedagem (Hotel, pousada, albergue, <i>hostel</i> , resort, <i>camping</i> , cama e café, <i>flat</i>); Agência de passeios/receptivo; Restaurante e afins; Vendedor ambulante; Empreendedor; Empresas de eventos; Locadora de veículo. |
| Sociedade | Comunidade local; Visitante; Turista. |
| Instituição de Ensino | Pesquisador (Universidade); Sebrae; Senac. |

Fonte: Elaboração própria, 2017.

Após esta primeira etapa, teve início a fase de levantamento de requisitos. “Requisitos definem as expectativas e necessidades dos envolvidos no projeto, podendo ser divididos em requisitos funcionais e não funcionais” (ENGHOLM JÚNIOR, 2010, p. 69). Os requisitos de um sistema são descrições dos serviços fornecidos pelo processo.

Os requisitos refletem as necessidades dos clientes, onde o *software* irá ajudar a resolver algum problema, definindo assim as suas funcionalidades ou ações para elaborar um sistema que atenda as expectativas dos clientes (ENGHOLM JÚNIOR, 2010; SOMMERVILLE, 2011; PRESSMAN; MAXIM, 2016).

De acordo com Maccari et al. (2015), os requisitos são os indicadores mais importantes na condução de um processo de desenvolvimento de *software*, com posição central de ter serventia para beneficiar o usuário. Assim, afirma que "o projeto e seus requisitos têm início com as necessidades expressas e terminam apenas quando as necessidades são satisfeitas evidenciado pela validação do usuário o que o torna bem sucedido" (MACCARI et al, 2015, p. 10). Detalhar os requisitos significa identificar, analisar e definir as ações que serão realizadas a partir das necessidades levantadas pelo público alvo, resultando na conversão das funcionalidades que um aplicativo deve fornecer para solucionar os problemas levantados.

A coleta dos requisitos do GTur foi feita através de entrevistas com os agentes sociais envolvidos com o turismo no estuário do rio Vaza-Barris. Muitos *stakeholders* já informavam algum requisito com interesse para resolução de problemas individuais recorrentes, mas que auxiliariam os demais a partir da sua usabilidade no *app*. Por esta justificativa, mesmo para elaboração de um *software* simples, existem muitas opiniões diferentes que devem ser analisadas. A partir das transcrições foi elencada uma demanda de requisitos conforme o quadro 5:

Quadro 5 - Requisitos funcionais do GTur.

| Requisitos |
|---|
| Capacitação profissional aos prestadores de serviços direto ao turista/visitante. |
| Pesquisa de demanda para levantamento de dados estatísticos sobre a movimentação e origem dos visitantes da Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados. |
| Previsão do tempo e temperatura. |
| Previsão de tábua de marés. |
| Divulgação exclusiva dos passeios em lanchas e catamarãs. |
| Organização das atividades turísticas com regras. |
| Armazenamento de documentos importantes como atas de reuniões ou convites. |
| Comunicação única com informações transparentes para todos. |
| Tomadas de decisões em conjunto entre iniciativa privada, terceiro setor, poder público e comunidade local. |
| Dados/Cadastro de todos os agentes que trabalham envolvidos com o turismo no estuário do rio Vaza-Barris. |

Fonte: Elaboração própria, 2018.

Os requisitos não funcionais estão relacionados ao ambiente interno do aplicativo, descrevendo particularidades do sistema para melhor atender ao usuário, pois, "como o nome sugere, são requisitos que não estão diretamente relacionados com os serviços específicos oferecidos pelo sistema a seus usuários. Eles podem estar relacionados às propriedades decorrentes do sistema" (SOMMERVILLE, 2011, p. 60).

Para a elaboração dos requisitos não funcionais do GTur, foi necessário focar nos benefícios perceptíveis proporcionados aos usuários, com elementos para agregar várias funções importantes na composição do aplicativo. No quadro 6 é possível visualizar os requisitos não-funcionais do GTur:

Quadro 6 - Requisitos não-funcionais do GTur.

| Categoria | Descrição |
|-------------------|--|
| Velocidade | Tempo de resposta menor que 3 segundos para cada evento acionado na tela do aplicativo. |
| Tamanho | Aplicativo menor que 10Mb (<i>megabyte</i>). |
| Facilidade de uso | Os menus, abas e textos são adaptados legivelmente segundo a disposição acessível das informações para uso com clareza. A partir de um treinamento de poucas horas, os principais envolvidos já estarão aptos a utilizar os dados do aplicativo. |
| Confiabilidade | A transmissão dos dados dos usuários é criptografada, a partir de um protocolo de segurança para envio das informações ao servidor que hospeda a base de dados, conferindo assim maior segurança aos usuários. |
| Disponibilidade | O uso do aplicativo também é <i>offline</i> , a fim de proporcionar continuidade do uso e da comunicação sem o acesso à rede de internet. Ao ficar <i>online</i> , o aplicativo realiza uma atualização dos dados. |
| Legalidade | Exigências de conformidade do <i>software</i> com legislação pertinente ao projeto, por exemplo, normas de procedimentos náuticos para padronizar a navegação dos barqueiros no estuário do rio Vaza-Barris. |
| Proporção | O aplicativo, em sua versão gratuita, tem a capacidade de ser utilizado por um quantitativo de até 100 usuários simultaneamente. |

| | |
|------------|---|
| Geográfica | Ao realizar o cadastro ou o <i>login</i> no GTur, automaticamente é acionado um pedido de permissão para registrar a localização do GPS do dispositivo móvel utilizado. |
|------------|---|

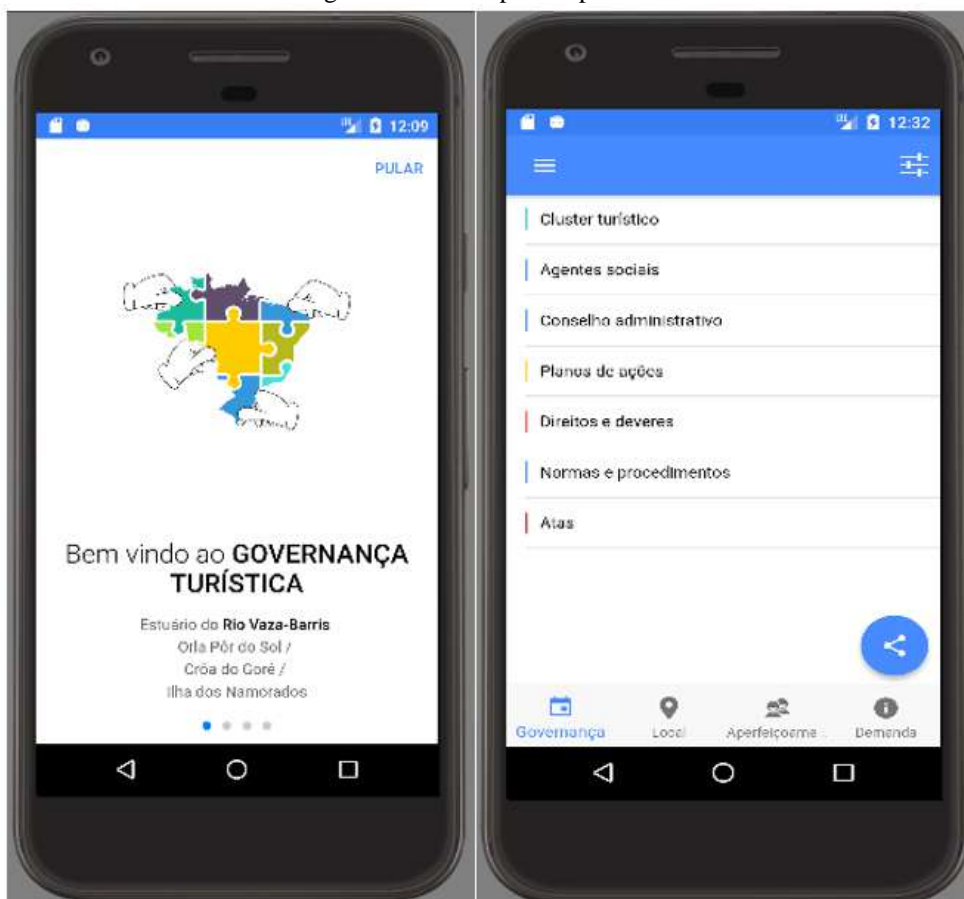
Fonte: Elaboração própria (2019) adaptada de Engholm Júnior (2010) e Sommerville (2011).

A terceira fase, denominada de projeto e design, foi realizada com base no modelo de prototipação.

Um protótipo é uma versão inicial de um sistema de *software*, usado para demonstrar conceitos, experimentar opções de projeto e descobrir mais sobre o problema e suas possíveis soluções. Enquanto o sistema está em projeto, um protótipo do sistema pode ser usado para a realização de experimentos de projeto visando à verificação da viabilidade da proposta (SOMMERVILLE, 2011, p. 30).

Em poucos dias foram criadas as interfaces iniciais (*layout*) das telas, apresentadas na figura 37, a fim de facilitar a concepção de como elas seriam conduzidas até o seu resultado, e com *design* em formato mais simples e sem implementar os devidos requisitos de funcionalidades. Mesmo assim, através desse protótipo, o GTur foi exibido e aprovado no processo de Qualificação do Pré-Projeto de pesquisa inicial, para assim iniciar a implementação ou o desenvolvimento do *software*.

Figura 37 - Protótipo do aplicativo.



Fonte: Protótipo da tela do simulador de desenvolvimento *Android*, 2017.

Através do projeto em forma de protótipo foi possível obter novas ideias, detectar aspectos de melhoria, visualizar possíveis erros e efetuar alterações para a implementação do GTur. Segundo Magela (2006), “a prototipação permite uma divisão de responsabilidade com o usuário na definição de O QUE iremos construir. Dessa forma, alinhar necessidades e especificação diminui os riscos durante o desenvolvimento” (MAGELA, 2006, p. 29). Assim, foi a partir dessa fase que se conseguiu a direção exata para a implementação do *app*, sem o retrabalho da construção do *design*, mas com a inserção/alteração de requisitos nas interfaces para o usuário.

A quarta fase corresponde à implementação do GTur. Esta etapa coloca na prática as informações descritas no planejamento, nos requisitos e nos protótipos já elaborados, ou seja, é a execução de todo o levantamento já adiantado. “O estágio de implementação do desenvolvimento de software é o processo de conversão de uma especificação do sistema em um sistema executável” (SOMMERVILLE, 2011, p. 25).

Nessa fase, o profissional responsável pelo desenvolvimento do aplicativo no *Android*, transcreveu em códigos todas as informações definidas após a avaliação do protótipo, com o objetivo de executar as funcionalidades exigidas pelos requisitos e alterar as interfaces voltadas para atender as necessidades dos usuários.

A etapa de teste foi inserida para avaliar o funcionamento do GTur, a fim de verificar tanto os requisitos funcionais quanto os não funcionais, atestando algum grau de dificuldade ou possíveis problemas no uso das interfaces do *app*. De acordo com Albiero (2017), a fase de teste ocorre com a validação, que é o método utilizado para indicar se o *software* atende aos requisitos do usuário, e com a verificação, utilizada para averiguar se o aplicativo está sendo desenvolvido corretamente.

Uma falha é o resultado de um ou mais defeitos em algum aspecto do sistema. Para tentar diminuir estas falhas nos softwares, a engenharia de software conta com processos de qualidade de software, e uma parcela destes processos são os testes. O teste do software é uma das fases do processo de engenharia de software que visa atingir um nível de qualidade de um produto e encontrar seus defeitos, para que estes possam ser corrigidos pela equipe de programadores, antes de sua entrega (BUSCH; LODI; BORBA, 2007, p. 126).

Esta etapa foi essencial para visualização de falhas e correções imediatas, pensando em oferecer uma aplicação tecnológica de qualidade para uso no turismo. Os testes foram realizados apenas com três usuários, visto que o aplicativo estava em processo de registro no INPI, tendo que ser resguardado o sigilo das suas informações, mas foi possível analisar 5

requisitos: velocidade, usabilidade, design, conteúdo e funcionalidade. Na Tabela 1 estão os resultados atingidos, a partir do critério de pontuação de 0 a 10 para cada categoria mencionada:

Tabela 1 - Teste do aplicativo GTur com usuários.

| Usuário | Requisitos | Nota |
|---------|----------------|------|
| A | Velocidade | 10 |
| | Usabilidade | 7 |
| | Design | 9 |
| | Conteúdo | 8 |
| | Funcionalidade | 7 |
| B | Velocidade | 9 |
| | Usabilidade | 8 |
| | Design | 10 |
| | Conteúdo | 8 |
| | Funcionalidade | 8 |
| C | Velocidade | 8 |
| | Usabilidade | 8 |
| | Design | 10 |
| | Conteúdo | 6 |
| | Funcionalidade | 9 |

Fonte: Elaboração própria, 2019.

Ao interpretar a tabela 1, os requisitos design e velocidade ficaram em destaque na avaliação com médias 9,6 e 9, respectivamente, resultado que auxilia na agilidade tecnológica para visualização das informações do *app*. As funcionalidades alcançaram média 8, com a justificativa de que atende ao objetivo do aplicativo, mas que precisa de divulgação para que as pessoas possam saber da sua utilidade para o desenvolvimento do turismo.

No entanto, as categorias usabilidade e conteúdo com notas 7,6 e 7,3 respectivamente, estão na média, mas precisam ser trabalhadas para melhorar a aceitação das pessoas quanto ao uso do aplicativo, com a inserção de mais conteúdo para manter o usuário no *app* por mais tempo e com um trabalho intenso de divulgação, apresentação e usabilidade direta com o cliente-alvo.

A última etapa da construção do GTur foi a de implantação, fase de inserção do *app* na loja de aplicativos *Android*. O profissional responsável pelo desenvolvimento do aplicativo no *Android* realizou o procedimento de registro na plataforma da loja junto com o pagamento único ao *Google*, sendo assim liberado o acesso ao sistema de publicação da *PlayStore* e disponibilizado publicamente. A outra etapa de implantação acontecerá com treinamentos de uso e trabalhos de sensibilização junto aos agentes sociais, a fim de demonstrar a importância de funcionamento deste *app* para a organização e trabalho coletivo no desenvolvimento do turismo no estuário sob estudo.

A manutenção e a alteração são procedimentos contínuos, realizados em todas as fases do desenvolvimento de *software*, depois que é entregue para uso. De acordo com Sommerville (2011, p. 170), "a manutenção de software é o processo geral de mudança em um sistema depois que ele é liberado para uso. As alterações feitas no software podem ser simples mudanças para correção de erros de codificação, ou melhorias significativas".

Manter e alterar serão operações fundamentais para o aperfeiçoamento do aplicativo e serão executadas para corrigir erros que não foram detectados nas fases iniciais da construção do *software* ou para melhorar seu funcionamento.

5.3 COMPOSIÇÃO DAS FUNCIONALIDADES NO EXERCÍCIO DA GOVERNANÇA TURÍSTICA

Para exemplificar o funcionamento do GTur no uso em favor de uma atividade turística desenvolvida de forma mais organizada e participativa, serão apresentadas as principais telas e finalidades disponíveis no aplicativo.

O primeiro acesso ao aplicativo é através da tela de *login*, apresentada na figura 38, através de e-mail e senha, ou por meio da conta do *google* do usuário. Esta tela também é para a efetivação do cadastro inicial no aplicativo. ESQUECI A SENHA é botão muito importante para que não se perca o acesso, havendo a qualquer momento a possibilidade de redefini-la a partir do e-mail informado no cadastro, recebendo-se automaticamente um link para inserção de nova senha.

Figura 38 - Telas iniciais do GTur.



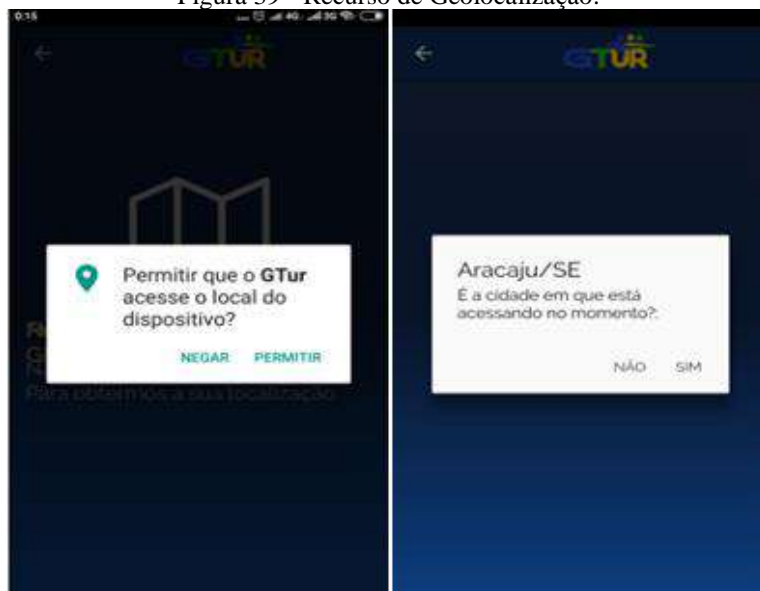
Fonte: Aplicativo GTur, 2018.

Logo na etapa do cadastro inicial, o *software* contém recursos de localização, que podem ser ativados pelo sistema de GPS do dispositivo móvel, com objetivo de filtrar os conteúdos existentes e mostrar aos utilizadores apenas informações do seu local atual, ou seja, o usuário consegue, por meio de sua posição geográfica atual visualizar os produtos turísticos do local em que está. De acordo com Carneiro (2016), esta funcionalidade é chamada de geolocalização, importante também para contabilizar em quais lugares o GTur foi alvo de interesse com *download*. A fim de completar o conhecimento, geolocalização é:

o processo de encontrar, determinando e fornecendo a localização exata de um computador, dispositivo de rede ou equipamento. Permite a localização do dispositivo com base em medições e coordenadas geográficas. Em 2009, o termo foi cunhado e desde então o recurso móvel vem ganhando importância crescente, especialmente no desenvolvimento de aplicativos móveis. Devido a esse crescimento de grande importância, cada vez mais, os smartphones vêm incluindo software de geolocalização para facilitar a localização de alguma coisa ou pessoa (CARNEIRO, 2016, p. 11).

Da mesma forma, existe essa dinâmica em outros menus durante a navegação do GTur. A figura 39 mostra os dois momentos em que o recurso de geolocalização aparece. O primeiro, tela 1, refere-se a permissão para o GPS localizar a cidade onde o dispositivo está no momento e perguntar para facilitar o acesso aos produtos/atrativos da região. Caso o usuário aperte em NEGAR, será assegurada a sua privacidade em não informar sua localização, mas, toda vez que o recurso de GPS for solicitado, o *app* mostrará esta mensagem, que a qualquer momento, poderá clicar em PERMITIR e habilitar o uso do GPS para encontrar os produtos/atrativos mais próximos. A tela 2 aparece apenas se o usuário permitir a sua localização pelo GPS. Ao clicar em NÃO, aparece todos os produtos/atrativos no Brasil e SIM, apenas os localizados na região.

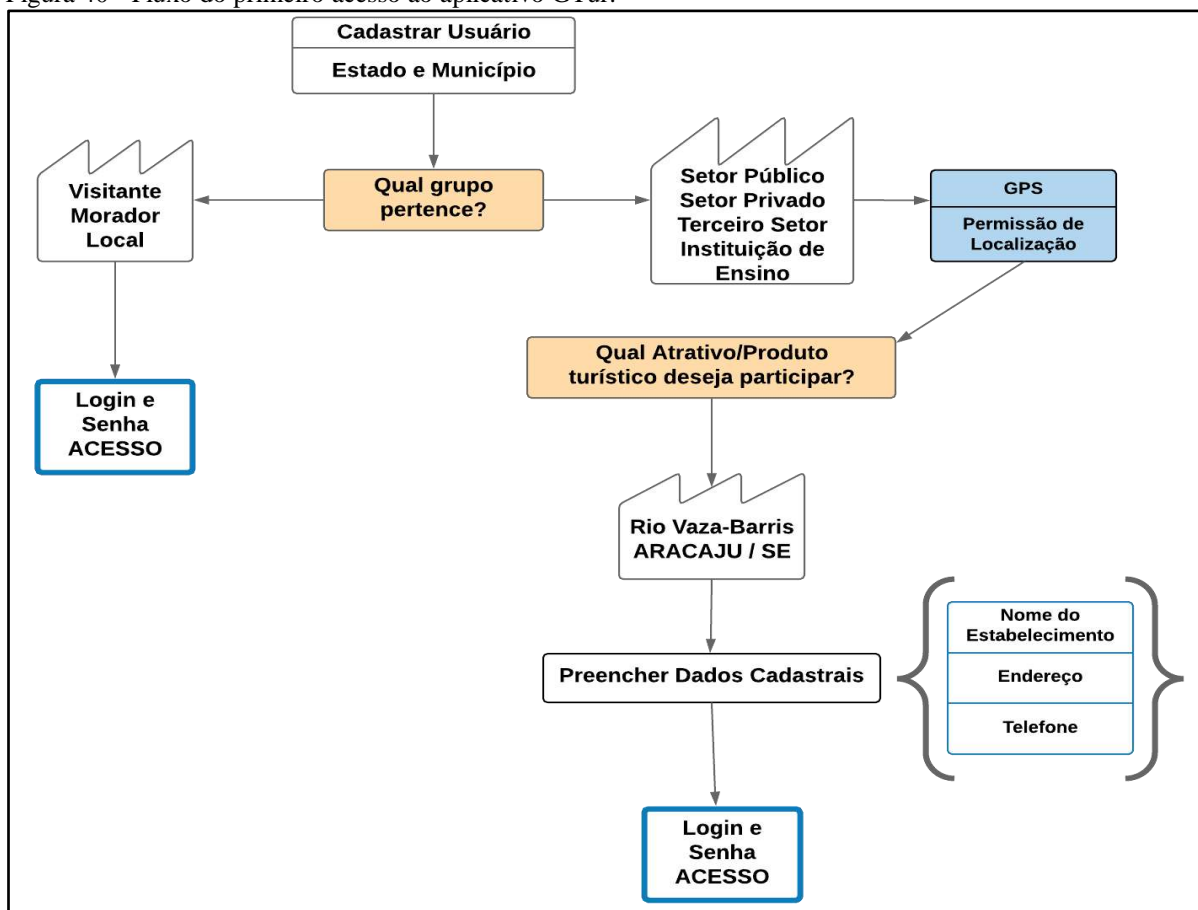
Figura 39 - Recurso de Geolocalização.



Fonte: GTur, 2019.

Para esclarecer como funciona o cadastro inicial no GTur foi elaborado um fluxo com todas as etapas, conforme apresentado na figura 40 em que se desenvolve o processo a partir de cada categoria dos agentes sociais. O processo de cadastro é mais longo para os *stakeholders* do setor público, privado, terceiro setor e instituição de ensino, pois é necessário informar o nome do atrativo, produto ou *cluster* turístico que estão ativos no fornecimento de algum serviço ou produto, além de preencher os dados cadastrais com o nome do empreendimento ou universidade, endereço e telefone de contato.

Figura 40 - Fluxo do primeiro acesso ao aplicativo GTur.



Fonte: Elaboração própria, 2018.

O cadastro do morador local ou do turista/visitante requer apenas inserção de e-mail e criação de senha para acesso, pois se entende que a participação destes agentes não se dá através de uma prestação de serviço, visto que o turista/visitante faz parte da demanda turística e a comunidade local deve estar inserida no processo de governança para participar com sugestões e fiscalização, posto que antes de existir a atratividade turística, o espaço já era morada de muitas famílias.

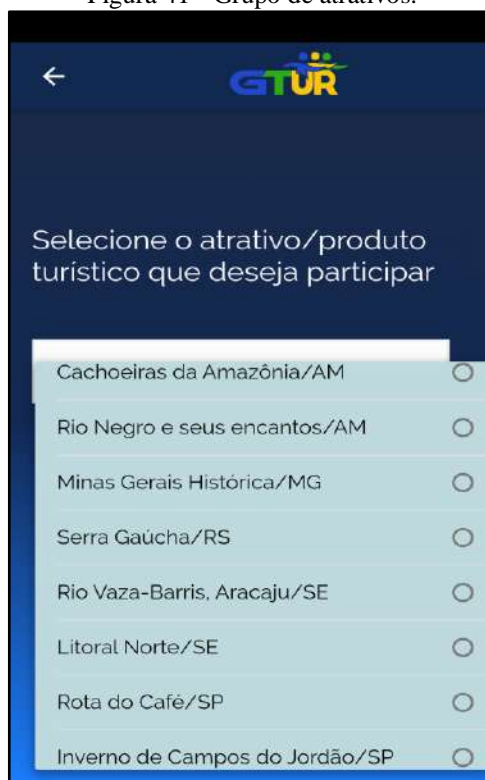
Este preenchimento dos dados cadastrais é muito importante, pois a partir dele, o *app* disponibiliza uma aba com todos os contatos dos agentes sociais de modo que o turista/visitante,

ao acessá-lo, ou até mesmo outro *stakeholder*, possa saber mais informações sobre cada um e ter segurança em visitá-lo.

Durante o processo de cadastro no GTur, na etapa para selecionar o atrativo/produto turístico que deseja participar, são apresentadas opções de acordo com a geolocalização confirmada pelo GPS do dispositivo móvel. Se o usuário acessa de Sergipe, de qualquer município, aparecem apenas os grupos de atrativos/produtos ofertados no estado, para ser escolhido e assim finalizado o cadastro inicial.

Ao citar o termo grupos, significa que cada opção terá um conjunto de atrativos, produto ou *cluster* turístico com agentes sociais oferecendo diversas atividades num espaço ou região específica. Como exemplo, tem-se o produto estuário do rio Vaza-Barris, Aracaju/SE, composto pela Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, Ilha dos Namorados e Crôa do Goré, além de já constarem no *app* diversas possíveis opções de sugestões de grupos em todo território nacional, referentes a cadastros futuros na usabilidade do GTur, como exhibe a figura 41:

Figura 41 - Grupo de atrativos.



Fonte: GTur, 2019.

O GTur é uma aplicação que disponibiliza orientações práticas para o exercício de uma governança turística. Além do conteúdo informativo para os agentes que trabalham na oferta, permite o acesso também pelo turista/visitante, que pode conhecer como está a organização de um determinado produto ou *cluster* turístico.

Pensando em auxiliar os *stakeholders* com planejamentos futuros de investimentos em publicidade para outras localidades, o *app* também vai oferecer dados estatísticos de pesquisa de demanda turística, coletados a partir dos próprios agentes em contato direto com o turista/visitante e uma aba de divulgação dos serviços existentes, facilitando que o usuário na categoria turista/visitante possa conhecer todos os elementos contidos neste conjunto de atrativos, produto ou *cluster* turístico. Pode-se observar no quadro 7, a descrição dos menus e as respectivas abas existentes em cada um deles.

Quadro 7 - Divisão das funcionalidades do aplicativo GTur.

| Menu | Abas |
|------------|--|
| Governança | Agentes Sociais - Conselho Administrativo - Normas e Procedimentos - Direitos e Deveres - Planos de Ações - Atas |
| Demanda | Pesquisa de Demanda |
| Quiz | Treinamento interativo com perguntas e respostas |
| Divulgação | Estamos esperando sua visita |
| Perfil | Tábua de Marés - Contato/Sugestões - Versão Premium |

Fonte: Elaboração própria, 2019.

O aplicativo é interativo, todas as informações e abas do GTur ficam armazenadas no celular durante a instalação, o que garante o acesso às informações no modo *off-line*, com inserção, consulta, edição e exclusão de informações a qualquer momento, mas sempre com o objetivo de auxiliar no desenvolvimento da atividade turística de maneira organizada e contínua.

A partir do uso do aplicativo e amadurecimento dos *stakeholders* referente a importância do trabalho coletivo e que cada um possui uma função fundamental, no estuário do rio Vaza-Barris por exemplo, pode ocasionar na pretensão de oportunamente formarem um *cluster* turístico.

De acordo com os seus conteúdos e funcionalidade, o GTur acaba sendo um guia digital de governança, pois, através dele, os *stakeholders* envolvidos no desenvolvimento de um produto e/ou *cluster* turístico serão orientados na forma mais adequada de organizar a prestação de serviços e seus empreendimentos tendo em vista a geração de retorno profissional, econômico, social e sustentável. O GTur é, pois, um facilitador da aproximação e cooperação do setor público com os gestores privados, o terceiro setor e a comunidade local.

Ao citar os *stakeholders*, é necessário enfatizar que o aplicativo precisou elaborar atribuições diferentes para cada tipo de usuário, visto que a partir das suas características, foi possível traçar as responsabilidades individuais e coletivas, desenvolvendo assim uma organização mútua de governança turística. Com funções específicas, cada *stakeholder* irá

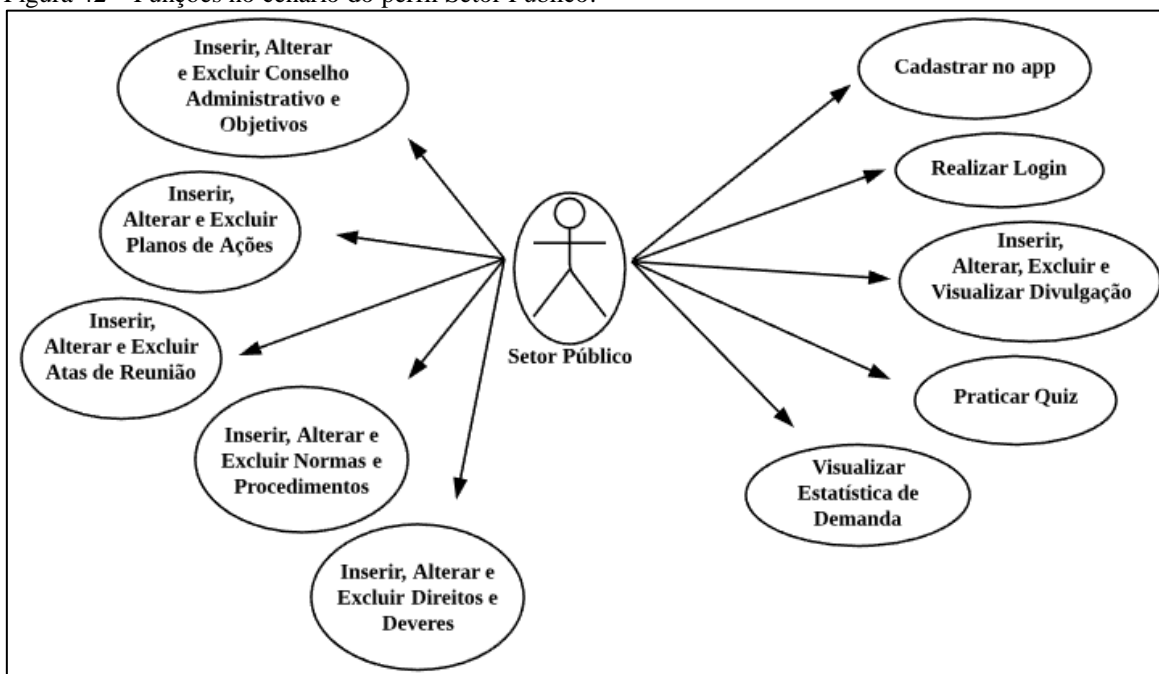
interagir diferentemente uns dos outros durante a navegação ou elaboração de conteúdo para o *software*.

Com base no quadro 4, elaborado na fase de planejamento do aplicativo, os *stakeholders* do estuário do rio Vaza-Barris foram divididos em 5 categorias, a saber: setor público, terceiro setor, setor privado, instituição de ensino e sociedade. Para entender as funções de cada um, foi utilizada a metodologia casos de uso da Engenharia de Software.

Rumbaugh, Jacobson e Booch (1999) relatam que o caso de uso é uma unidade coerente de funcionalidade, com objetivo de listar os atores e suas atividades no sistema, mostrando de forma individual ou coletiva quais atores participam de cada caso. Para Sommerville (2011), Heussen, Uslar e Tornelli (2015), os casos de uso são uma técnica que facilita a identificação dos atores envolvidos numa interação entre o sistema (*software*) e seus usuários. O caso de uso transmite de modo planejado o desempenho do sistema associado a um ou mais usuários, possibilitando uma comunicação sintetizada e direta.

A partir do conceito da metodologia de caso de uso, a figura 42 apresenta as funções dos *stakeholders* do Setor Público, atores que têm grande importância nas tomadas de decisões, com detalhamento das funções que competem as suas responsabilidades. Ressalta-se que estes agentes apenas poderão visualizar os relatórios estatísticos mensais e anuais da Pesquisa de Demanda, sendo de responsabilidade da ASPETUR e Setor Privado (agências de passeios) a inserção dos dados.

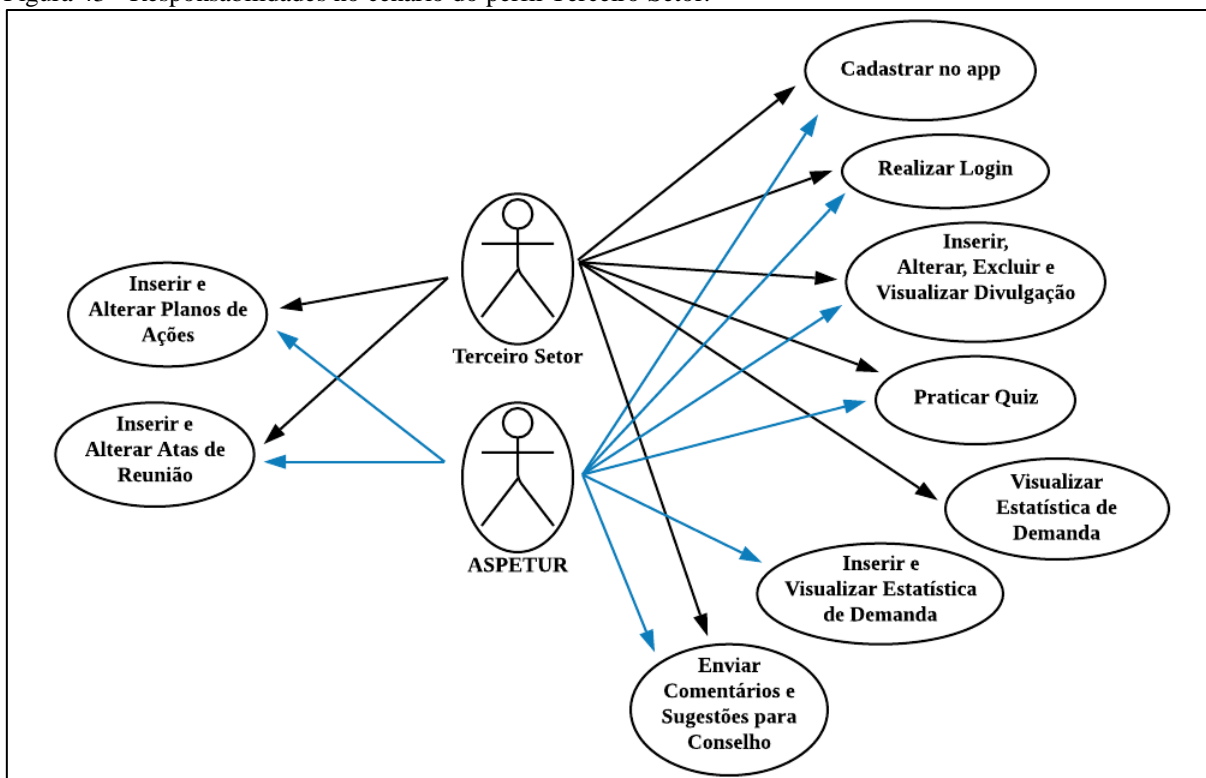
Figura 42 – Funções no cenário do perfil Setor Público.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

De um lado, o detentor de investimentos públicos para melhoria da localidade e do bem-estar de seus cidadãos, e do outro, a força da sociedade através dos conselhos e associações. A figura 43 apresenta as funções de responsabilidade dos agentes do Terceiro Setor, que engloba associações de moradores, conselhos de bairro, organizações não-governamentais, com destaque para ASPETUR por serem os únicos deste setor com responsabilidade de inserção de dados no menu Demanda.

Figura 43 - Responsabilidades no cenário do perfil Terceiro Setor.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

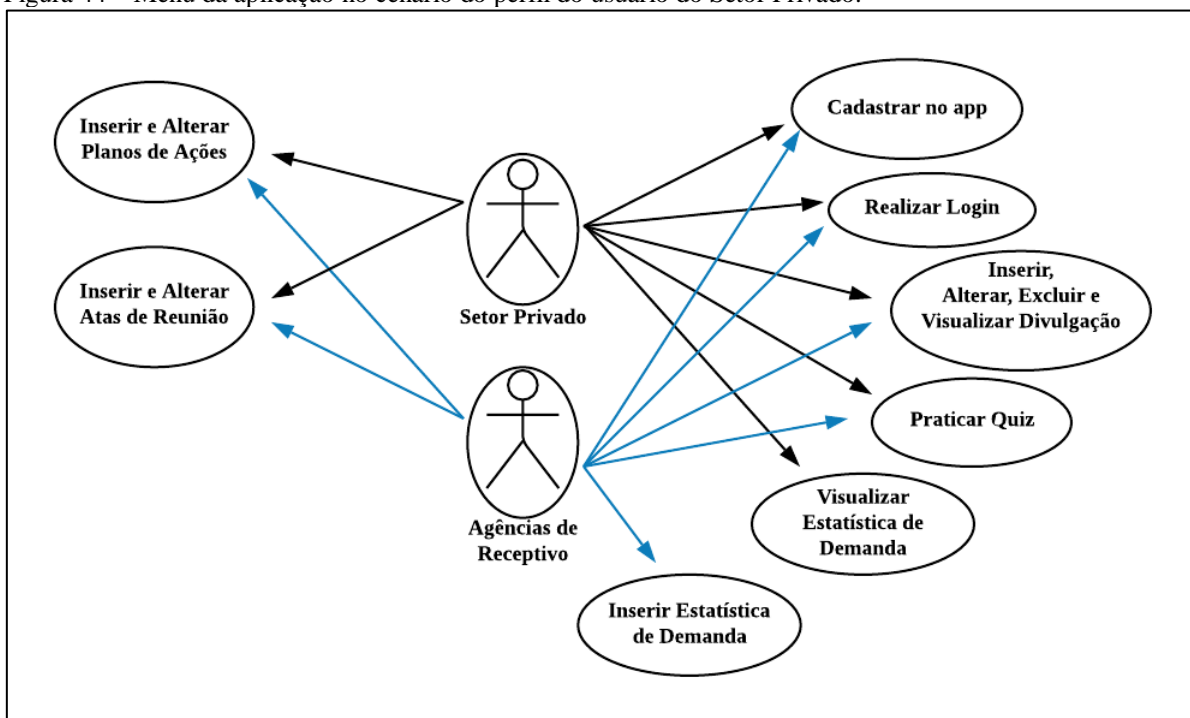
Os gestores públicos e os representantes de Conselhos e Associações serão responsáveis pelas inserções, alterações e exclusões no Menu Governança, sempre após diálogo e decisão com os demais agentes, porém a gestão pública possui mais atribuições, já que existem abas que exigem normas e decretos de aval final destes agentes, enquanto os agentes do terceiro Setor possuem responsabilidades em apenas duas abas deste menu, muito importantes para o desenvolvimento colaborativo da atividade turística.

Outra função que compete aos gestores públicos e do Terceiro setor é participar das capacitações e treinamentos no Menu *Quiz*, com possibilidade de aperfeiçoamento em diversas áreas e conteúdos focados nas necessidades diárias profissionais. Referente ao Menu Divulgação, como mostram as figuras 42 e 43, ambos têm acesso liberado para inserir, alterar e excluir anúncios e propagandas de seus associados/conselheiros; por fim, têm a função de

enviar as sugestões/comentários do Menu Perfil, com possibilidades de transformação em planos de ações, a partir de comunicação direta com os demais.

O outro perfil de usuário faz parte da categoria Setor Privado, que no estuário do rio Vaza-Barris apresenta um quantitativo expressivo, com restaurantes e afins, agências de receptivo, vendedores ambulantes, entre outros. Como a proposta é o desenvolvimento do turismo de forma participativa e coletiva, este usuário também pode alterar o Menu Governança, como indica a figura 44.

Figura 44 – Menu da aplicação no cenário do perfil do usuário do Setor Privado.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

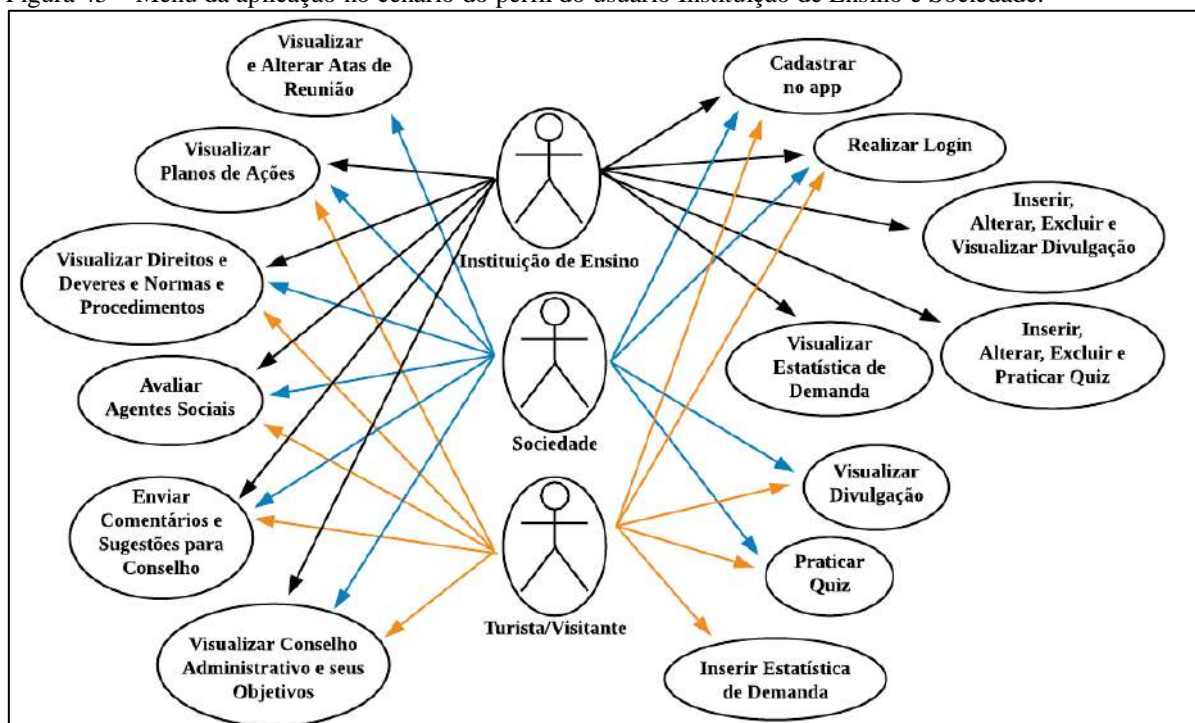
Seguindo o fluxo do caso de uso, a próxima função é muito importante, pois com estes dados armazenados, será possível saber de onde vem a demanda, bem como elaborar estratégias de marketing para atingir os destinos que motivem mais turistas. No estuário do rio Vaza-Barris, o Menu Demanda será utilizado pelas agências de receptivo que comercializam os passeios Crôa do Goré e Ilha dos Namorados, já que são elas que detêm o primeiro contato com o turista/visitante.

Em relação ao Menu *Quiz*, esta categoria terá oportunidade de realizar os treinamentos e assim aumentar ainda mais a bagagem de conhecimento para a prestação de serviço e desenvolvimento da atividade turística. Ainda como apresenta a figura 44, o Menu Divulgação funciona como vitrine, canal de apresentação da oferta turística do estuário do rio Vaza-Barris

para o turista/visitante principalmente, sendo que o usuário do Setor Privado tem acesso para alterações neste menu.

Por fim, tem-se o último caso de uso para apresentar as funções dos usuários das categorias Instituição de Ensino e Sociedade (Figura 45). A categoria Sociedade inclui os turistas/visitantes e a comunidade local do Povoado Mosqueiro que possuem perfis semelhantes, porém na Visualização do Menu Governança, o usuário turista/visitante não tem acesso à categoria Atas, visto que são informações de reuniões com discussões específicas da organização dos *stakeholders*. Este mesmo usuário no grupo de turista/visitante tem a finalidade de visualizar o Menu Demanda e assim completar a pesquisa com outras informações, tais como: o motivo da viagem, quantas vezes já visitou o estado, meio de transporte, acompanhantes na viagem, organização da viagem, quantitativo de dias da viagem, previsão de gastos com hospedagem, alimentação, passeios, entre outros, além de dados demográficos como faixa etária, gênero, estado de origem e renda familiar.

Figura 45 – Menu da aplicação no cenário do perfil do usuário Instituição de Ensino e Sociedade.

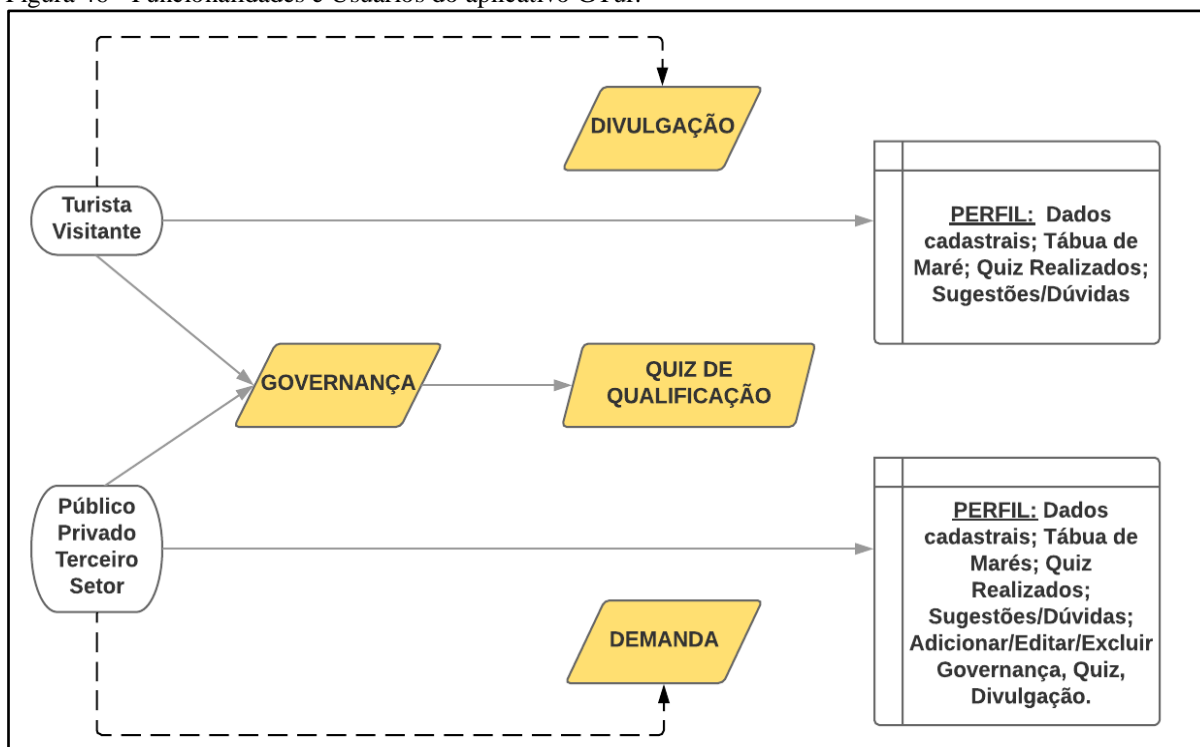


Fonte: Elaboração Própria, 2019.

A elaboração destes casos de uso visou facilitar a visibilidade das responsabilidades de cada usuário, a fim de demonstrar que, de forma individual, todos estarão empenhados na realização de atividades coletivas, fazendo uso de todas as ações realizadas pela aplicação. De forma integrada, a figura 46 apresenta a estrutura completa do aplicativo, com todas as funcionalidades, seus usuários e suas respectivas atividades.

Ao realizar a leitura da figura 46, vale destacar que os menus Divulgação e Demanda foram elaborados para usuários específicos. O menu Divulgação foi elaborado para apresentar ao turista/visitante informações, promoções e propaganda dos produtos e serviços oferecidos no local a ser visitado, a fim de divulgar a oferta turística e assim transmitir mais segurança no deslocamento. A divulgação através dessa ferramenta servirá para fortalecer o produto como um todo, com o intuito de divulgar marcas, produtos e serviços de modo rápido e objetivo, com vista a adquirir credibilidade e aproximação com o público-alvo.

Figura 46 - Funcionalidades e Usuários do aplicativo GTur.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

O menu Demanda está relacionado diretamente aos agentes sociais que mantêm contato direto com o turista/visitante. Em virtude da inexistência de dados estatísticos acerca da demanda turística que visita o estuário do rio Vaza-Barris, este menu foi projetado para coletar o quantitativo de turistas, a sua origem (estado brasileiro) e qual meio de hospedagem está utilizando e como mencionado anteriormente, no perfil de grupo turista/visitante também terá uma pesquisa de demanda complementar para que eles possam responder com mais dados importantes para realização de estratégias e planos de curto, médio e longo prazo no turismo.

Os agentes sociais do Setor Privado e do Terceiro setor são os responsáveis de coletar estas informações e abastecer o aplicativo, em razão de já ter o contato direto com os turistas/visitantes. Ao citar estatística, um recurso importante que irá ajudar a fornecer dados,

será o GPS, através dele foi elaborado um armazenamento no GTur em que é possível gerar um relatório com os locais de acesso dos usuários, e assim associá-los a quais grupos pertencem.

A principal e a primeira tela do aplicativo, após o *login*, apresentada na figura 47, é o menu GOVERNANÇA, elaborado a partir dos estudos realizados sobre Governança e *Cluster* Turístico, concomitante à coleta de dados através de entrevistas com os agentes sociais envolvidos na atividade turística do estuário do rio Vaza-Barris. O menu dispõe de ícones grandes para melhor aproveitamento do espaço, visibilidade e rápido entendimento sobre quais informações oferece.

Figura 47 - Tela principal do aplicativo.



Fonte: GTur, 2019.

Este menu oferece 6 abas de interação com o usuário, no propósito de apresentar elementos que caracterizem a organização de uma governança turística, a partir da coletividade, comprometimento e empenho de cada *stakeholder* em dividir responsabilidades e atuar de forma cooperativa e transparente nas tomadas de decisões.

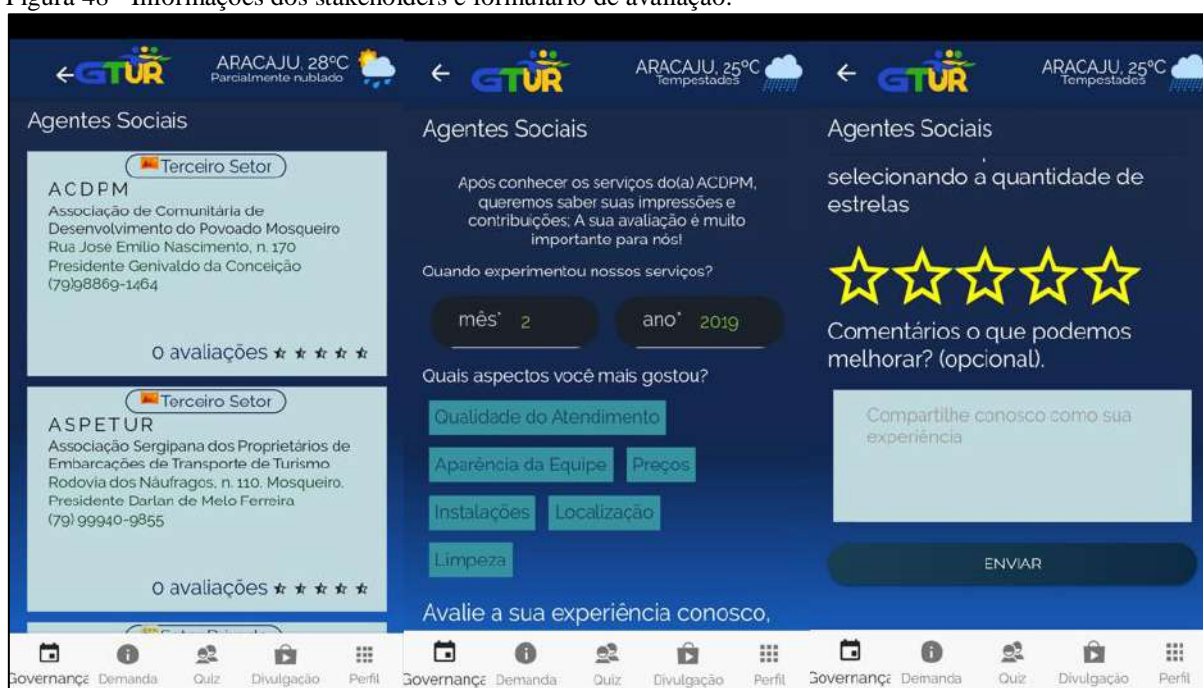
As abas foram elaboradas de acordo com a vivência junto aos *stakeholders* do estuário do rio Vaza-Barris, de modo sugestivo, para auxiliá-los na operacionalização da atividade e possível formação de *cluster* turístico, já que possuem elementos para tanto. Porém, observou-se que a maioria realiza ações isoladas, então a funcionalidade do menu Governança é mostrar

na prática um trabalho realizado e cumprido por todos, onde um *cluster* pode vir a existir após esta compreensão de organização e união, possibilitando um turismo de excelência e qualidade na destinação.

A primeira aba denominada de Agentes Sociais apresenta os dados de cada profissional que tem equipamento, empreendimento ou serviço ofertado para o turismo na área delimitada, com o objetivo de manter/atualizar o cadastro de todos que vivem do turismo. Ademais, é uma forma do turista/visitante saber quem são os atores que fazem parte da oferta turística do determinado local visitado.

A partir desta aba, turistas/visitantes terão a possibilidade de conhecer e manter uma relação direta com os *stakeholders* a partir do acesso aos dados de endereço físico e eletrônico, e-mail, telefone, site e/ou redes sociais, além de pelo próprio *app* enviar uma breve avaliação da sua experiência. Os *stakeholders* poderão receber um *feedback* com sugestões e/ou elogios dos clientes que tiveram a oportunidade de conhecer o seu produto, gastronomia, serviços, empreendimento, entre outros aspectos (Figura 48).

Figura 48 - Informações dos stakeholders e formulário de avaliação.

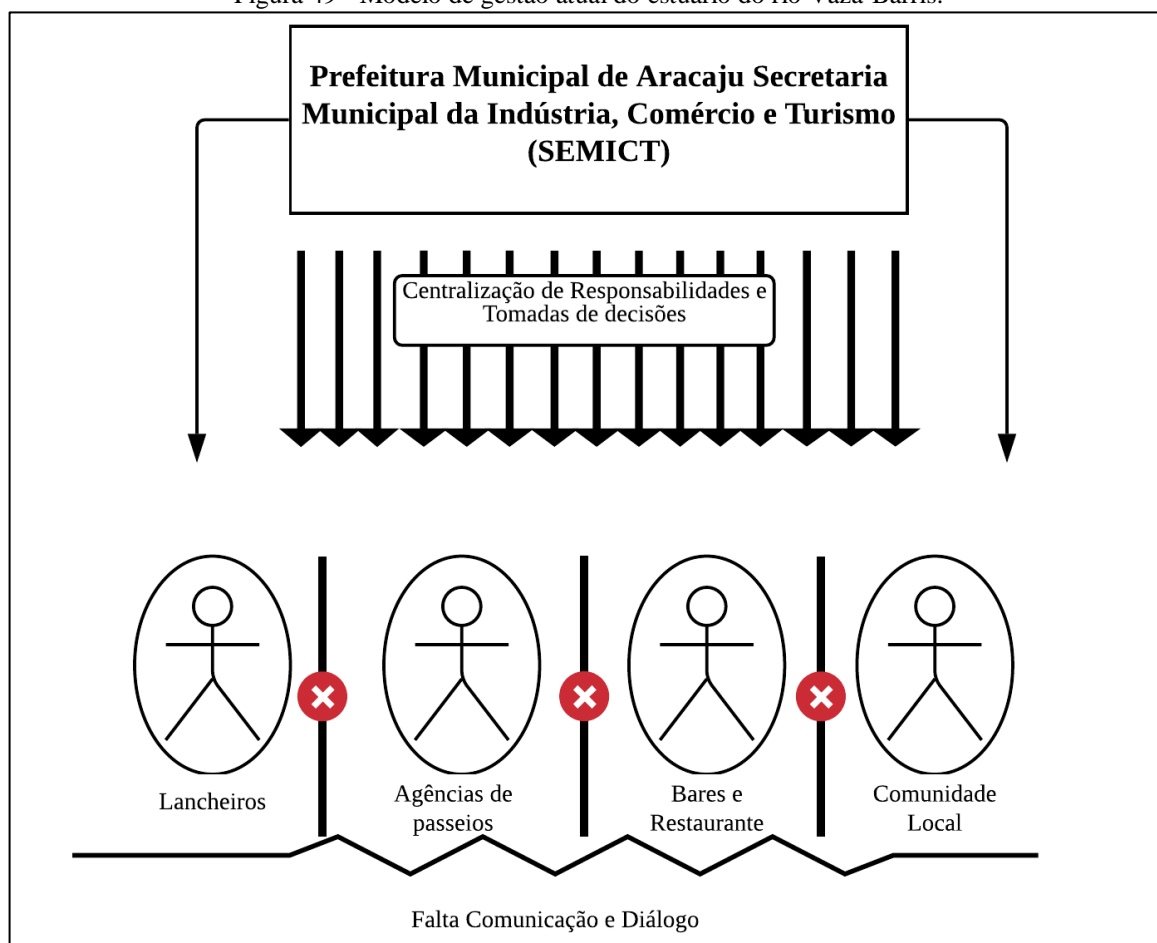


Fonte: GTur, 2019.

A segunda aba refere-se ao Conselho Administrativo, onde consta a sugestão do modelo de governança a ser seguido no produto turístico estuário do rio Vaza-Barris. O motivo da criação de um Conselho é pelo fato de ser “o principal componente do sistema de governança. É ele que decide os rumos do negócio, conforme o melhor interesse da organização” (IBGC, 2010, p. 10).

De acordo com a pesquisa de campo realizada por entrevistas com diversos *stakeholders*, a visão de gestão atual do turismo está totalmente dependente do desenvolvimento de atividades e direcionamentos por parte apenas do setor público, com os demais agentes sociais à espera do poder público realizar algo por este local. Além de não haver uma sintonia na comunicação entre os *stakeholders* envolvidos diretamente no turismo, eles não dialogam entre si, com tentativas de trabalhar junto do setor público e assim pensarem em alternativas de oferecer e organizar um melhor serviço aos turistas/visitantes. Assim, de modo objetivo, é possível descrever o modelo de gestão atual do estuário do rio Vaza-Barris (Figura 49):

Figura 49 - Modelo de gestão atual do estuário do rio Vaza-Barris.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Este formato de gestão pode mudar a partir de um trabalho de descentralização pública, que, de forma inicial já está acontecendo por parte da SEMICT, ao aproximar e ouvir os demais agentes nas ações a serem realizadas nesta área. Com esta iniciativa para uma gestão participativa e a partir das atividades que os demais *stakeholders* já desenvolvem isoladamente em seus empreendimentos e prestações de serviços, é possível prosseguir com um formato de governança compartilhada (PROVAN; KENIS, 2008), pois é este modelo que "muda a situação atual de dependência da comunidade com relação ao poder público para uma situação ideal de

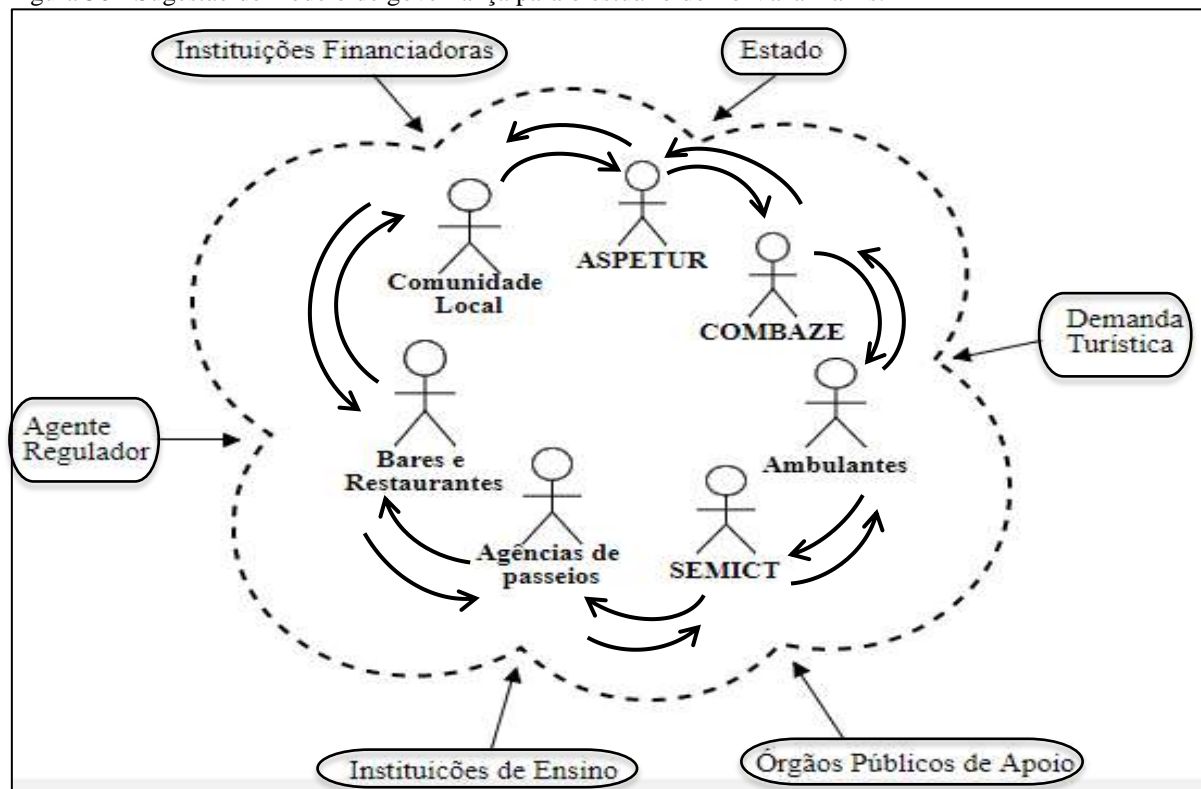
corresponsabilidade e cidadania no desenvolvimento de ações para a melhoria das condições de vida da comunidade" (ANGELIS, 2015, p. 27).

O próximo passo da gestão pública, através da SEMICT, é dividir suas responsabilidades com os demais agentes sociais do turismo, por meio da inserção de todos nas tomadas de decisões, na construção de planos, na fiscalização e organização das atividades, tornando-os partícipes e protagonistas de diversos programas e propostas, sem diferenciação de poder ou centralização. Angelis (2015) enfatiza a participação da sociedade na gestão pública através da governança compartilhada, afirmando que:

Governar com a sociedade, em vez de governar a sociedade, faz com que o próprio beneficiário possa contribuir no desenvolvimento da estratégia, do planejamento e da gestão dos diversos programas e projetos, melhorando a qualidade do gasto e da ação pública. A participação do cidadão e o estabelecimento de parcerias ajudam, e muito, na transformação da cultura da desconfiança e do curto prazo em uma cultura de colaboração e de longo prazo (ANGELIS, 2015, p. 17).

Esta aba de Conselho Administrativo irá evidenciar o formato de trabalho coletivo e organizado de uma governança compartilhada, no desenvolvimento das atividades turísticas a partir da figura 50, explanando o modelo de governança com as devidas disposições de seus *stakeholders*, os objetivos e as lideranças em cada atividade.

Figura 50 - Sugestão de modelo de governança para o estuário do rio Vaza-Barris.



Fonte: Elaboração própria (2019) adaptada de Roth et al. (2012) com base em Provan e Kenis (2008).

Este modelo de governança informa que todos os *stakeholders* estão em comunicação direta uns com os outros, compartilhando todas as situações e ações para resolução em conjunto de um produto ou espaço turístico específico, tendo a colaboração de agentes externos para ajudá-los em favor de um único objetivo: desenvolver a atividade turística de forma organizada, planejada, sustentável e coletiva.

Os agentes externos exercem interferência direta no desempenho da governança, pois a partir das instituições financiadoras, como BID, BNDES, Petrobrás, é possível conseguir recursos para melhorias na infraestrutura, equipamentos, empreendimentos, projetos voltados para sustentabilidade, entre outros. Hoje, a reforma da Orla Pôr do Sol está em execução com capital do BID, através do PRODETUR, visando oferecer melhor estrutura para o turista e a comunidade local.

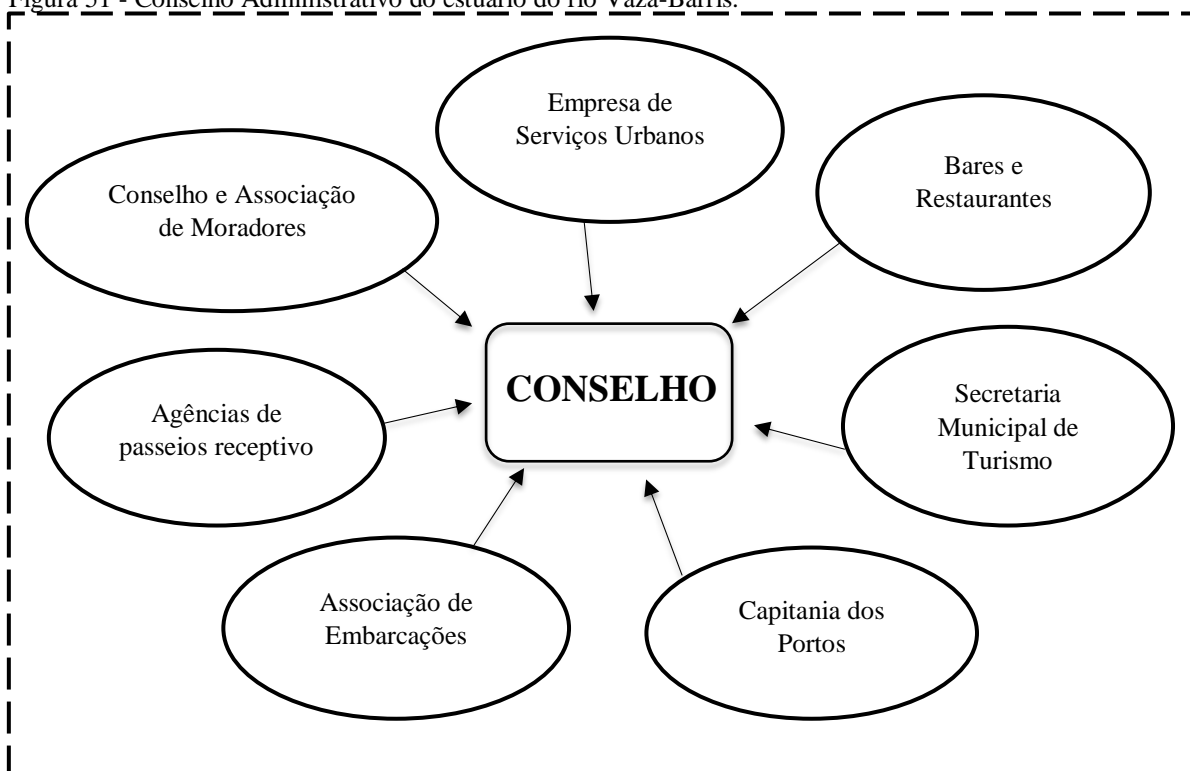
Outros órgãos importantes para colaboração da organização do turismo no estuário do rio Vaza-Barris são os agentes reguladores, como a CPSE - Marinha do Brasil e a ANVISA, responsáveis por fiscalizar a atividade náutica e o controle sanitário de produtos e serviços dos empreendimentos.

Além deles, existem os órgãos públicos de apoio, que naquela região tem forte contribuição da EMSURB com a limpeza urbana, organização do espaço público e cadastramento dos vendedores ambulantes, e da ADEMA, responsável pela fiscalização ambiental e análise da água do rio Vaza-Barris.

As instituições de ensino com seus pesquisadores podem influenciar e contribuir através de pesquisas e projetos nas áreas de Turismo, Meio Ambiente, Economia, Engenharia de Pesca, Sustentabilidade, Arquitetura, entre outras de grande valia para ajudar nas descobertas e no conhecimento do estuário do rio Vaza-Barris. O Governo do Estado é um agente externo que pode, em muitas ações, trabalhar em parceria com os *stakeholders*, principalmente para fortalecer a imagem do produto/destino turístico em outras unidades federativas.

Esta contextualização é para demonstrar que o Conselho Administrativo, apresentado na figura 51, formado a partir da governança compartilhada, não estará sozinho no desenvolvimento e organização do turismo no estuário do rio Vaza-Barris, e contará com a participação constante dos agentes externos, colaborando para geração de atividade de excelência e qualidade. A formação do Conselho Administrativo é de 8 componentes, sendo 6 agentes sociais da governança compartilhada e 2 agentes externos.

Figura 51 - Conselho Administrativo do estuário do rio Vaza-Barris.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Com uma representatividade mais ampla e uma conformidade coletiva nas tomadas de decisões, o conselho pode ser considerado, oportunamente, um modelo para consolidação da governança turística do estuário do rio Vaza-Barris. Barbará, Leitão e Fontes Filho (2007) já afirmavam que, um conselho, colegiado, fórum, comitê ou outro tipo de institucionalização formada por gestores públicos do turismo, representantes da iniciativa privada do turismo, terceiro setor e sociedade civil, deve articular de forma organizada, igualitária, consistente e integrada, as relações interinstitucionais destes diferentes grupos de *stakeholders*, com capacidade para aprovar as ações de planejamento, operacionalização ou supervisão do desenvolvimento da atividade turística, através de um processo descentralizado e plural, como apresentam as sugestões nas figuras 51 e 52.

Os objetivos do Conselho Administrativo estão no *app* para visualização, conforme mostra a figura 52. São eles: proporcionar um espaço de reflexão sobre as atividades realizadas; possibilitar discussões e sugestões antes de aprovar/reprovar decisões; realizar mudanças de estratégias; apresentar novas ideias para atração e manutenção da demanda turística; supervisionar os membros de cada segmento; e defender o interesse de todos os *stakeholders*.

Figura 52 - Tela com aba Conselho Administrativo.



Fonte: GTur, 2019.

A terceira aba do menu Governança apresenta-se com fácil acesso às normativas já existentes voltadas também para contribuição à organização das atividades no estuário do rio Vaza-Barris, com diretrizes e procedimentos para auxiliar os *stakeholders* na eficiente operacionalização da governança turística (Figura 53).

Já constam dois documentos na aba NORMAS E PROCEDIMENTOS, que são a Norma Brasileira 15450 sobre acessibilidade no transporte aquaviário e a NORMAM-03/DPC - Normas da Autoridade Marítima para Amadores, Embarcações de Esporte e/ou Recreio e para Cadastramento e Funcionamento das Marinas, Clubes e Entidades Desportivas Náuticas elaboradas pela Marinha do Brasil (BRASIL, 2003), a fim de estabelecer a segurança do tráfego aquaviário, que em Sergipe tem a fiscalização da CPSE.

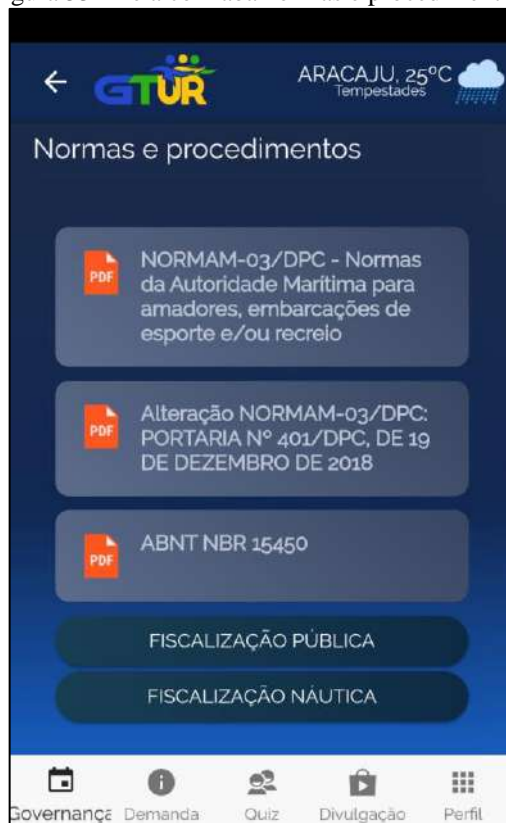
A outra normativa apresentada pela gestão municipal, através da SEMICT e EMSURB, com participação de representantes do setor privado e terceiro setor do estuário do rio Vaza-

Barris na sua elaboração, corresponde ao decreto para organização do espaço público e atividades de transporte aquaviário, como os passeios turísticos que saem da Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi para a Crôa do Goré e Ilha dos Namorados.

A minuta do documento foi aprovada em janeiro de 2019 por todos, com envio para ser sancionado pelo Prefeito de Aracaju, Sr. Edvaldo Nogueira. Este decreto tem objetivo de organizar as atividades dos barqueiros e donos de catamarãs, que são os *stakeholders* da ASPETUR e das agências de passeios/receptivos, para assim realizar uma prestação de serviço ao turista/visitante de qualidade e segurança, a partir da fiscalização da EMSURB na concessão de alvarás para as embarcações (ARACAJU, 2019).

Com a publicação do decreto, o GTur irá disponibilizar este documento na aba NORMAS E PROCEDIMENTOS (Figura 53) para facilitar o acesso e pesquisa por parte dos *stakeholders* do rio Vaza-Barris.

Figura 53 - Tela com aba normas e procedimentos.



Fonte: GTur, 2019.

Estas normativas, passíveis de penalidades, devem ser seguidas por todos os agentes sociais, para que a atividade turística se desenvolva de forma planejada, organizada e colaborativa, através de um padrão de qualidade no serviço, a ser propagado junto com a imagem do produto/destino turístico.

Para a supervisão da EMSURB, a proposta é que seja realizada no GTur, através do ícone FISCALIZAÇÃO PÚBLICA, como mostra a figura 54, com preenchimento do formulário de regularidade, especificando os dados dos ambulantes e barqueiros: CPF, CNPJ, Nome completo, número do alvará de permissão de atividade e situação da inspeção, com justificativa da irregularidade (APÊNDICE G). Os dados dos agentes já estarão no *software*, devido a cadastro inicial de todos os profissionais com alvará expedido pela EMSURB, então, no momento da fiscalização, a partir da inserção do CPF ou CNPJ, irá aparecer os demais dados com a facilidade de marcar e anotar a irregularidade cometida por cada indivíduo, aonde haverá a emissão dos dados com geração de relatório, armazenados na nuvem e disponibilizados no GTur.

Figura 54 - Aba Fiscalização Pública.



Fonte: GTur, 2019.

Com o mesmo intuito, foi inserido o ícone FISCALIZAÇÃO NÁUTICA, pois a partir da pesquisa de campo, foi detectado que a CPSE realiza fiscalização frequentemente junto aos condutores e proprietários de embarcações, para verificar validade da habilitação náutica e do documento da embarcação, além de supervisionar os equipamentos de salvatagem e a capacidade do quantitativo de lotação para travessia, priorizando o desenvolvimento correto e seguro da atividade náutica. Porém, a coleta dos dados desta supervisão é realizada de modo manual, então o GTur inseriu essa funcionalidade na aba NORMAS E PROCEDIMENTOS para contribuir com à agilidade na verificação das informações, além de facilitar e aprimorar o serviço dos agentes da Marinha do Brasil, com a possibilidade de já ter todos os dados dos barqueiros cadastrados no *software*, com acesso e transmissão por e-mail para a CPSE.

A quarta aba contém os direitos e deveres que os *stakeholders* devem observar a fim de desfrutar dos direitos e cumprir as obrigações profissionais, ou seja, ter consciência dos seus deveres. Estes atos, ações, tarefas servem de referência para organizar e caracterizar um profissional e/ou sua atividade econômica.

Esta aba não está habilitada no produto estuário do rio Vaza-Barris, já que não existe legislação sancionada, mas pode ser funcional para clusters, produtos ou destinações que já possuam este tipo de documento vigente. Porém, como forma de contribuir, o quadro 8 apresenta sugestões de objetivos para legislação de direitos e deveres aos *stakeholders* que atuam no turismo do estuário do rio Vaza-Barris:

Quadro 8 - Sugestões de objetivos de legislação para direitos e deveres.

| DIREITOS | DEVERES |
|---|--|
| Ter segurança com policiamento. | Manter, em suas instalações, livro de reclamações/sugestões. |
| Ser respeitado no ambiente de trabalho, sem nenhum tipo de preconceito ou ruído de comunicação entre os profissionais envolvidos com o turismo. | Preservar o meio ambiente fluvial, com alertas de educação ambiental para os gestores e turistas. |
| Ter um espaço digno para oferecer seus produtos e atender os clientes. | Conservar os equipamentos e estrutura do patrimônio público. |
| Realizar melhorias no empreendimento ou equipamento de trabalho para oferecer o melhor ao turista/visitante e favorecer o desenvolvimento do turismo. | Manter estrita obediência aos direitos do consumidor e à legislação ambiental. |
| O acesso a programas de apoio ou financiamentos para o desenvolvimento da sua atividade no turismo. | Explicar os serviços e os valores prestados aos turistas/visitantes, com transparência e comunicação única e padronização entre todos. |
| Divulgar seu empreendimento ou seus serviços em mídias sociais, sem denegrir ou insultar a concorrência. | Divulgar seus serviços e o espaço turístico que trabalha. |
| Ter serviço de guarda vidas a disposição para proteção de todos. | Ajuda mútua na execução das atividades, com respeito e boa vontade entre membros da mesma e de distintas categorias. |
| Realizar eventos sociais para atrair demanda em horários opostos aos passeios. | Não cobrar comissões aos turistas/visitantes. |
| Liberdade para dar sugestões a favor de melhorias no desenvolvimento das atividades. | Manter boa relação de convívio entre os demais agentes sociais, com trabalho de parceria e indicações para uso de outros serviços no mesmo espaço turístico. |
| Realizar a venda de passeios antecipadamente com agendamento prévio para receber o cliente | Fiscalizar a limpeza urbana e agir com educação na sua manutenção. |
| Denunciar atos ou práticas que danifiquem os bens naturais e culturais da comunidade local. | Criar estratégias que minimizem possíveis conflitos, em busca de união para benefício de todos. |
| Possibilitar a competitividade entre eles, através da melhoria da qualidade e eficiência na prestação | Dar informações necessárias com relação aos riscos normais e previsíveis, fornecendo |

| | |
|---|---|
| dos serviços, sem nenhum tipo de alteração nos valores praticados/ofertados. | equipamentos de segurança e salvatagem em perfeito estado aos turistas/visitantes. |
| Ter aprendizado contínuo de qualificação e capacitação de recursos humanos para a área de primeiros socorros, salvatagem, atendimento ao cliente, que viabilize a qualidade dos serviços ofertados. | Evitar a disputa de prestação de serviços profissionais com demais agentes da mesma categoria ou mediante concorrência desleal. |

Fonte: Elaboração própria, 2019.

A aba seguinte trata de apresentar os planos de ações com datas de início e término e *status* em execução e executados. Esta aba tem o propósito de possibilitar aos agentes, principalmente à comunidade local, aos turistas/visitantes e instituições de ensino, o acompanhamento da atividade, bem como sugestões de planos com sua respectiva justificativa, com a finalização para decisões em reunião do Conselho Administrativo.

A sexta e última aba diz respeito ao registro e armazenamento das atas de reuniões, conforme tela apresentada na figura 55, realizadas pelo Conselho Administrativo ou entre os segmentos (associação de moradores, agências de passeios, bares e restaurantes, vendedores ambulantes, associação de proprietários de embarcações, entre outros). Um diferencial é que este documento pode ser elaborado diretamente no aplicativo, sem ter a necessidade de outro equipamento como computador; depois, todos os *stakeholders* podem acessar e dar o ciente de leitura e conhecimento dos ocorridos, possibilitando aos demais agentes que não compareceram, ler na íntegra as informações da reunião (Apêndice H).

Figura 55 - Telas da aba atas de reunião.



Fonte: GTur, 2019.

O próximo menu do GTur é o a da Demanda, cujo objetivo é fornecer dados estatísticos sobre o quantitativo, estado de origem e forma de hospedagem dos visitantes/turistas presentes no grupo de atrativos, produto ou *cluster* turístico.

Sabe-se que a demanda turística está cada vez mais exigente, buscando novas experiências e qualidade na destinação escolhida. Assim, é essencial saber de onde vem o cliente, os períodos que reúnem quantitativo maior ou menor, permitindo planejar estratégias de marketing de captação e atração de mais turistas/visitantes, além de saber qual o tipo de hospedagem utilizada no destino, verificando como está o fluxo de movimentação na rede hoteleira ou em residências próprias, alugadas, de amigos ou parentes, além de outros dados possíveis de descobrir através de uma pesquisa de demanda turística completa.

Mas com estas respostas, uma destinação ou produto turístico consegue conhecer melhor o cliente, lidar com os períodos de sazonalidade através de planos de ações, procedimentos de estruturação e reorganização da oferta turística alicerçada na participação de todos os *stakeholders* no desenvolvimento eficiente da governança turística.

Sendo assim, o menu Demanda no *app* GTur irá contribuir para o armazenamento e o histórico desses dados, coletados diretamente pelos agentes sociais em contato direto com o turista/visitante. Para melhor compreender o funcionamento do armazenamento dos dados estatísticos da demanda do GTur, foi utilizada a computação em nuvem, recurso da área de TI que utiliza a internet para disponibilizar serviços, permitindo elaborar, visualizar e compartilhar arquivos com acesso em qualquer lugar e hora, de maneira simples e rápida pela internet (TAURION, 2009; KÖRBES; WILDNER, 2016).

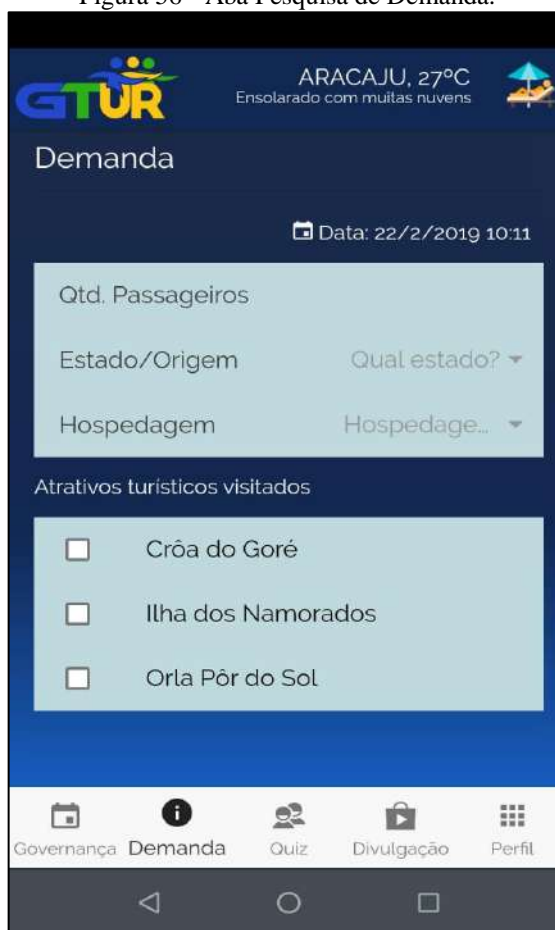
O armazenamento na nuvem é uma tendência recente em TI, que pode ser acessado de qualquer dispositivo que tenha navegador e internet, com a vantagem de ter manutenção fácil, já que não precisa ser instalado no computador de cada usuário, o que possibilita o compartilhamento das informações como as dos Bancos de Dados ou arquivos e documentos que ficam disponíveis a vários usuários da rede ao mesmo tempo (JADEJA; MODI, 2012; TORRES, 2018).

O GTur utiliza o *Google Firebase* como ferramenta de serviço de hospedagem na nuvem, disponibilizando o acesso a todos os usuários, dos dados estatísticos do menu Demanda. Este recurso foi escolhido justamente devido ao uso de vários usuários simultaneamente e devido ao custo ser menor, pois se trata de uma forma gratuita de iniciar o uso do *app*.

Em relação à funcionalidade no estuário do rio Vaza-Barris, o menu Demanda será mantido pelos dados fornecidos pelas agências de passeios/receptivos localizadas na Orla de Atalaia e na Orla Pôr do Sol Cleomar Brandi, além dos barqueiros da ASPETUR que mantêm contato direto com turistas/visitantes na realização de travessias e passeios para Crôa do Goré e Ilha dos Namorados.

Conforme a figura 56, a tela do GTur na Demanda dispõe de acesso *offline*, com sincronização para o *FireBase* quando estiver com acesso à internet. Outra informação importante é que na realização dos testes do *app*, foram contabilizados menos de 2 minutos para inserção dos dados, tendo a agilidade para, a partir de um diálogo amigoso com o turista/visitante, inserir apenas 4 informações que ajudarão aos agentes sociais na administração do turismo no rio Vaza-Barris.

Figura 56 - Aba Pesquisa de Demanda.



Fonte: GTur, 2019.

Outro fator importante dessa funcionalidade no GTur, quando do estudo no estuário do rio Vaza-Barris, deve-se à ausência de registros, estudos e dados sobre a demanda turística na região, fator que dificulta o planejamento da atividade turística. Essa deficiência pode ocorrer em outras localidades.

Por isso pensou-se numa pequena pesquisa de demanda para iniciar os registros de alguns dados que são fundamentais nas tomadas de decisões em qualquer gestão de governança turística eficaz e inclusiva que ofereça informações viáveis para articulação, participação e envolvimento mútuo entre todos os agentes sociais das mudanças que resultem em vantagens e benefícios para todos - oferta e demanda turística.

O menu seguinte do GTur foi elaborado com base nos resultados das entrevistas realizadas com os *stakeholders* do estuário do rio Vaza-Barris. Todos afirmaram a necessidade de realizar de forma continuada, capacitações e treinamentos com temáticas voltadas para qualidade no atendimento ao cliente, primeiros socorros, salvamento aquático, planejamento financeiro, manipulação de alimentos, negociações e vendas, educação ambiental, trabalho em equipe, empreendedorismo, associativismo e outros. Inclusive, conforme extrato de entrevista com um dos associados da ASPETUR:

Já foi feito esse treinamento pela prefeitura, a prefeitura fez um curso de capacitação pra todos da associação, foi dado todo suporte para associação, como eu tinha falado para você anteriormente, a prefeitura se disponibilizou para organizar a associação, fez curso de capacitação de atendimento ao cliente. Nesse curso que fiz, a gente aprendeu a como tratar o cliente, como receber, aprendeu sobre aquela área, a gente aprendeu a se organizar com a parte financeira, foi um curso muito proveitoso, muito bom o curso (Entrevistado grupo C, 2018, informação verbal).

Esta informação corrobora os dados fornecidos através da pesquisa documental, em que foi encontrado o registro do projeto Barqueiros da Orla Pôr do Sol, instituído em agosto e finalizado em dezembro do ano de 2017, com o propósito de dialogar com os agentes sociais que trabalham com embarcações menores, conscientizando-os da importância do atendimento ao turista/visitante por meio de qualificações e cursos ofertados pela SEMICT em parceria com o Sebrae (ARACAJU, 2017).

As capacitações na modalidade presencial foram moldadas com intuito de melhorar a forma de organização da atividade, destacando a importância da ação coletiva e da ajuda mútua entre os barqueiros e da qualidade dos serviços de recepção e relacionamento dispensados ao turista/visitante.

A partir desse contexto, o *app* GTur oferece o menu *Quiz*, apresentado na figura 57 com cursos de aperfeiçoamento profissional, propostos de forma mais interativa, planejados visando um entendimento fácil e dinâmico, com base em conteúdos importantes para o desenvolvimento do profissional na atividade turística, até mesmo como forma de atualização de cursos presenciais já realizados.

Os *quizzes* possuem testes de aprendizado em cada finalização de conteúdo, além de ter uma plataforma com temas diferentes para o usuário turista/visitante. O objetivo final do menu *Quiz* é promover a permanência do conhecimento no uso prático do dia a dia, incentivando o capital intelectual dos agentes sociais com o fim de melhor oferecer ao turista/visitante a imagem do destino turístico. Já para o usuário turista/visitante, o *Quiz* tem por objetivo melhorar a sua experiência turística, com testes sobre viagem, atrativos, roteiros, gastronomia e cultura do produto ou destino visitado, além de instigar as pessoas que o utilizam a visitar os locais.

Figura 57 - Tela com aba de Quiz.

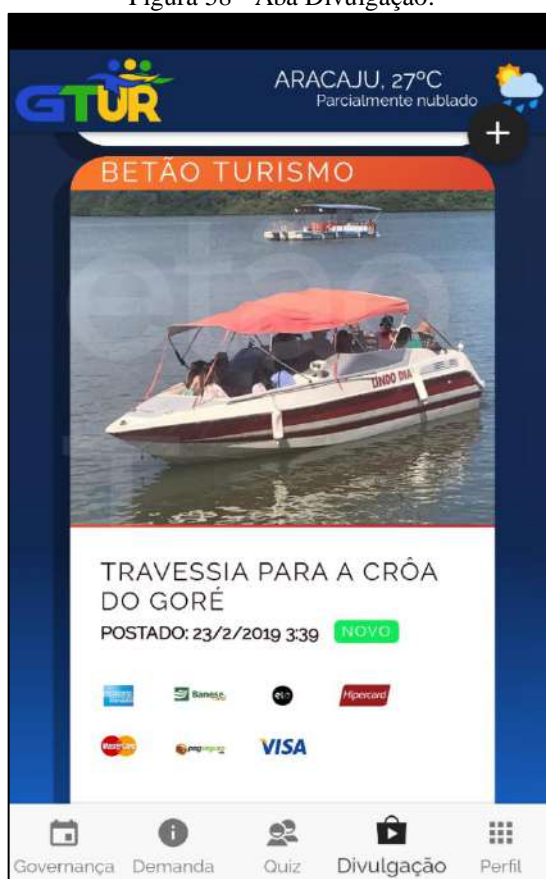


Fonte: GTur, 2019.

Como o aplicativo também é para uso do turista, ao pensar numa maneira de apresentar e divulgar todos os serviços, equipamentos e empreendimentos que existem nos grupos de atrativos, produtos ou *clusters* turísticos, foi elaborado o menu Divulgação no GTur, ao considerar a necessidade de conhecer os agentes sociais responsáveis pelo desenvolvimento do turismo e participação na governança turística do grupo em questão.

Conforme tela apresentada na figura 58, o usuário consegue visualizar mais informações, promoção ou desconto específico para quem tem o GTur. Cada empreendimento ou prestador de serviço de determinada governança turística cadastrada pode realizar as inserções e alterações do que desejar oferecer ao turista/visitante, sendo possível informar também maneiras de pagamento e demais detalhes do produto ou serviço divulgado. Esta funcionalidade foi estruturada justamente para incentivar os *stakeholders*, principalmente os pequenos e médios empreendedores, no processo de *marketing* do seu produto ou serviço, colocando em prática a preocupação com os 4Ps do *marketing*: preço, ponto de venda, promoção e produto (KOTLER, 2000) visando atrair a demanda para conhecer o serviço e/ou produto.

Figura 58 - Aba Divulgação.



Fonte: GTur, 2019.

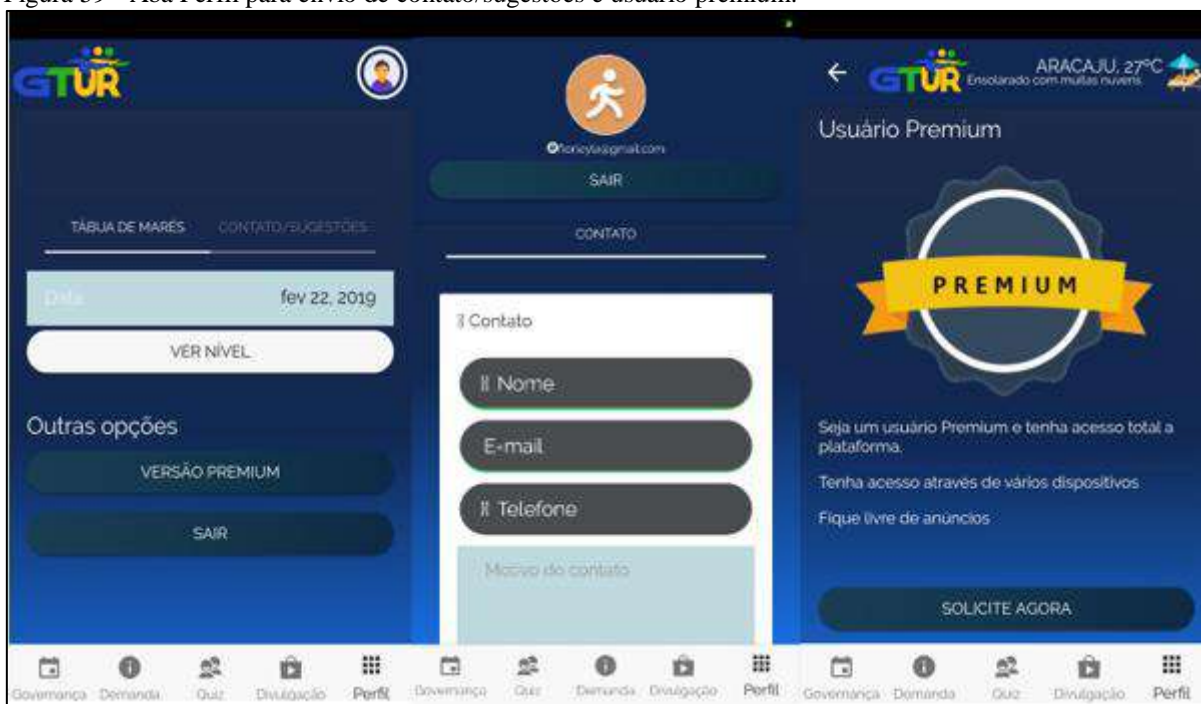
Uma informação importante que é válida destacar, é o requisito previsão do tempo e temperatura, presentes na maioria das telas do aplicativo. Os dados apresentados em tempo real são de acordo com a confirmação da coordenada geográfica do usuário ao realizar o cadastro/login no *app*, onde também exibe o nome da cidade que está marcando no GPS.

Por fim, tem-se o menu Perfil, com as abas de dados do usuário, envio de contato ou sugestões, solicitação para cadastro na versão *premium* do *app* e previsão diária da tábua de

marés. Através da funcionalidade CONTATO é possível enviar melhorias para dar continuidade ao desenvolvimento de uma atividade turística organizada e com agentes sociais integrados, passíveis de mudanças num novo modo de pensar as questões relacionadas ao compartilhamento do conhecimento, respeito ao próximo, associativismo e estruturação da governança turística.

É neste canal que usuários de modo geral podem esclarecer dúvidas, pedir informações, contribuir com mudanças ou novas inserções e buscar e/ou manter uma relação com o produto, *cluster* ou destino turístico que tenha interesse. É possível visualizar o menu Perfil nas telas apresentadas na figura 59.

Figura 59 - Aba Perfil para envio de contato/sugestões e usuário premium.



Fonte: GTur, 2019.

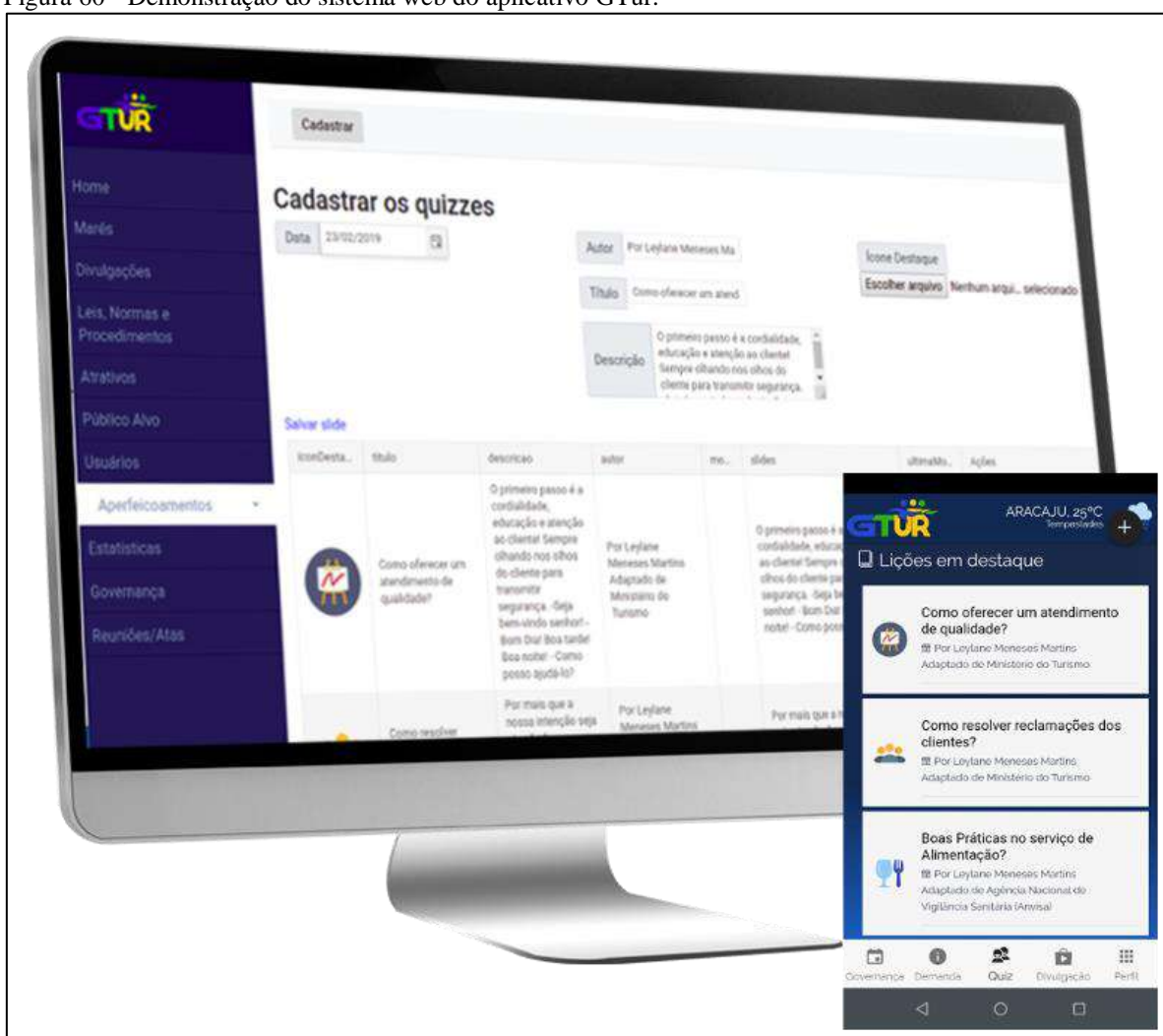
Hoje o GTur vem sendo administrado pela equipe de criação, com acesso gratuito para navegação e pequenos intervalos de anúncios na sua composição. Caso o usuário faça parte de um grupo de atrativos, produto ou *cluster* turístico já existente no GTur, e que tenha interesse de autonomia para inserir, editar e/ou excluir dados do *app*, indica-se solicitar a versão *premium* (Figura 59), a qual dispõe de acesso exclusivo no sistema *web*, ferramenta de gerenciamento do aplicativo por meio de um computador.

O sistema *web* foi desenvolvido para restringir o acesso dos agentes sociais para menus de sua responsabilidade, como também para facilitar a inserção, alteração e exclusão de dados das funcionalidades do *app*. Este sistema é responsável por armazenar todas as configurações

e informações do aplicativo, com funções de: possibilitar inserir as divulgações de seu produto ou serviço, publicar documentos e/ou legislações no menu Normas e Procedimentos, efetuar os cadastros dos atrativos, produtos ou *clusters* turísticos; inserir os dados de público alvo e agentes sociais, além dos conteúdos de aperfeiçoamento para o menu *Quiz* e atas de reuniões.

Outra vantagem de adquirir a versão *premium* é que através do sistema *web* é possível visualizar os relatórios estatísticos de demanda, compilados para auxiliar na melhor estratégia para o planejamento e gestão do turismo na região. A Figura 60 mostra a multiplataforma do sistema GTur, com destaque no menu *Quiz*, acessado tanto no computador quanto no celular.

Figura 60 - Demonstração do sistema web do aplicativo GTur.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

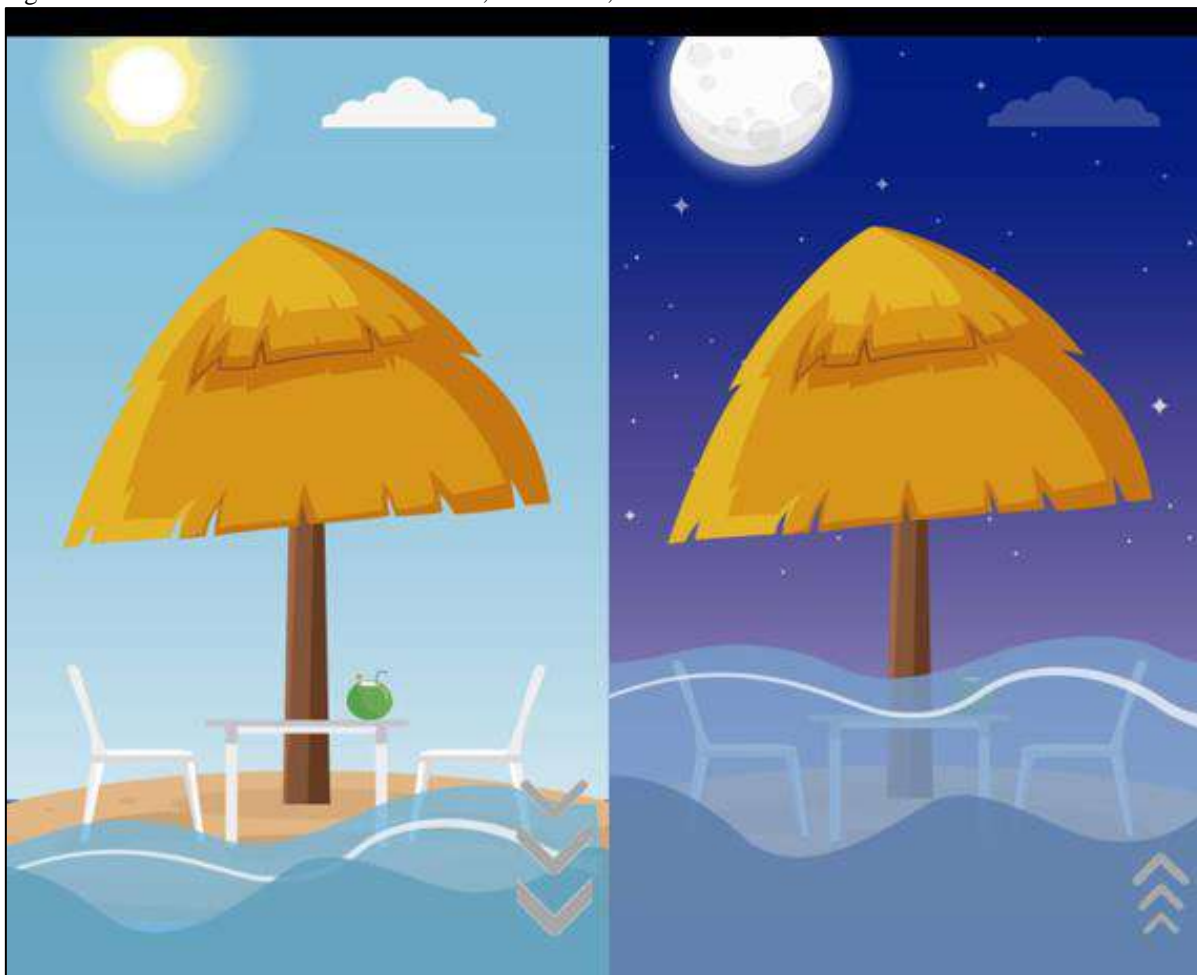
O acesso ao sistema *web* é através do site <https://systemtando.com.br/gtur/login>, com o mesmo *login* e senha cadastrado no aplicativo. É importante destacar que as senhas de acesso são criptografadas, característica que proporciona mais confiabilidade e segurança na sua

utilização. Seu *design* está estruturado de forma objetiva e dinâmica, com facilidade para uso por qualquer usuário, ou seja, é uma plataforma autoexplicativa.

A outra aba contida no menu Perfil é a Tábua de Marés. Esta funcionalidade foi adicionada ao GTur para informar aos usuários como está o nível da água na Crôa do Goré, além de ajudar os *stakeholders* que realizam os passeios náuticos, transmitir a informação correta e assim conseguir atender à expectativa do turista/visitante em conhecer o atrativo da melhor forma possível.

Esta aba foi elaborada com animação para que o usuário possa visualizar e entender, de forma fácil e prática, ao informar o horário no aplicativo, se a Crôa do Goré estará imersa (maré alta) ou emersa (maré baixa), conforme figura 61. Os dados de horário e nível (altura) da água foram coletados na Marinha do Brasil, que disponibiliza no site (BRASIL, 2019a), documentos da tábua de maré de vários lugares do Brasil e através da Capitania dos Portos de Sergipe tem-se os dados de todos os meses do ano da Crôa do Goré (ANEXO C).

Figura 61 - Desenho lúdico da tábua de maré, dia e noite, maré baixa e alta.



Fonte: GTur, 2019.

O GTur apresenta cinco menus com elementos direcionados para organização e estruturação da governança turística de qualquer produto ou destino turístico. Como a área de estudo oferece espaços turísticos que apresentam um fluxo de demanda constante, devido aos seus atrativos, atividades esportivas, de lazer e equipamentos de apoio, faz-se necessário uma orientação para os *stakeholders* desenvolverem adequadamente o turismo na região. E o primeiro passo para esta mudança é determinar mutualidade entre eles, com respeito, igualdade, normas, direitos e deveres, na perspectiva do que se conceitua como governança turística, objeto de estudo deste trabalho.

O estuário do Rio Vaza-Barris é formado por atrativos turísticos, recursos e belezas naturais, sendo palco de desenvolvimento da atividade aqui enfocada. O GTur é uma ferramenta que tem o intuito de contribuir na organização da gestão do turismo de qualquer produto, *cluster* ou destinação turística com múltiplos agentes envolvidos num melhor desempenho desse importante setor econômico. Tomou-se a área descrita da capital sergipana como local ideal para o desenvolvimento do presente estudo, nele tendo sido utilizado como exemplo de usabilidade e funcionalidade das diversas atividades existentes no aplicativo/produto aqui apresentado.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O desenvolvimento da atividade turística é centralizado, geralmente, nas iniciativas e decisões executadas pela esfera pública e através do princípio da descontinuidade na sua gestão, resulta apenas na geração de ações pontuais, com intermitência sem o devido envolvimento e profundidade.

Mas, o modelo de governança no turismo deve ser praticado, a fim de possibilitar uma gestão mais eficiente, eficaz, cooperada e competitiva, mediante valorização e participação ativa de todos os agentes sociais (*stakeholders*) envolvidos com o desenvolvimento da atividade turística.

O estudo propôs uma reflexão sobre a atividade turística a partir da visão centralizadora da gestão pública, perpassando pela mudança para o modelo de governança, através da elaboração do planejamento turístico participativo e execução de uma gestão integrada com todos os agentes sociais que desenvolvem o turismo. Esta transformação conferiu à pesquisa, a possibilidade de sugerir uma solução através do uso da tecnologia para ajudar os agentes sociais na continuidade desse processo positivo para os envolvidos.

Após levantamentos de dados empíricos, entregar uma solução tecnológica com ações e orientações que poderá contribuir para nortear a gestão e o desenvolvimento ordenado do turismo de produtos, *clusters* e destinos turísticos, à frente de outras destinações, é uma maneira de alertar, auxiliar e propor a integração dos múltiplos *stakeholders*, a fim de mostrar que é possível a prática de uma governança participativa, contínua e sustentável.

A finalização da pesquisa gerou um estudo teórico detalhado com elementos e possibilidades e um produto tecnológico de uso para a sociedade, a fim de que o turismo possa se desenvolver de forma harmônica sob a ação conjunta e coordenada do setor público, iniciativa privada, terceiro setor e comunidade local, a fim de fomentar renda, trabalho e o bem-estar da comunidade e do turista.

Este estudo resultou na comprovação da existência de uma relação positiva entre turismo e tecnologia, com influência direta na gestão e governança. Através da validação do GTur pelos *stakeholders* do produto turístico estuário do rio Vaza-Barris, é possível constatar que o mercado necessita de um aplicativo com esta funcionalidade, para auxiliar na organização e interação dos agentes sociais (prestadores de serviços), além de facilitar a comunicação, o ordenamento e divisão de responsabilidades, de forma coletiva, integrada e participativa.

Além disso, a abordagem qualitativa das entrevistas realizadas com os *stakeholders* foi capaz de produzir conteúdo e apresentar soluções diretamente para aqueles que são responsáveis pela condução da atividade turística, trazendo solidificação e usabilidade imediata do produto gerado: o aplicativo GTur. Isto se deve ao fato de apresentação dos dados reais coletados em um produto turístico, com agentes sociais dispostos e flexíveis a mudanças favoráveis para a organização e manutenção da atratividade da oferta turística.

Como contribuição conceitual desse estudo, buscou-se preencher lacunas ao disponibilizar conteúdos acerca das temáticas governança turística, inovação e tecnologia no turismo, que ainda são incipientes na produção acadêmica brasileira. A pesquisa explanou a discussão posta por autores nacionais e internacionais de áreas correlatas ao turismo, tais como Geografia, Administração, Ciências da Computação, Engenharia de Software, Meio Ambiente, Arquitetura e Urbanismo, Filosofia, entre outras, com o intuito de ter respaldo teórico para construção do aplicativo GTur.

Sabe-se que é uma tendência mundial o impacto positivo dos recursos tecnológicos no turismo. A ideia de unir mobilidade, informação, praticidade e funcionalidade, gerou a proposta de desenvolver o aplicativo GTur. O aplicativo desenvolvido com as funcionalidades propostas implantadas é uma versão inicial, visto que a partir do *feedback* dos usuários será possível inserir novos requisitos, realizar alterações ou melhorias para o seu melhor desempenho, uso no gerenciamento e organização dos *stakeholders* com o desenvolvimento da atividade turística.

Em termos práticos, o aplicativo colabora ainda com a possibilidade de pesquisadores utilizá-lo para estudos e coleta de dados de exemplos de produtos, *clusters* ou destinos que possuem na sua gestão do turismo, uma governança participativa, coletiva, integrada e unida, em prol do desenvolvimento da atividade, resultando em manutenção/aumento da demanda.

Para estudos futuros, sugere-se um trabalho focado na elaboração do plano de marketing do aplicativo, realizar análise de nível de usabilidade e aceitação de acordo com as regiões brasileiras, com intuito até de desenvolver pesquisa comparativa de estudos de casos de produtos turísticos que possuem uma gestão ordenada com auxílio do GTur. Também é possível a partir desta pesquisa, realizar um levantamento por parte de uso pelo turista/visitante, e saber o ponto de vista a partir dos acessos desse perfil de usuário.

Este estudo apresentou, no entanto, uma limitação que poderá ser sanada a partir do momento de sua comercialização e usabilidade. Refere-se à disponibilidade do aplicativo para

uso, pois hoje está limitado apenas para usuários com sistema *Android*, já que o sistema iOS exige um custo mensal para manter o *app* disponível aos usuários que possuem *iPhone*.

A comercialização desse aplicativo depende de um conjunto de fatores, mas está diretamente relacionada à aceitação dos usuários, além da realização de campanhas de marketing com sensibilização dos benefícios acerca da governança turística, da integração entre os *stakeholders* e da facilidade de desenvolver uma atividade de forma cooperada e coletiva.

Por fim, tendo em vista que o setor do turismo é um dos que mais crescem na prestação de serviços, espera-se que o GTur auxilie muitos gestores a oportunizar a coletividade e integração entre eles, contribuindo assim para que possam gerir as atividades da melhor forma possível, com diálogo e tomadas de decisões conjuntas.

REFERÊNCIAS

ALBIERO, Fernando Weber. **Uma abordagem de teste para aplicativos Android utilizando os cenários do Behavior Driven Development**. 2017. 75 f. Dissertação (Mestrado em Ciência da Computação) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2017. Disponível em: <https://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/158399/001021854.pdf?sequence=1>. Acesso em: 30 nov. 2018.

ALVARES, Daniela Fantoni; LOURENÇO, Júlia Maria B. B. Planejamento, Competitividade e Gestão do Turismo em Ouro Preto-Brasil. *In: International conference on tourism & management studies*, 2011, Algarve. **Book of [...]**. Algarve: Tourism Management Studies, 2011. p. 340-348. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5018506.pdf>. Acesso em: 20 fev. 2017.

ANGELIS, Cristiano Trindade de. A Emergência da Reforma do Estado Brasileiro: a governança compartilhada e o modelo do novo serviço público. **Planejamento e Políticas Públicas – PPP**, Brasília, n. 45, p. 13-46, jul./dez. 2015. Disponível em: <http://www.ipea.gov.br/ppp/index.php/PPP/article/view/583/368>. Acesso em: 3 jan. 2019.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. **Projeto de Intervenção da Orla Marítima do Município de Aracaju**. Aracaju: Secretaria Municipal de Planejamento, set. 2002.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. Prefeito assina Ordem de Serviço para início das obras da Orla Pôr do Sol. **Matérias do legado de Edvaldo Nogueira na prefeitura**. 2007. Disponível em: <http://edvaldonogueira.com.br/materias/?p=22786>. Acesso em: 31 jul. 2017.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. **Plano Diretor de Desenvolvimento Urbano de Aracaju – Diagnóstico Municipal**. Capt. X – Zona de Expansão Urbana. 2015. Disponível em: https://www.aracaju.se.gov.br/user_files/plano-diretor-vpreliminar-jul2015/CAPITULO-X-ZEU.pdf. Acesso em: 8 out. 2018.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. **Semict apresenta projeto “Barqueiros da Orla Pôr do Sol” no Mosqueiro**. Indústria, Comércio e Turismo, Aracaju, 14 ago. 2017. Disponível em: <https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/72916>. Acesso em: 10 jan. 2019.

ARACAJU. Prefeitura Municipal de Aracaju. **Emsurb e Semict concluem processo para regularização dos barqueiros da Orla Pôr do Sol**. Serviços Urbanos, Aracaju, 31 jan. 2019. Disponível em: <https://www.aracaju.se.gov.br/noticias/79938>. Acesso em: 6 fev. 2019.

ARAÚJO, Lindemberg Medeiros de. **Stakeholder participation in regional tourism planning: Brazil’s Costa Dourada Project**. 2000. 375 f. Tese (Doutorado em Filosofia) – Sheffield Hallam University, Inglaterra, 2000. Disponível em: <http://shura.shu.ac.uk/3160/>. Acesso em: 24 jan. 2018.

ARAÚJO, Lindemberg Medeiros de. Análise de stakeholders para o turismo sustentável. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 1, p. 91-99, 2008. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/260>. Acesso em: 24 jan. 2018.

ASHTON, Mary Sandra Guerra; GARCIA, Roslaine Kovalczuk de Oliveira. Planejamento e Gestão pública: Reflexões sobre o desenvolvimento turístico de Novo Hamburgo a partir da investigação do perfil do visitante. **Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 10, n. 2, p. 185-203, maio/ago. 2008.

BAGGIO, Rodolfo; SCOTT, Noel; COOPER, Chris. Improving tourism destination governance: a complexity science approach. **Tourism Review**, United Kingdom, v. 65, n. 4, p. 51-60, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/16605371011093863>. Acesso em: 28 dez. 2017.

BARBARÁ, Saulo; LEITÃO, Márcia C. da Silva; FONTES FILHO, Joaquim R. A governança regional em turismo: realidade? Estudo de caso sobre o destino Estrada Real. **Cadernos EBAPE.BR**, Rio de Janeiro, v. 5, n. 4, p. 1-16, dez. 2007. Disponível em: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/cadernosebape/article/view/5054>. Acesso em: 9 jan. 2019.

BARBOSA, Luiz Gustavo Medeiros (org.). **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** - Relatório Brasil. 2. ed. rev. Brasília: Ministério do Turismo, 2008.

BARBOSA, Andyara Lima. Relações organizacionais para o desenvolvimento regional do turismo. In: BENI, Mário Carlos. **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri, SP: Manole, 2012, p. 131-155.

BARBOSA, Thiago Merino Rodrigues *et al.* Uso da plataforma Ionic para desenvolvimento de aplicativo móvel. In: MOSTRA DE ESTAGIÁRIOS E BOLSISTAS DA EMBRAPA INFORMÁTICA AGROPECUÁRIA, 12., 2016, Campinas. **Resumos [...]**. Brasília: Embrapa, 2016. p. 66-71.

BARBOSA, Luciana Maciel; CORIOLANO, Luzia Neide. Políticas Territoriais de Turismo no Nordeste: O Prodetur como estratégia socioeconômica. In: CORIOLANO, Luzia Neide; VASCONCELOS, Fábio Perdigão; FERNANDES, Laura Mary Marques (org.). **Turismo e prática de responsabilidade socioambiental em empreendimentos turísticos no nordeste brasileiro**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2017.

BARROS NETO, Jaime José da Silveira *et al.* Perfil da Demanda Turística de Lazer na Crôa do Goré, Mosqueiro, Aracaju/Se. **A Barriguda**, Campina Grande, v. 5, n. 3, p. 171-191, set./dez. 2015. Disponível em: <http://www.abarriguda.org.br/revista/index.php/revistaabarrigudaarepb/article/view/262>. Acesso em: 5 nov. 2018.

BENI, Mário Carlos. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003.

BENI, Mário Carlos. **Política e planejamento de turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BERITELLI, Pietro; BIEGER, Thomas Bieger. From destination governance to destination leadership – defining and exploring the significance with the help of a systemic perspective. **Tourism Review**, United Kingdom, v. 69, n. 1, p. 25-46, 2014. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/TR-07-2013-0043>. Acesso em: 4 fev. 2018.

BRAGA, Débora Cordeiro. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2007.

BRAGA, Natália Pelinca; LIMA, Joao Policarpo Rodrigues; GATTO, Maria Fernanda. Role of the Tourism Cluster of Porto de Galinhas in the Local Development. **Journal of Technology Management & Innovation**, Santiago, v. 8, p. 93-104, fev. 2013. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-27242013000300038>. Acesso em: 19 out. 2017.

BRASIL. Marinha do Brasil. **Lei nº 9.537, de 11 de dezembro de 1997**. Dispõe sobre a segurança do tráfego aquaviário. NORMAM-03/DPC. Rio de Janeiro: Diretoria de Portos e Costas, 2003.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: **Diretrizes políticas**. Brasília: Ministério do Turismo, 2004.

BRASIL. Ministério do Turismo. Coordenação Geral de Regionalização. Programa de Regionalização do Turismo - Roteiros do Brasil: Módulo Operacional 3: **Institucionalização da Instância de Governança Regional**. Brasília: Ministério do Turismo, 2007.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil. **Estudo de Competitividade dos 65 Destinos Indutores do Desenvolvimento Turístico Regional** – Relatório Brasil 2009. Brasília: Ministério do Turismo, 2009.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Náutico: orientações básicas**. Ministério do Turismo, Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação Geral de Segmentação. 3. ed. Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro: Perguntas e Respostas**. Brasília: Ministério do Turismo, jul. 2016.

BRASIL. Ministério do Turismo. Programa de Regionalização do Turismo. **Categorização dos Municípios das Regiões Turísticas do Mapa do Turismo Brasileiro: Perguntas e Respostas**. Brasília: Ministério do Turismo, fev. 2018.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Regionalização**. Documento Orientador: Instância De Governança Regional Programa de Regionalização do Turismo. Módulo II. Brasília: Ministério do Turismo, 2019.

BRASIL. Marinha do Brasil. Capitania dos Portos de Sergipe. **Tábuas de Maré**. 2019. Disponível em: https://www.marinha.mil.br/chm/sites/www.marinha.mil.br.chm/files/dados_de_mare/capitania_dos_portos_de_sergipe_2019.pdf. Acesso em: 2 fev. 2019a.

BRIDOUX, Flore; STOELHORST, J. W. Microfoundations for stakeholder theory: managing stakeholders with heterogeneous motives. **Strategic Management Journal**, Chicago, v. 35, n. 1, p. 107-125, 2014.

BRILHANTE, Joselito. Empreendedorismo e inovação no turismo. *In*: SILVA, Lucas da; PEREIRA, Alexandre Q.; AMARAL, Eduardo L. Guilherme do (org.). **Sertão Central Cearense: turismo, meio ambiente e desenvolvimento regional**. Recife: Imprima, 2016.

BRITO, Alex Silva de. **Governança em território turístico: uma análise comparativa entre a Costa das Baleias (BA) e o município de Bento Gonçalves (RS)**. 2014. 125 f. Dissertação (Mestrado Multidisciplinar e Profissional em Desenvolvimento e Gestão Social) – Universidade Federal da Bahia, Escola de Administração, Salvador, 2014.

BUHALIS, Dimitrios. Strategic use of information technologies in the tourism industry. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 19, n. 5, p. 409-421, 1998.

BURNS, Peter. Paradoxes in planning: Tourism elitism or brutalism? **Annals of Tourism Research**, Amsterdam, v. 26, n. 2, p. 329-348, 1999. Disponível em: <https://www.science-direct.com/sci-ence/article/pii/S0160738398000991>. Acesso em: 30 out. 2017.

BUSCH, Adriano Villa; LODI, Ricardo Augusto; BORBA, Sueli F. Poppi. Metodologia de desenvolvimento e aplicação de testes para qualidade de software. **Revista Ciên. Empresariais da UNIPAR**, Umuarama, v. 8, n. 1 e 2, p. 125-139, jan./dez. 2007.

BYRD, Erick T.; BOSLEY, Holly E.; DRONBERGE, Meghan G. Comparisons of stakeholder perceptions of tourism impacts in rural eastern North Carolina. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 22, n. 30, p. 693-703, 2009. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517708001623>. Acesso em: 26 jan. 2018.

CARNEIRO, Kayo Matheus Santiago. **Aplicativo BRSpot - Aplicativo para Localizar Picos de Treino por Geolocalização para a Prática do Parkour**. 2016. 93f. Monografia (Graduação em Computação) – Universidade de Brasília, Brasília: UnB, 2016.

CARVALHO FILHO, Manoel Vital de. **Assessoria ao Processo de Desenvolvimento Local**. Versão preliminar. Natal: Projeto de Cooperação Técnica - INCRA / IICA, abr. 1999. Disponível em: http://www.incra.gov.br/sites/default/files/uploads/servicos/publicacoes/outras-publicacoes/assessoriaaoprocessodedesenvolvimentosustentavel_.pdf. Acesso em: 28 mai. 2018.

CÉSAR, Pedro de Alcantara Bittencourt; STIGLIANO, Beatriz Veroneze. **Inventário turístico**. Campinas, SP: Ed. Alínea, 2006.

CHIAVENATO, Idalberto. **Administração nos novos tempos: os novos horizontes em administração**. 3. ed. Barueri, SP: Manole, 2014.

CONCEIÇÃO, Sabriny Sueley Oliveira da. **(In)sustentabilidade turística no estuário do Rio Vaza Barris/SE: perspectiva analítica da legislação vigente**. 2015. 134 f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2015.

COOPER, Chris; HALL, Michael; TRIGO, Luiz G. Godoi. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

COSTA, Benny Kramer *et al.* Articulação de Stakeholders e estratégias no Setor Turístico Brasileiro: Uma investigação em localidades. **Revista de Administração FACES Journal**, Belo Horizonte, v. 15, n. 3, p. 8-26, jul./set. 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=194047338002>. Acesso em: 9 jan. 2019.

CUNHA, Sieglinde Kindl da; CUNHA, João Carlos da. Tourism cluster competitiveness and sustainability: proposal for a systemic model to measure the impact of tourism on local development. **BAR, Brazilian Administration Review**, Curitiba, v. 2, n. 2, p. 47-62, dez. 2005. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1807-76922005000200005&script=sci_abstract&tlng=en. Acesso em: 23 dez. 2017.

CUNHA, Sieglinde Kindl da; CUNHA, João Carlos da. Cluster de turismo: abordagem teórica e avaliação. **Revista de Desenvolvimento Econômico**, Salvador, v. 8, n. 13, p. 60-67, jan. 2006. Disponível em: <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/76>. Acesso em: 23 dez. 2017.

CURRIE, Russell R.; SEATON, Sheilagh; WESLEY, Franz. Determining stakeholders for feasibility analysis. **Annals of Tourism Research**, Amsterdam, v. 36, n. 1, p. 41-63, 2009.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 7. ed. São Paulo: Futura, 2003.

DEVELOPERS. **Arquitetura da plataforma**. abr. 2018. Disponível em: <https://developer.android.com/guide/platform/?hl=pt-br>. Acesso em: 13 dez. 2018.

DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.

DICKINSON, Janet E. *et al.* Tourism and the smartphone app: capabilities, emerging practice and scope in the travel domain. **Current Issues in Tourism**, Austrália, v. 17, n. 1, p. 84-101, 2014.

DOMÍNGUEZ, Maria del Mar Rodríguez. La creación de clusters turísticos como instrumento para la mejora competitiva de los destinos: una aplicación a las Rías Bajas gallegas. **Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa**, España, v. 7, n. 3, p. 119-138, 2001. Disponível em: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=206169>. Acesso em: 23 dez. 2017.

DREDGE, Dianne. Policy network and the local organization of tourism. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 27, n. 2, p. 269-280, 2006.

ELICHER, Maria Jaqueline. **Produção do espaço turístico**. Rio de Janeiro: Fundação CECIERJ, 2012.

ENGHOLM JÚNIOR, HÉLIO. **Engenharia de software na prática**. São Paulo: Novatec, 2010.

FARIA, José Carlos. **Administração: introdução ao estudo**. 3. ed. São Paulo: Pioneira, 1997.

FERNANDES, Ivan Pereira. **Planejamento e organização do turismo**: uma abordagem desenvolvimentista com responsabilidade social e ambiental. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

FOGAÇA, Isabela de Fátima. Gestão de destinos turísticos: Um ensaio à discussão dos papéis do poder público, iniciativa privada e sociedade civil para um turismo consistente. *In*: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL (SeminTUR), 5., 27 e 28 jun. 2008, Caxias do Sul. **Anais [...]**. GT06 Gestão responsável do turismo. Turismo: Inovações da Pesquisa na América Latina, 2008. Disponível em: http://www.ucs.br/ucs/tpIVSeminTur%20/eventos/seminarios_semintur/semin_tur_5/trabalhos/gt06. Acesso em: 30 jan. 2017.

FRANÇA, Sarah Lúcia Alves. **A produção do espaço na zona de expansão de Aracaju/SE**: dispersão urbana, condomínios fechados e políticas públicas. 2011. 187 f. Dissertação (Mestrado em Arquitetura e Urbanismo) – Universidade Federal Fluminense, Niterói, RJ, 2011.

FREEMAN, R. Edward; REED, David L. Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance. **California Management Review**, United States, v. 25, n. 3, p. 88-106, 1983.

GETZ, Donald. Models in tourism planning: Towards integration of theory and practice. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 7, n. 1, p. 21-32, 1986. Disponível em: [https://doi.org/10.1016/0261-5177\(86\)90054-3](https://doi.org/10.1016/0261-5177(86)90054-3). Acesso em: 30 jan. 2017.

GETZ, Donald. Planning for tourism business districts. **Annals of Tourism Research**, Amsterdam, v. 20, n. 3, p. 583-600, 1993. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/016073839390011Q>. Acesso em: 30 jan. 2017.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GODOY, Arilda Schmidt. Introdução à pesquisa qualitativa e suas possibilidades. **RAE - Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 35, n. 2, p. 57-63, 1995. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/rae/v35n3/a04v35n3>. Acesso em 15 fev. 2018.

GONÇALVES, Allan Jheyson Ramos. Desenvolvimento de Aplicativos Híbridos com o Ionic Framework. *In*: ESCOLA REGIONAL DE INFORMÁTICA DO PIAUÍ, 3., 2017, Picos. **Anais eletrônicos [...]**. Picos: Sociedade Brasileira de Computação (SBC), jun. 2017. p. 500-515. Disponível em: http://www.eripi.com.br/2017/images/anais/mini_cursos/13.pdf. Acesso em: 20 set. 2018.

GONZÁLEZ, Maria Velasco. Gobernanza turística: ¿Políticas públicas innovadoras o retórica banal? **Caderno Virtual de Turismo** - Edição especial: Hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, supl.1, p. 9-22, nov. 2014. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=115437784002>. Acesso em: 28 dez. 2017.

GRAJIRENA, Jone Mitxeko; GAMBOA, Idoia Idigoras; MOLINA, Azucena Vicente. Los clusters como fuente de competitividad: el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco. **Cuadernos de Gestión**, Bilbao, Espanha, v. 4, n. 1, p. 55-67, 2004. Disponível em: <http://www.ehu.es/cuadernosdegestion/documentos/413.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2017.

HALL, Colin Michael. **Planejamento turístico**: políticas, processos e relacionamentos. Tradução Edite Sciulli. São Paulo: Contexto, 2001.

HASSAN, Hussein. **Tecnologias de Informação e Turismo: e-tourism**. 2011. 85 f. Dissertação (Mestrado em Lazer, Patrimônio e Desenvolvimento) – Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra, Coimbra, 2011. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/handle/10316/19126>. Acesso em: 28 jan. 2018.

HAYWOOD, K. Michael. Responsible and responsive tourism planning in the community. **Tourism management**, Amsterdam, v. 9, n. 2, p. 105-118, 1988. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0261517788900209>. Acesso em: 30 jul. 2017.

HEUSSEN, Kai; USLAR, Mathias; TORNELLI, Carlo. A Use Case Methodology to Handle Conflicting Controller Requirements for Future Power Systems. *In*: 2015 International Symposium on Smart Electric Distribution Systems and Technologies (EDST), 2015, Vienna, Austria. **Anais** [...]. Vienna, set. 2015. p. 582-587. Disponível em: http://orbit.dtu.dk/files/116924837/electra_rex_edst_final_revisedlook.pdf. Acesso em: 3 jan. 2019.

HITT, Michael A.; IRELAND, R. Duane; HOSKISSON, Robert E. **Administração estratégica**. São Paulo, SP: IOB, 2002.

HOEHLE, Hartmut; VENKATESH, Viswanath. Mobile application usability: conceptualization and instrument development. **MIS Quarterly**, Minnesota, v. 39, n. 2, p. 435-472, 2015. Disponível em: http://www.venkatesh.com/wpcontent/uploads/dlm_uploads/2015/11/Hoehle-and-Venkatesh-2015-MISQ.pdf. Acesso em: 7 fev. 2018.

IBGC. Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. **Código das Boas Práticas para Reuniões do Conselho de Administração**. São Paulo: IBGC, 2010. Disponível em: <http://www.ibgc.org.br/userfiles/9.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2019.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ministério da Economia. **A criação de uma marca**: uma introdução às marcas de produtos e serviços para as pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: INPI, 2013. Disponível em: http://www.inpi.gov.br/sobre/arquivos/01_cartilhamarcas_21_01_2014_0.pdf. Acesso em: 4 dez. 2018.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ministério da Economia. **Manual do Usuário para o Registro Eletrônico de Programas de Computador**. Versão 1.8.1. Rio de Janeiro: INPI, 2018. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/menu-servicos/programa-de-computador/programa-de-computador-manual-completo>. Acesso em: 7 dez. 2018.

INPI. Instituto Nacional da Propriedade Industrial. Ministério da Economia. **Institucional - O INPI**. jan. 2019. Disponível em: <http://www.inpi.gov.br/sobre/estrutura>. Acesso em: 7 jan. 2019.

JADEJA, Yashpalsinh; MODI, Kirit. Cloud computing - concepts, architecture and challenges. *In*: International Conference on Computing, Electronics and Electrical Technologies [ICCEET], 2012, Nagercoil Tamil Nadu, Índia. **Actas** [...]. Índia, 2012, p. 877-880.

KHAWAS, Chunnu; SHAH, Pritam. Application of Firebase in Android App Development-A Study. **International Journal of Computer Applications**, United States, v. 179, n. 46, p. 49-53, 2018.

KOTLER, Philip. **Administração de Marketing**. São Paulo: Prentice Hall, 2000.

KÖRBES, Lucas Horn; WILDNER, Maria Claude Schorr. A utilização de aplicativos da computação em nuvem no ensino superior. **Revista Destaques Acadêmicos**, Lajeado, v. 8, n. 4, p. 85-101, 2016.

KRIPPENDORF, Jost. Towards new tourism policies: The importance of environmental and sociocultural factors. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 3, n. 3, p. 135-148, 1982.

KWASNICKA, Eunice Lacava. **Introdução à administração**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

LACOMBE, Francisco; HEILBORN, Gilberto. **Administração: princípios e tendências**. 3. ed. São Paulo: Saraiva, 2015.

LECHETA, Ricardo Rodrigues. **Google Android: aprenda a criar aplicações para dispositivos móveis com o Android SDK**. 3. ed. São Paulo: Novatec, 2014.

LERNER, Jaime. **Diretrizes de Ocupação Urbana do Mosqueiro**. Relatório 4 – Propostas Finais. Contrato nº 99.007/2013-SE. Aracaju: Empresa Municipal de Obras e Urbanização - EMURB. mar. 2014. Disponível em: <https://ewldata.rightsindevelopment.org/files/documents/11/IADB-BR-L1411.pdf>. Acesso em: 30 nov. 2018.

LIMA, Rozuila Neves. Turismo náutico sustentável: um diferencial competitivo. *In*: NETTO, Alexandre Panosso; ANSARAH, Marília Gomes dos Reis (coord.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2009. p. 299-312.

LINS, Hoyêdo Nunes. Florianópolis, Cluster Turístico? **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 11, n. 2, p. 55-70, nov. 2000. Disponível em: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63518>. Acesso em: 5 fev. 2018.

LOHMANN, Guilherme; PANOSSO NETO, Alexandre. **Teoria do Turismo: conceitos, modelos e sistemas**. 2. ed. ampl. atual. São Paulo: Aleph, 2012.

MACCARI, Emerson Antonio *et al.* Levantamento de Requisitos para a Proposta de um Aplicativo para Acompanhamento dos Quesitos do Sistema de Avaliação da Capes. **Revista GUAL**, Florianópolis, v. 8, n. 3, p. 01-25, set. 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/gual/article/viewFile/1983-4535.2015v8n3p1/30470>. Acesso em: 20 nov. 2018.

MAGELA, Rogério. **Engenharia de Software Aplicada: Princípios**. Rio de Janeiro: Alta Books, 2006.

MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. **Fundamentos de metodologia científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MARQUES, Maria Angela; BISSOLI, Ambrizi. **Planejamento turístico municipal com suporte em sistemas de informação**. São Paulo: Futura, 1999.

MARTINS, Cristina; FIATES, Gabriela G. Silveira; PINTO, Adilson Luiz. A relação entre os clusters de turismo e tecnologia e seus impactos para o desenvolvimento local: um estudo bibliométrico da produção científica. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 10, n. 1, p. 65-88, jan./abr. 2016. Disponível em: [https://rbtur.org.br/rbtur/article /view/907](https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/907). Acesso em: 28 dez. 2017.

MARTINS, Leylane Meneses. Gestão e Planejamento de Destinos Turísticos: A importância da união dos poderes público, privado e sociedade. *In*: Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, 11., 2017, Foz do Iguauçu. **Anais [...]**. Foz do Iguauçu: Universidade Vale do Itajaí, 2017. p. 1-12. Disponível em: <http://www.anaisforumturismoiguassu.com.br/2018/09/anais-2017.html>. Acesso em: 4 dez. 2018.

MARTINS, Leylane Meneses; VILAR, José Wellington C.; SANTANA, Marcélio de Oliveira. A Tecnologia Móvel para Governança Turística. *In*: Congresso Iberoamericano de Turismo y Responsabilidad Social CITuRS2018, 2., 2018, Coruña - Galícia. **Libro de Actas [...]**. México: Reprografia Noroeste, 2018. p. 215-217.

MENDONÇA, Maria Cristina Angélico. Gestão de potenciais clusters turísticos: uma proposta de metodologia de diagnóstico. *In*: BENI, Mario Carlos (org.). **Turismo: planejamento estratégico e capacidade de gestão** - desenvolvimento regional, rede de produção e clusters. Barueri, SP: Manole, 2012. p. 463-486.

MIGUENS, Altineu Pires. Marés e correntes de maré; correntes oceânicas. *In*: MIGUENS Altineu Pires. **Navegação: a ciência e a arte**: Navegação costeira, estimada e em águas restritas. v. I. Niterói, RJ: Diretoria de Hidrografia e Navegação da Marinha do Brasil, 1995, p. 227-274.

MIKI, Adriana Fumi Chim; GÂNDARA, José Manoel Gonçalves; MUÑOZ, Diego Ramón Medina. O estado atual de pesquisas sobre competitividade turística no Brasil. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 12, n. 2, p. 212-223, ago. 2012. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/680/325>. Acesso em: 27 dez. 2017.

MOLINA, Sérgio. **Turismo**: metodologia e planejamento. Tradução Carlos Valero. Bauru-SP: Edusc, 2005.

MOTA, Keila Cristina N.; VIANNA, Silvio Luiz G.; ANJOS, Francisco Antonio dos. **Competitividade das destinações turísticas**: estudo de casos brasileiros. São Paulo: Atlas, 2013.

MTUR. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2013/2016**: o turismo fazendo muito mais pelo Brasil. Brasília, DF, 2013.

MTUR. Ministério do Turismo. **Plano Nacional de Turismo 2018/2022**: mais emprego e renda para o Brasil. Brasília, DF, 2018.

MURPHY, Peter E. Tourism as a community industry - an ecological model of tourism development. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 4, n. 3, p. 180-193, 1983. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/0261517783900626>. Acesso em: 31 jul. 2017.

NASCIMENTO, Isabella; MAIA, Adiel Ferreira; DIAS, Priscila Olivia de Oliveira. A experiência como produto turístico: a emoção e a sensação do novo e diferente. **Revista Turismo: Estudos e Práticas**, Mossoró/RN, UERN, v. 1, n. 2, p. 142-159, jul./dez. 2012.

NOOR, Norlina Mohamed *et al.* Users readiness towards mobile application: a preliminary findings. **Journal of Information System and Technology Management**, Malásia, v. 2, n. 6, p. 55-61, 2017. Disponível em: <http://www.jistm.com/PDF/JISTM-2017-06-12-05.pdf>. Acesso em: 9 fev. 2018.

NUNES, Maria Augusta S. N. Propriedade Intelectual em Software. *In*: RUSSO, Suzana Leitão *et al.* (org.). **Propriedade Intelectual**: um guia em forma de questões. Aracaju: Associação de Propriedade Intelectual - API, 2016, p. 57-70. *E-book*. Disponível em: https://www.academia.edu/32622370/Propriedade_Intelectual_Um_gui_a_em_forma_de_quest_oes. Acesso em: 4 dez. 2018.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. 2. ed. rev. e ampl. São Paulo: Atlas, 2000.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 37-48, maio/ago. 2002. Disponível em: <https://revistafae.fae.edu/revistafae/article/view/477>. Acesso em: 28 dez. 2017.

PAIXÃO, Ana Eleonora Almeida. Legislação e Contextualização. *In*: RUSSO, Suzana Leitão *et al.* (org.). **Propriedade Intelectual**: um guia em forma de questões. Aracaju: Associação de Propriedade Intelectual - API, 2016, p. 11-14. *E-book*. Disponível em: <http://api.org.br/publicacoes/pi-um-guia-em-forma-de-questao/>. Acesso em: 4 dez. 2018.

PAULA, Leonam João Leal de. **Desenvolvimento de aplicativo para dispositivos móveis para coleta de dados georreferenciados através de reconhecimento de voz**. 2013. 81 f. Dissertação (Mestrado em Ciências) – Universidade de São Paulo, Escola Superior de Agricultura Luiz de Queiroz, Piracicaba, SP, 2013. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/11/11152/tde-10062013-091453/pt-br.php>. Acesso em: 3 nov. 2018.

PEREIRA, Luiz Carlos Bresser. **Desenvolvimento e Crise no Brasil**: História, Economia e Política de Getúlio Vargas a Lula. 5. ed. São Paulo: Editora 34, 2003.

PETROCCHI, Mário. **Turismo**: planejamento e gestão. São Paulo: Futura, 1998.

PETROCCHI, Mário. **Gestão de pólos turísticos**. 2. ed. São Paulo: Futura, 2002.

PORTER, Michael Eugene. Cluster and the new economics of competition. **Harvard Business Review**, United States, p. 77-90, nov./dec. 1998.

PORTER, Michael Eugene. **Competição**: estratégias competitivas essenciais. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

PRESSMAN, Roger S.; MAXIM, Bruce R. **Engenharia de Software**: uma abordagem profissional. Tradução João Eduardo Nóbrega Tortello. 8. ed. Porto Alegre: AMGH, 2016.

PRODETUR SERGIPE. BID. **Plano de Gestão da Orla Pôr do Sol no Município de Aracaju**. Aracaju: PRODETUR SERGIPE, BID, mar. 2018.

PROVAN, Keith G.; KENIS, Patrick. Modes of network governance: structure, management and effectiveness. **Journal of Public Administration Research and Theory**, Oxford, UK, v. 18, n. 2, p. 229-252, 2008.

RAMOS, Anatólia S. M.; MENDES FILHO, Augusto M.; LOBIANCO, Márcia M. L. **Sistemas e tecnologia da informação no turismo**: um enfoque gerencial. Curitiba: Editora Prismas, 2017.

RHODES, Roderick A. William. The new governance: governing without government. **Political Studies**, United Kingdom, v. 44, n. 4, p. 652-667, set. 1996. Disponível em: <https://eclass.uoa.gr/modules/document/file.php/PSPA108/rhodes.pdf>. Acesso em: 28 dez. 2017.

RIVERA, Manuel; CROES, Robertico; ZHONG, YunYing. Developing mobile services: A look at firsttime and repeat visitors in a small island destination. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, United Kingdom, v. 28, n. 12, p. 2721-2747, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/IJCHM-02-2015-0052>. Acesso em: 30 jan. 2018.

ROSE, Alexandre Turatti de. **Turismo**: planejamento e marketing. Barueri, SP: Manole, 2002.

ROTH, Ana Lúcia *et al.* Diferenças e inter-relações dos conceitos de governança e gestão de redes horizontais de empresas: contribuições para o campo de estudos. **Revista de Administração**, São Paulo, v. 47, n. 1, p. 112-123, jan./fev./mar. 2012. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S008021072012000100009&script=sci_abstract&tlng=pt. Acesso em: 27 dez. 2017.

RUMBAUGH, James; JACOBSON, Ivar; BOOCH, Grady. **The Unified Modeling Language Reference Manual**. Massachusetts: Addison-Wesley, 1999.

RUSSO, Suzana Leitão *et al.* Propriedade Intelectual. *In*: RUSSO, Suzana Leitão; SILVA, Gabriel Francisco da; NUNES, Maria Augusta S. N. (org.). **Capacitação em inovação tecnológica para empresários**. São Cristóvão: Editora UFS, 2012, p. 55-91. *E-book*. Disponível em: <https://redepetrogas.com.br/uploads/2013/04/Livro-Capacite-v2.pdf>. Acesso em: 4 dez. 2018.

RYAN, Chris. Equity, management, powersharing and sustainability - issues of the 'new tourism'. **Tourism Management**, Amsterdam, v. 23, n. 1, p. 17-26, 2002.

SANTOS, Luara Lázaro Gomes dos; SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus; CAMPOS, Antonio Carlos. **Regionalização do turismo no Brasil e a descentralização do turismo no estado de Sergipe: O caso do roteiro cidades históricas**. *In*: COLÓQUIO

INTERNACIONAL DE GEOCRÍTICA, 12., 2012, Bogotá. **Anais [...]**. Bogotá: Universidade Nacional de Colômbia, 2012. Disponível em: <http://www.ub.edu/geocrit/coloquio2012/actas/07-L-Gomes.pdf>. Acesso em: 28 jul. 2017.

SANTOS, Mary Nadja Lima. **Políticas públicas de turismo e os investimentos no território do Polo Costa dos Coqueirais em Sergipe, Brasil**. Fortaleza: Banco do Nordeste do Brasil, 2013.

SANTOS, Marcio dos Reis (coord.). Observatório de Sergipe. **Geografia de Sergipe**. SERGIPE: SEPLAG, 2013a. Disponível em: <http://observatorio.se.gov.br/geografia-de-sergipe/>. Acesso em: 13 ago. 2018.

SANTOS, Juliana Souto. **Espaço geográfico e territórios de conflitos: demarcação e posse da Zona de Expansão Urbana de Aracaju/SE**. 2015. 297 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, 2015. Disponível em: <https://ri.ufs.br/handle/riufs/5448>. Acesso em: 5 ago. 2018.

SANTOS, Cristiane Alcântara de Jesus. **El Turismo como Factor de Desarrollo: El caso de Sergipe-Brasil**. 2017. 384 f. Tese (Doutorado em Geografía, Planificación Territorial y Gestión Ambiental) – Universitat de Barcelona, Departamento de Geografia Humana, Barcelona, 2017. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10803/462801>. Acesso em: 2 out. 2018.

SANTOS, Tiago de Oliveira. **Diagnóstico Ambiental da Orla Pôr do Sol – Aracaju-SE**. Aracaju: PRODETUR/SETUR/SE, fev. 2017a.

SAUTTER, Elise Truly; LEISEN, Birgit Leisen. Managing Stakeholders: a tourism planning model. **Annals of Tourism Research**, v. 26, n. 2, p. 312-328, 1999. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0160738398000978>. Acesso em: 21 jan. 2018.

SCHERMERHORN Jr., John R. **Administração**. Tradução Mário Persona. 8. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

SCHIAVONI, Patrícia Mattos de Barros *et al.* Stakeholders: principais abordagens. **Revista de Ciências da Administração**, Florianópolis, v. 15, n. 37, p. 187-197, dez. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/adm/article/view/21758077.2013v15n37p187/26111>. Acesso em: 21 jan. 2018.

SERGIPE. **Revisão do Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Costa dos Coqueirais**. Produto 5, v. II. Brasília, DF: Technum Consultoria, 2013.

SERGIPE. **Estudo de Revisão do Plano de Gestão e Viabilidade Econômica da Reforma da Orla Pôr do Sol, município de Aracaju, estado de Sergipe**. Estudo de viabilidade socioeconômica e financeira. Aracaju: PRODETUR SERGIPE, BID, mar. 2018.

SERPA, Angelo. Lugar e centralidade em um contexto metropolitano. *In*: CARLOS, Ana Fani Alessandri; SOUZA, Marcelo Lopes; SPOSITO, Maria Encarnação Beltrão (org.). **A produção do espaço urbano: agentes e processos, escalas e desafios**. São Paulo: Contexto, 2011. p. 97-108.

SILVA, Joab Almeida. **Turismo e Organização do espaço no Polo Costa dos Coqueirais**. 2012. 188 f. Dissertação (Mestrado de Geografia) – Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2012.

SILVA, Isabel Cristina; CASTRO, Cleber Carvalho de; ANTONIALLI, Luiz Marcelo. Governança nas aglomerações produtivas: proposição de um modelo teórico de análise da trajetória de formação e desenvolvimento da coordenação. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, SP, v. 10, n. 1, p. 183-205, jan./abr. 2014. Disponível em: <https://www.rbgdr.net/revista/index.php/rbgdr/article/view/1216>. Acesso em: 28 dez. 2017.

SILVA, Joab Almeida. Governança do Turismo em Sergipe: Uma análise sobre o Polo Costa dos Coqueirais. **Ponta de Lança**, São Cristóvão, v. 10, n. 19, p. 110-127, jun./dez. 2016. Disponível em: <https://seer.ufs.br/index.php/pontadelanca/article/view/8535>. Acesso em: 11 out. 2018.

SIMMONS, David G. Community participation in tourism planning. **Tourism Management**, v. 15, n. 2, p. 98-108, 1994.

SOBRAL, Filipe; PECCI, Alketa. **Fundamentos de administração**. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

SOHN, Ana Paula *et al.* Os elementos que caracterizam o Cluster Turístico em Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 11, n. 1, p. 154-174, jan./abr. 2017. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/1201>. Acesso em: 28 dez. 2017.

SOMMERVILLE, Ian. **Engenharia de Software**. Tradução Ivan Bosnic, Kalinka G. de O. Gonçalves. 9. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2011.

SOUSA, Marcelo Cardoso. Estuário do Rio Vaza Barris. In: VALENTE, Renata *et al.* (org.). **Conservação de aves migratórias neárticas no Brasil**. Belém: Conservation International, 2011. p. 175-177.

SOUZA, Marcelo Lopes de. **Os conceitos Fundamentais da Pesquisa Sócio-espacial**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2013.

SPINOLA, Carolina de Andrade; CASTRO, Fernanda Meneses de Miranda; SILVA, Jorge Antônio Santos. A aplicabilidade do conceito de clusters para a governança do turismo em Salvador - Um estudo sobre a perspectiva dos residentes. **RDE - Revista de Desenvolvimento Econômico**, v. 15, n. 28, p. 46-57, dez. 2013. Disponível em: <http://www.revistas.unifacs.br/index.php/rde/article/view/2804>. Acesso em: 28 dez. 2017.

SVENSSON, Bo; NORDIN, Sara; FLAGESTAD, Arvid. A governance perspective on destination development-exploring partnerships, clusters and innovation systems. **Tourism Review**, v. 60, n. 2, p.32-37, 2005. Disponível em: <https://doi.org/10.1108/eb058455>. Acesso em: 28 dez. 2017.

TAN, Garry Wei-Han *et al.* Mobile applications in tourism: the future of the tourism industry?. **Industrial Management & Data Systems**, v. 117, n. 3, p. 560-581, 2017.

TAURION, Cezar. **Cloud computing**: Computação em nuvem: transformando o mundo da tecnologia da informação. São Paulo: Brasport, 2009.

THOMAZI, Sílvia Maria. **Cluster de Turismo**: introdução ao estudo de arranjo produtivo local. São Paulo: Aleph, 2006.

TIMOTHY, Dallen J. Participatory planning: A view of tourism in Indonesia. **Annals of Tourism Research**, Amsterdam, v. 26, n. 2, 371-391, 1999.

TOMAZZONI, Edegar Luís; COSTA, Juliana Soares. Ações estratégicas e visões dos atores do cluster de turismo da cidade de São Paulo. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTUR**, São Paulo, v. 9, n. 1, p. 3-21, jan./abr. 2015. Disponível em: <https://rbtur.org.br/rbtur/article/view/513>. Acesso em: 30 out. 2017.

TOMIO, Marialva; SCHMIDT, Carla Maria. Governança e Ações coletivas no Turismo Regional: a experiência dos Empreendedores da Região Oeste do Paraná. **Revista Turismo Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 16, n. 3, p. 710-739, set./dez. 2014. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/7747>. Acesso em 31 out. 2017.

TORRES, Gabriel. **Redes de Computadores**. 2. ed. rev. atual. Clube do Hardware, 2018.

TRENTIN, Fábila. Governança turística em destinos brasileiros: comparação entre Armação dos Búzios/RJ, Paraty/RJ e Bonito/MS. **PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, Universidad de La Laguna El Sauzal (Tenerife), España, v. 14, n. 3, p. 645-658, 2016. Disponível em: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88145925006>. Acesso em: 30 out. 2017.

VALLS, Josep-Francesc. **Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis**. Tradução Cristiano Vasques, Liana Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006.

VAN WOERKUM, Cees; AARTS, Noelle; VAN HERZELE, Ann. Changed planning for planned and unplanned change. **Planning Theory**, Thousand Oaks, California, v. 10, n. 2, p. 144-160, 2011. Disponível em: <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1177/1473095210389651?journalCode=plta>. Acesso em: 30 jul. 2017.

VIGNATI, Federico. **Gestão de destino turísticos**: como atrair pessoas para polos, cidades e países. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro, 2012.

VILAR, José Wellington Carvalho. A Zona de Expansão de Aracaju: contribuição ao estudo da urbanização litorânea de Sergipe. In: VILAR, José Wellington Carvalho; ARAÚJO, Hélio Mário de (org.). **Território, meio ambiente e turismo no litoral sergipano**. São Cristóvão-SE: Editora UFS, 2010.

XAVIER, Thiago Reis. **Governança dos atores locais em um cluster turístico: a associação de produtores de vinhos finos do vale dos vinhedos (APROVALE)**. 2016. 236 f. Tese (Doutorado em Administração) – Universidade Federal de Santa Maria, Santa Maria, 2016. Disponível em: <http://repositorio.ufsm.br/handle/1/3144?show=full>. Acesso em: 30 out. 2017.

XIANG, Zheng. From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. **Tourism Management Perspectives**, United States, v. 25, p. 147-150, jan. 2018. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2017.11.023>. Acesso em: 20 fev. 2018.

YOUELL, Ray. **Turismo**: uma introdução. São Paulo: Contexto, 2002.

ZHANG, Hanyu; ZHU, Mingfang. Tourism Destination Governance: A Review and Research Agenda. **International Journal of e-Education, e-Business, e-Management and e-Learning**, United States, v. 4, n. 2, p. 125-128, abr. 2014. Disponível em: <http://www.ijeeee.org/Papers/315-C048.pdf>. Acesso em: 30 out. 2017.

ZHANG, Jingwen *et al.* Advantages and challenges in using mobile apps for field experiments: A systematic review and a case study. **Mobile Media & Communication**, Thousand Oaks, California, v. 6, n. 2, p. 1-18 .179-196, 2017.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Modelo de roteiro de entrevista com iniciativa privada

IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____

Escolaridade: _____

Setor Privado. Segmento: _____

1 - Quais atividades realiza para o desenvolvimento do turismo na Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados e qual a contribuição da sua empresa para o turismo nessas áreas?

2 - Qual sua opinião sobre o desenvolvimento do turismo na Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados?

3 - Opiniões sobre o setor público no desenvolvimento do Turismo na Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados:

4 - Quais relações sua empresa mantém com as demais pessoas que trabalham com o turismo na Orla Pôr do Sol, Croa do Goré e Ilha dos Namorados? Existem parcerias, cooperativismo, integração, interação nas atividades, uns ajudam os outros?

5 - Quais normas, regras, procedimentos sugere para uma melhor organização das pessoas no desenvolvimento do turismo nessas áreas?

6 - O que acha de formarem um Conselho Administrativo com um representante de cada área de trabalho do turismo para desenvolver melhor a atividade?

7 - Quais são as capacitações/treinamentos que precisam ser realizados com frequência para oferecer um serviço melhor para o turista/visitante?

8 - O que acha de ter um aplicativo no celular com informações referente a esta organização das pessoas que trabalham com o turismo na Orla Pôr do Sol, Croa do Goré e Ilha dos Namorados?

9 - Como proposta de elaboração deste aplicativo, o que sugere que tenha nele?

APÊNDICE B – Modelo de roteiro de entrevista com representantes municipais/estaduais

IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____

Escolaridade: _____

Setor Público. Órgão: _____

1- Como está sendo realizada a administração do turismo na zona estuarina do Rio Vaza-Barris (Orla Pôr do Sol, Crôa do Goré e Ilha dos Namorados)?

- ações do município
- participação de outros órgãos/Estado
- iniciativa privada

2 - Quais relações mantém com as demais pessoas que trabalham com o turismo na zona estuarina do Rio Vaza-Barris? Existem parcerias, cooperativismo, integração, interação nas atividades?

3 - O que fazer para melhorar a integração e participação de todos no turismo desta área?

4 - Quais normas, regras, procedimentos devem ter para que o turismo se desenvolva melhor?

5 - Quais são as capacitações/treinamentos que precisam ser realizados com frequência para oferecer um serviço melhor para o turista/visitante?

6 - O que acha de formarem um Conselho Administrativo com um representante de cada área de trabalho do turismo fornecido?

7 – Como proposta de elaboração de um aplicativo para a governança do turismo, o que podem contribuir na sua construção?

8 – Como este aplicativo pode orientar/funcionar para prática de uma boa governança e gestão participativa?

APÊNDICE C – Modelo de roteiro de entrevista com terceiro setor - representantes da comunidade local

IDENTIFICAÇÃO

Nome: _____

Escolaridade: _____

Terceiro setor. Segmento: _____

1 - O senhor (a) realiza alguma atividade ligada ao turismo nos espaços turísticos da zona estuarina do Rio Vaza-Barris?

2 - Opiniões sobre o setor público no desenvolvimento do Turismo das áreas de estudo:

3 - O turismo nas áreas de estudo é prejudicial, por que? - O que não está bom?

4 - Quais ações devem ser tomadas para o turismo melhorar nas áreas de estudo?

5 - Quais normas, regras, procedimentos devem ter para que o turismo se desenvolva melhor?

6 - Quais relações mantém com as demais pessoas que trabalham com o turismo na zona estuarina do Rio Vaza-Barris? Existem parcerias, cooperativismo, integração, interação nas atividades?

7 - O que fazer para melhorar a integração e participação de todos no turismo desta área?

8 - O que acha de formarem um Conselho Administrativo com um representante de cada área de trabalho do turismo fornecido? Comente:

9 - Quais são as capacitações/treinamentos que precisam ser realizados com frequência para oferecer um serviço melhor para o turista/visitante?

10 - Como funciona ou deveria funcionar a gestão destes espaços turísticos? O senhor(a) sabe?

11 - Como está sendo administrado/gerido estes espaços turísticos?

APÊNDICE D – Termo de Consentimento Livre e Esclarecido (TCLE)

Este termo foi elaborado de acordo com as Normas da Resolução nº 466/2012 do Conselho Nacional de Saúde/Ministério da Saúde.

O(A) Sr.(a) está sendo convidado(a) a participar da pesquisa intitulada "Tecnologia Móvel para Governança Turística de Stakeholders" de responsabilidade da pesquisadora Leylane Meneses Martins, sob a orientação do prof. Dr. José Wellington Carvalho Vilar. O objetivo do trabalho é desenvolver um aplicativo de governança para os profissionais envolvidos com a gestão do turismo na zona estuarina do Rio Vaza-Barris, Bairro Mosqueiro na capital sergipana Aracaju. Esta pesquisa faz parte do Mestrado do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo (PPMTUR) do Instituto Federal de Sergipe (IFS). A importância do tema está associada com a possibilidade de organizar a área estudada em função dos interesses do turismo de forma planejada, ordenada, coletiva e inovadora. O presente estudo servirá de orientação ao poder público nas esferas municipal e estadual, comunidade local e iniciativa privada, a fim de que despertem o desenvolvimento participativo, integrado e ordenado do turismo.

A metodologia utilizada será baseada na pesquisa científica de natureza aplicada através do método indutivo, caracterizada pela natureza qualitativa a partir do trabalho de campo com as técnicas da observação *in loco* e por meio de roteiros de entrevistas com gestores públicos de turismo do estado e do município, representantes de conselhos e associações e empreendedores locais da iniciativa privada.

Solicitamos vossa colaboração para participar do roteiro de entrevistas, como também sua autorização para apresentar os resultados desse estudo. O roteiro de entrevistas será arquivado junto à equipe executora e ficará disponível para acesso a qualquer momento, num período máximo de cinco anos. Os dados coletados serão utilizados somente para os fins dessa pesquisa e serão tratados com o mais absoluto sigilo e confidencialidade, de modo a preservar a sua identidade.

Informamos que essa pesquisa não oferece riscos de cunho físico e/ou biológico para sua saúde, porém apresenta riscos mínimos referentes a um possível constrangimento em responder algum questionamento e de desconforto pelo tempo despendido para participar do questionário.

Vossa Senhoria é livre para recusar-se a participar, retirar seu consentimento ou interromper a participação a qualquer momento. A vossa participação é voluntária e a recusa em participar não irá acarretar qualquer penalidade. Ao final da entrevista, o(a) senhor(a) receberá uma via deste documento.

Em caso de dúvidas ou necessidade de algum esclarecimento, o(a) senhor(a) poderá entrar em contato com a pesquisadora Leylane Meneses Martins ou com o Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) do IFS.

Declaro que concordo em participar desse estudo. Recebi uma via deste termo de consentimento livre e esclarecido e me foi dada a oportunidade de ler e esclarecer as minhas dúvidas.

Aracaju/SE, ____ de _____ de 2018.

Assinatura do(a) Participante/Responsável/Entrevistado(a)

Nome completo:

CPF:

Assinatura do Pesquisador Responsável

CPF:

Pesquisador responsável: Leylane Meneses Martins

Endereço:

Telefone:

E-mail:

Dados do Comitê de Ética em Pesquisa do IFS:

Coordenador do Comitê de Ética: José Espínola da Silva Júnior

Endereço: Av. Jorge Amado, 1551, Loteamento Garcia, Bairro Jardins, Aracaju/SE.

Reitoria/PROPEX/2º andar – CEP: 49025-330

Horário de Atendimento: Segunda-feira à sexta-feira, das 8h às 12h

Telefone (79) 3711-1437 // (79) 3711-1422

E-mail: cep@ifs.edu.br

APÊNDICE E – Autorização de Uso de Imagem, Som de Voz e Nome do entrevistado

Eu, abaixo assinado e identificado, autorizo o uso de minha imagem, som da minha voz e nome por mim revelados em depoimento pessoal concedido e, além de todo e qualquer material entre fotos e documentos por mim apresentados, para compor a **dissertação de Mestrado intitulada TECNOLOGIA MÓVEL PARA GOVERNANÇA TURÍSTICA DE STAKEHOLDERS a ser produzida por Leylane Meneses Martins, aluna do Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo no Instituto Federal de Sergipe - IFS**. E que estas sejam destinadas à divulgação ao público em geral e/ou para formação de acervo acadêmico.

A presente autorização abrange os usos acima indicados tanto em mídia impressa (livros, catálogos, revista, jornal, entre outros) como também em mídia eletrônica, Internet, Banco de Dados Informatizado Multimídia, DVD (“digital vídeo disc”), suportes de computação gráfica em geral e/ou divulgação científica de pesquisas e relatórios para arquivamento e formação de acervo acadêmico, sem qualquer ônus ao IFS ou terceiros por essa expressamente autorizados, que poderão utilizá-los em todo e qualquer projeto e/ou obra de natureza sociocultural voltada à preservação da memória, em todo território nacional e no exterior.

Por esta ser a expressão da minha vontade declaro que autorizo o uso acima descrito sem que nada haja a ser reclamado a título de direitos conexos a minha imagem ou som de voz, ou a qualquer outro, e assino a presente autorização.

Aracaju, ____ de _____ de 2018.

Assinatura do(a) Participante/Responsável/Entrevistado(a)

| |
|---|
| Nome: |
| Endereço: |
| CPF nº: |
| Telefone/E-mail para contato: |
| Nome do Representante Legal (se menor): |

APÊNDICE F – Modelo de avaliação dos turistas/visitantes para os Agentes Sociais

Olá! Seja bem-vindo!

Após conhecer os nossos serviços, queremos saber as suas impressões e contribuições.
A sua avaliação é muito importante para nós!

Quando experimentou nossos serviços?

| | |
|-----|-----|
| | |
| mês | ano |

Quais aspectos você mais gostou?

| | |
|--------------------------|--|
| Qualidade do Atendimento | |
| Aparência da equipe | |
| Preços | |
| Instalações | |
| Equipamentos | |
| Localização | |
| Limpeza | |

Avalie a sua experiência, selecionando a quantidade de estrelas:



0/5

Comentários (opcional). O que podemos melhorar?

Compartilhe conosco sua experiência!

ENVIAR

APÊNDICE G – Modelo de formulário de fiscalização pública

Data:

| | |
|------------|--|
| CPF / CNPJ | |
| Nome | |
| Nº Alvará | |

| | |
|--------------|------------------|
| Fiscalização | Regular |
| | Irregular |

Motivo da Irregularidade:

- Alvará vencido, multa aplicada.
- Local inadequado.
- Estabelecimento fechado em horário comercial.

ENVIAR

APÊNDICE H – Modelo de ata de reunião.

| | | |
|--|---------------------------------|--------------------|
| Ata nº. | | |
| Data: | | |
| Local: | | |
| Horário de início: | Horário de término: | |
| Objetivo da reunião: | | |
| Desenvolvimento/Registros/Decisões: | | |
| Plano de ação: | | |
| Atividade proposta | Prazo | Responsável |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| CIENTE | Participantes presentes: | |

ANEXOS

ANEXO A – Documento de processo de registro de marca no INPI.

| BRASIL | | Acesso à informação | | Participe | | Serviços | | Legislação | | Canais | |
|---|--|---|-----|-------------------------|--|---|--|------------------|----------|--------|-----|
| Instituto Nacional da Propriedade Industrial Ministério da Economia | | | | | | | | | | | |
| Consulta à Base de Dados do INPI | | | | | | | | | | | |
| [Início Ajuda?] | | | | | | | | | | | 1/0 |
| » Consultar por: No.Processo Marca Titular Cód. Figura] | | | | | | | | | | | |
| Marca | | | | | | | | | | | |
| Nº do Processo: | 916520307 | | | | | | | | | | |
| Marca: | Gtur | | | | | | | | | | |
| Situação: | Aguardando prazo de apresentação de oposição | | | | | | | | | | |
| Apresentação: | Mista | | | | | | | | | | |
| Natureza: | De Produto | | | | | | | | | | |
|  | | | | | | | | | | | |
| Classe Nice | | | | | | | | | | | |
| Código | Especificação | | | | | | | | | | |
| NCL(11) 09 | Aplicativos, baixáveis; | | | | | | | | | | |
| Classificação Internacional de Viena- CFE(4) | | | | | | | | | | | |
| Código | Descrição | | | | | | | | | | |
| 2.1.1 | Cabeças, bustos | | | | | | | | | | |
| 27.5.17 | Letras em caracteres cheios | | | | | | | | | | |
| 27.5.23 | Várias letras | | | | | | | | | | |
| 29.1.13 | Três cores predominantes | | | | | | | | | | |
| Representantes | | | | | | | | | | | |
| Nome | | | | | | | | | | | |
| Titular(1): | INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE | | | | | | | | | | |
| Procurador: | NÃO DEFINIDO | | | | | | | | | | |
| Datas | | | | | | | | | | | |
| Data de Depósito | | | | Data de Concessão | | | | Data de Vigência | | | |
| 04/01/2019 | | | | | | | | | | | |
| Petições | | | | | | | | | | | |
| Pgo | Protocolo | Data | Img | Serviço | Cliente | | | | Delivery | Data | |
| ✓ | 850190001695 | 04/01/2019 | - | 389 | INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE | | | | | - | |
| Publicações | | | | | | | | | | | |
| RPI | Data RPI | Despacho | Img | Complemento do Despacho | | | | | | | |
| 2510 | 12/02/2019 | Publicação de pedido de registro para oposição (exame formal concluído) | - | | | | | | | | |
| Dados atualizados até 12/02/2019 - Nº da Revista: 2510 | | | | | | | | | | | |
| Rua Mayrink Veiga, 9 - Centro - RJ - CEP: 20090-910 | | | | | |  | | | | | |

ANEXO B – Declaração para registro do inventor para empresa representante titular.



DECLARAÇÃO DO INVENTOR

GTur

O abaixo assinado **Leylane Meneses Martins**, CPF: **028685055-97** domiciliado na rua T, Nº 90, complemento: **Residencial Caminho dos Ventos, Bl. Brisa, Apt 308**, tendo conhecimento do pedido de Depósito de Patente, a ser feito em nome do INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO CIÊNCIA E TECNOLOGIA DE SERGIPE, com sede à Avenida Jorge Amado, 1551 – Loteamento Garcia, Bairro Jardins- Aracaju / Sergipe - CEP.: 49025-330, Aracaju/Sergipe, registrada no CNPJ sob o nº 10.728.444/0001-00, nos termos do artigo 6º e do artigo 88 da Lei 9.279 de 14/05/96, DECLARA que nada tem a opor e dá pleno consentimento a que o Instituto Nacional da Propriedade Industrial, conceda à aludida Instituição, tal Marca.

Aracaju 23 de Outubro de 2018.

Leylane Meneses Martins

Nome do Inventor

Testemunhas:

1. Lucas Fernando Aguiar Santos
2. José Romão dos Santos Silva

ANEXO C – Documento com os dados da tábua de maré de Sergipe, cidade Aracaju.

| 90 CAPITANIA DOS PORTOS DE SERGIPE (ESTADO DE SERGIPE) - 2019 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|------|-----|--------------|------|-----|--------------|------|------------------------|--------------|------|------|--------------|------|------|--------------|--------------------|------|--------------|------|------|--------------|------|------|------------|-----|--|--|--|--|--|--|
| Latitude 10° 55'.2 S | | | | | | | | Longitude 037° 02'.8 W | | | | | | | | Fuso +03.0 horas | | | | | | | | | | | | | | | |
| DHN | | | | | | | | 14 Componentes | | | | | | | | Nível Médio 1.16 m | | | | | | | | Carta 1003 | | | | | | | |
| Maio | | | | | | Junho | | | | | | Julho | | | | | | Agosto | | | | | | | | | | | | | |
| HORA ALT | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | HORA ALT (m) | | | | | | | | | | |
| (m) | | | (m) | | | (m) | | | (m) | | | (m) | | | (m) | | | (m) | | | (m) | | | | | | | | | | |
| 01 | 0215 | 1.8 | 17 | 0300 | 2.1 | 01 | 0243 | 2.0 | 17 | 0356 | 2.0 | 01 | 0254 | 2.0 | 17 | 0419 | 2.0 | 01 | 0408 | 2.2 | 17 | 0506 | 2.0 | | | | | | | | |
| QUA | 0823 | 0.5 | SEX | 0909 | 0.1 | SAB | 0902 | 0.3 | SEG | 1011 | 0.2 | SEG | 0919 | 0.2 | QUA | 1038 | 0.2 | QUI | 1032 | 0.0 | SAB | 1123 | 0.2 | | | | | | | | |
| 1426 | 1.9 | | 1521 | 2.2 | | 1502 | 2.0 | | 1626 | 2.0 | | 1523 | 2.0 | 1651 | 1.9 | | 1643 | 2.2 | | 1728 | 1.9 | | 1728 | 1.9 | | | | | | | |
| 2041 | 0.3 | | 2134 | 0.1 | | 2121 | 0.3 | | 2228 | 0.4 | | 2141 | 0.3 | 2251 | 0.4 | | 2251 | 0.1 | | 2338 | 0.3 | | 2338 | 0.3 | | | | | | | |
| 02 | 0249 | 1.9 | 18 | 0339 | 2.1 | 02 | 0319 | 2.0 | | | | 02 | 0338 | 2.1 | 18 | 0454 | 2.0 | | | | 18 | 0536 | 2.0 | | | | | | | | |
| QUI | 0858 | 0.3 | SAB | 0953 | 0.1 | DOM | 0941 | 0.2 | Z | | | TER | 1002 | 0.1 | QUI | 1111 | 0.3 | & | | | DOM | 1156 | 0.3 | | | | | | | | |
| 1500 | 2.0 | | 1602 | 2.1 | | 1541 | 2.0 | | | | 1541 | 2.0 | | 1723 | 1.9 | | 1609 | 2.1 | | 1800 | 1.9 | | 1800 | 1.9 | | | | | | | |
| 2113 | 0.3 | | 2211 | 0.2 | | 2200 | 0.2 | | 18 | 0432 | 2.0 | | 2221 | 0.2 | 2323 | 0.4 | | 2251 | 0.1 | | 19 | 0008 | 0.4 | | | | | | | | |
| 03 | 0319 | 2.0 | | | | 03 | 0356 | 2.1 | TER | 1053 | 0.2 | | 19 | 0526 | 2.0 | | 03 | 0539 | 2.3 | | 19 | 0008 | 0.4 | | | | | | | | |
| SEX | 0932 | 0.3 | Z | | | SEG | 1017 | 0.1 | 1704 | 1.9 | | & | SEX | 1149 | 0.3 | | SEX | 1113 | -0.1 | | SEG | 0608 | 2.0 | | | | | | | | |
| 1532 | 2.0 | | | | | 1621 | 2.1 | | 2304 | 0.4 | | | 1756 | 1.9 | | 2334 | 0.1 | | 1728 | 2.2 | | 1230 | 0.3 | | | | | | | | |
| 2151 | 0.2 | | 19 | 0415 | 2.1 | 2239 | 0.2 | | 19 | 0508 | 2.0 | | 03 | 0419 | 2.1 | | 03 | 0539 | 2.3 | | 1832 | 1.9 | | 1832 | 1.9 | | | | | | |
| 04 | 0349 | 2.0 | DOM | 1030 | 0.1 | & | | | QUA | 1130 | 0.3 | | QUA | 1047 | 0.0 | | SAB | 1200 | 0.0 | | 20 | 0045 | 0.4 | | | | | | | | |
| SAB | 1004 | 0.2 | 1641 | 2.1 | | 1741 | 1.9 | | 1741 | 1.9 | | 1656 | 2.1 | 1223 | 0.3 | | 1813 | 2.1 | | TER | 0645 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 1604 | 2.1 | | 2251 | 0.2 | | 2343 | 0.4 | | 20 | 0545 | 1.9 | | 2304 | 0.2 | 1832 | 1.8 | | 04 | 0015 | 0.2 | | 1304 | 0.4 | | | | | | | | |
| 2221 | 0.2 | | 20 | 0451 | 2.1 | 04 | 0434 | 2.1 | 20 | 0545 | 1.9 | | 04 | 0504 | 2.2 | | 21 | 0038 | 0.5 | | 1908 | 1.8 | | 1908 | 1.8 | | | | | | |
| & | | | SEG | 1108 | 0.1 | TER | 1058 | 0.1 | QUI | 1208 | 0.3 | | QUI | 1130 | 0.0 | | DOM | 0639 | 1.9 | | 21 | 0121 | 0.5 | | | | | | | | |
| | | | 1719 | 2.0 | | 1704 | 2.1 | | 1819 | 1.8 | | 2351 | 0.2 | 2351 | 0.2 | | 1909 | 1.8 | | DOM | 0626 | 2.2 | | | | | | | | | |
| | | | 2324 | 0.3 | | 2317 | 0.3 | | 21 | 0021 | 0.5 | | 05 | 0553 | 2.2 | | 22 | 0115 | 0.5 | | 22 | 0206 | 0.6 | | | | | | | | |
| 05 | 0419 | 2.1 | 21 | 0526 | 2.0 | 05 | 0515 | 2.1 | SEX | 0624 | 1.9 | | 05 | 0553 | 2.2 | | 22 | 0115 | 0.5 | | 22 | 0206 | 0.6 | | | | | | | | |
| DOM | 1039 | 0.2 | TER | 1149 | 0.2 | QUA | 1141 | 0.1 | 1249 | 0.4 | | SEX | 1215 | 0.1 | | SEG | 0721 | 1.8 | | 22 | 0206 | 0.6 | | | | | | | | | |
| 1639 | 2.1 | | 1758 | 1.9 | | 1751 | 2.0 | | 1900 | 1.7 | | 1832 | 2.0 | 1343 | 0.5 | | 1949 | 2.0 | | QUI | 0815 | 1.7 | | | | | | | | | |
| 2258 | 0.2 | | 22 | 0002 | 0.4 | 06 | 0000 | 0.3 | 22 | 0102 | 0.6 | | 06 | 0036 | 0.3 | | 1954 | 1.7 | | 06 | 0153 | 0.3 | | 2047 | 1.7 | | | | | | |
| 06 | 0453 | 2.1 | QUA | 0604 | 1.9 | QUI | 0600 | 2.1 | SAB | 0708 | 1.8 | | SAB | 0643 | 2.1 | | 23 | 0200 | 0.6 | | 23 | 0302 | 0.6 | | | | | | | | |
| SEG | 1113 | 0.2 | 1226 | 0.3 | | 1226 | 0.2 | | 1332 | 0.5 | | 1304 | 0.1 | TER | 0808 | 1.8 | | TER | 0809 | 2.0 | | 23 | 0302 | 0.6 | | | | | | | |
| 1715 | 2.1 | | 1839 | 1.8 | | 1841 | 2.0 | | 1949 | 1.7 | | 1923 | 2.0 | 1428 | 0.6 | | 2043 | 1.8 | | TER | 0809 | 2.0 | | | | | | | | | |
| 2334 | 0.3 | | 23 | 0043 | 0.5 | 07 | 0049 | 0.4 | 23 | 0151 | 0.7 | | 07 | 0124 | 0.4 | | 2043 | 1.7 | | 07 | 0251 | 0.5 | | 2153 | 1.6 | | | | | | |
| 07 | 0528 | 2.0 | QUI | 0645 | 1.8 | SEX | 0653 | 2.0 | DOM | 0758 | 1.7 | | DOM | 0738 | 2.0 | | 24 | 0253 | 0.7 | | 07 | 0251 | 0.5 | | | | | | | | |
| TER | 1154 | 0.2 | 1309 | 0.4 | | 1317 | 0.2 | | 1421 | 0.6 | | 1358 | 0.2 | QUA | 0902 | 1.7 | | 24 | 0253 | 0.7 | | 22 | 0206 | 0.6 | | | | | | | |
| 1758 | 2.0 | | 1924 | 1.7 | | 1939 | 1.9 | | 2041 | 1.6 | | 2019 | 1.9 | 1524 | 0.6 | | 2143 | 1.7 | | QUA | 0909 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 08 | 0011 | 0.3 | 24 | 0126 | 0.7 | 08 | 0143 | 0.5 | 24 | 0245 | 0.7 | | 08 | 0219 | 0.4 | | 2141 | 1.6 | | 1526 | 0.5 | | 2047 | 1.7 | | | | | | | |
| QUA | 0609 | 2.0 | SEX | 0734 | 1.7 | SAB | 0753 | 1.9 | SEG | 0854 | 1.7 | | SEG | 0838 | 2.0 | | V | | | C | 1526 | 0.5 | | | | | | | | | |
| 1238 | 0.2 | | 1400 | 0.6 | | 1415 | 0.3 | | 1519 | 0.6 | | 1458 | 0.3 | 1428 | 0.6 | | 2043 | 1.8 | | 07 | 0251 | 0.5 | | | | | | | | | |
| 1847 | 1.9 | | 2023 | 1.6 | | 2043 | 1.8 | | 2141 | 1.6 | | 2119 | 1.8 | 2043 | 1.7 | | 2143 | 1.7 | | QUA | 0909 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 09 | 0058 | 0.4 | 25 | 0221 | 0.8 | 09 | 0245 | 0.6 | 25 | 0351 | 0.7 | | 09 | 0323 | 0.5 | | 25 | 0356 | 0.7 | | 1526 | 0.5 | | | | | | | | | |
| QUI | 0658 | 1.9 | SAB | 0834 | 1.6 | DOM | 0858 | 1.9 | TER | 0958 | 1.6 | | TER | 0941 | 1.9 | | QUI | 1006 | 1.7 | | 2143 | 1.7 | | | | | | | | | |
| 1326 | 0.3 | | 1502 | 0.7 | | 1523 | 0.4 | | 1626 | 0.6 | | 1604 | 0.4 | 1634 | 0.7 | | 2243 | 1.6 | | 1526 | 0.5 | | | | | | | | | | |
| 1945 | 1.8 | | 2130 | 1.6 | | 2151 | 1.8 | | 2243 | 1.6 | | 2223 | 1.8 | 2243 | 1.6 | | 26 | 0509 | 0.7 | | 2143 | 1.7 | | | | | | | | | |
| 10 | 0153 | 0.6 | 26 | 0332 | 0.8 | 10 | 0356 | 0.6 | V | | | | C | | | | 26 | 0509 | 0.7 | | 2143 | 1.7 | | | | | | | | | |
| SEX | 0758 | 1.8 | DOM | 0945 | 1.6 | SEG | 1008 | 1.9 | 26 | 0500 | 0.7 | | 10 | 0434 | 0.5 | | 26 | 0509 | 0.7 | | 26 | 0019 | 1.7 | | | | | | | | |
| 1428 | 0.4 | | 1615 | 0.7 | | 1638 | 0.4 | | | | | | QUA | 1051 | 1.8 | | 27 | 0621 | 0.6 | | 26 | 0019 | 1.7 | | | | | | | | |
| 2054 | 1.8 | | 2241 | 1.6 | | 2258 | 1.8 | | | | | | 1715 | 0.5 | | 27 | 0621 | 0.6 | | 27 | 0124 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 11 | 0300 | 0.6 | | | | QUA | 1102 | 1.6 | | | | | 2326 | 1.8 | | SAB | 1854 | 0.6 | | 27 | 0124 | 1.9 | | | | | | | | | |
| SAB | 0911 | 1.8 | V | | | 1734 | 0.6 | | 1734 | 0.6 | | 1715 | 0.5 | SAB | 1221 | 1.7 | | 1854 | 0.6 | | 27 | 0124 | 1.9 | | | | | | | | |
| 1545 | 0.5 | | 27 | 0454 | 0.8 | C | | | 2341 | 1.7 | | 2326 | 1.8 | 1854 | 0.6 | | 11 | 0109 | 1.7 | | 27 | 0124 | 1.9 | | | | | | | | |
| 2211 | 1.7 | | SEG | 1058 | 1.6 | 11 | 0508 | 0.6 | 27 | 0606 | 0.7 | | 11 | 0547 | 0.5 | | 11 | 0109 | 1.7 | | 27 | 0124 | 1.9 | | | | | | | | |
| C | | | 1732 | 0.7 | | TER | 1119 | 1.9 | QUI | 1202 | 1.7 | | QUI | 1200 | 1.8 | | DOM | 0736 | 0.5 | | 28 | 0219 | 2.0 | | | | | | | | |
| | | | 2347 | 1.6 | | 1751 | 0.4 | | 1836 | 0.6 | | 1823 | 0.5 | DOM | 0721 | 0.5 | | 1354 | 1.7 | | 28 | 0219 | 2.0 | | | | | | | | |
| 12 | 0421 | 0.7 | 28 | 0604 | 0.7 | 12 | 0002 | 1.8 | 28 | 0036 | 1.7 | | 12 | 0030 | 1.8 | | 1951 | 0.5 | | 1958 | 0.6 | | 28 | 0219 | 2.0 | | | | | | |
| DOM | 1032 | 1.8 | TER | 1202 | 1.6 | QUA | 0617 | 0.5 | SEX | 0702 | 0.6 | | SEX | 0653 | 0.5 | | 29 | 0145 | 1.9 | | 12 | 0206 | 1.8 | | | | | | | | |
| 1706 | 0.5 | | 1832 | 0.6 | | 1224 | 1.9 | | 1300 | 1.8 | | 1304 | 1.8 | SEG | 0813 | 0.3 | | 29 | 0145 | 1.9 | | 12 | 0206 | 1.8 | | | | | | | |
| 2328 | 1.8 | | 29 | 0041 | 1.7 | 1853 | 0.4 | | 1926 | 0.5 | | 1921 | 0.5 | 1419 | 1.9 | | 2039 | 0.4 | | 13 | 0253 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 13 | 0543 | 0.6 | QUA | 0700 | 0.6 | 13 | 0100 | 1.9 | 29 | 0124 | 1.8 | | 13 | 0126 | 1.8 | | 2039 | 0.4 | | 13 | 0253 | 1.9 | | | | | | | | | |
| SEG | 1147 | 1.8 | 1256 | 1.7 | | QUI | 0715 | 0.4 | SAB | 0753 | 0.4 | | SAB | 0751 | 0.4 | | 30 | 0236 | 2.0 | | 13 | 0253 | 1.9 | | | | | | | | |
| 1819 | 0.4 | | 1921 | 0.5 | | 1324 | 1.9 | | 1351 | 1.9 | | 2011 | 0.5 | 1402 | 1.8 | | 30 | 0236 | 2.0 | | 13 | 0253 | 1.9 | | | | | | | | |
| 14 | 0036 | 1.8 | 30 | 0126 | 1.8 | 14 | 0151 | 1.9 | 30 | 0209 | 1.9 | | 14 | 0217 | 1.9 | | TER | 0902 | 0.2 | | 14 | 0330 | 1.9 | | | | | | | | |
| TER | 0649 | 0.5 | QUI | 0745 | 0.5 | SEX | 0806 | 0.3 | DOM | 0838 | 0.3 | | DOM | 0838 | 0.3 | | 1419 | 1.9 | | 14 | 0330 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 1253 | 1.9 | | 1343 | 1.8 | | 1417 | 2.0 | | 1438 | 1.9 | | 1454 | 1.9 | 2056 | 0.4 | | 2039 | 0.4 | | 14 | 0330 | 1.9 | | | | | | | | | |
| 1917 | 0.3 | | 2004 | 0.4 | | 2030 | 0.3 | | 2058 | 0.3 | | 2056 | 0.4 | QUA | 0949 | 0.0 | | 2123 | 0.3 | | 14 | 0330 | 1.9 | | | | | | | | |
| 15 | 0130 | 1.9 | 31 | 0206 | 1.9 | 15 | 0236 | 2.0 | | | | | 15 | 0302 | 1.9 | | 2206 | 0.2 | | 15 | 0404 | 2.0 | | | | | | | | | |
| QUA | 0743 | 0.3 | SEX | 0824 | 0.4 | SAB | 0853 | 0.2 | | | | | SEG | 0919 | 0.3 | | | | | | 15 | 0404 | 2.0 | | | | | | | | |
| 1349 | 2.0 | | 1423 | 1.9 | | 1504 | 2.0 | | | | | | 1538 | 1.9 | | | | | | | 15 | 0404 | 2.0 | | | | | | | | |
| 2008 | 0.2 | | 2045 | 0.3 | | 2111 | 0.3 | | | | | | 2138 | 0.4 | | | | | | | 15 | 0404 | 2.0 | | | | | | | | |
| 16 | 0217 | 2.0 | | | | 16 | 0317 | 2.0 | | | | | 16 | 0343 | 2.0 | | | | | | 16 | 0436 | 2.0 | | | | | | | | |
| QUI | 0828 | 0.2 | | | | DOM | 0934 | 0.2 | | | | | 16 | 0343 | 2.0 | | | | | | 16 | 0436 | 2.0 | | | | | | | | |
| 1438 | 2.1 | | | | | 1547 | 2.0 | | | | | | 16 | 0343 | 2.0 | | | | | | 16 | 0436 | 2.0 | | | | | | | | |
| 2054 | 0.1 | | | | | 2153 | 0.3 | | | | | | 16 | 0343 | 2.0 | | | | | | | | | | | | | | | | |

