



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO TOCANTINS
CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE ARRAIAS
CURSO DE TURISMO PATRIMONIAL E SOCIOAMBIENTAL**

JÚNIOR CASTRO COSTA

**UM ESTUDO SOBRE AS PROPOSTAS DE COMUNICAÇÃO DA
CENTRAL DE ATENDIMENTO AO TURISTA – CAT PARA O
DESENVOLVIMENTO DA ATIVIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE
ARRAIAS TOCANTINS**

**ARRAIAS – TO
2018**

JÚNIOR CASTRO COSTA

Um estudo sobre as propostas de comunicação da Central de Atendimento ao Turista – CAT para o desenvolvimento da atividade turística no município de Arraias Tocantins

Relatório Técnico Científico apresentado à UFT - Universidade Federal do Tocantins, campus universitário de Arraias para obtenção do título de tecnólogo em Turismo Patrimonial e Socioambiental sob orientação do professor Filipe Vieira de Oliveira.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
Sistema de Bibliotecas da Universidade Federal do Tocantins

C837e Costa, Júnior Castro.
Um estudo sobre as propostas de comunicação da Central de Atendimento ao Turista – CAT para o desenvolvimento da atividade turística no município de Arraias Tocantins. / Júnior Castro Costa. – Arraias, TO, 2018.
50 f.

Monografia Graduação - Universidade Federal do Tocantins – Câmpus Universitário de Arraias - Curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental, 2018.
Orientador: Filipe Vieira de Oliveira

1. Arraias. 2. Turismo. 3. Central de Atendimento ao Turista. 4. Tecnologias da informação e comunicação. I. Título

CDD 338.47

TODOS OS DIREITOS RESERVADOS – A reprodução total ou parcial, de qualquer forma ou por qualquer meio deste documento é autorizado desde que citada a fonte. A violação dos direitos do autor (Lei nº 9.610/98) é crime estabelecido pelo artigo 184 do Código Penal.

Elaborado pelo sistema de geração automática de ficha catalográfica da UFT com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).

JÚNIOR CASTRO COSTA

Relatório Técnico Científico
apresentado à UFT - Universidade
Federal do Tocantins como pré-
requisito para do título de Tecnólogo
em Turismo Patrimonial e
Socioambiental e aprovada em sua
forma final pelo Orientador e pela
Banca Examinadora.

Data de aprovação 19 / 06 / 2018

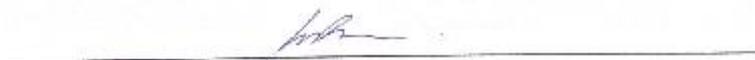
Banca examinadora



Prof. Ms. Filipe Vieira de Oliveira – Universidade Federal do Tocantins – UFT
(Orientador)



Profa. Ms. Edilene Adelino Pequeno – Universidade Federal do Tocantins



Ana Paula Rosa Rodrigues – Universidade de São Paulo – USP

A minha família que sempre me estimulou e deu condições para que eu alcançasse esse objetivo. Em especial aos meus pais, Celson Ribeiro Costa e Edilene Castro Cunha.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, por estar sempre ao meu lado, e pela força e ânimo que concedeu em dias difíceis tornando possível a realização do meu sonho.

A todos os meus professores do curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental, mestres que ao meu lado tiveram grande paciência e sabedoria não medindo esforços para ensinarem e orientarem, ajudando a tornar possível este sonho tão especial. Por isso, a todos agradeço do fundo do meu coração.

Ao meu orientador, professor Filipe Viera Oliveira, pela paciência e instrução durante este caminho.

A minha família pela luta incessante dia pós dia para que eu pudesse concretizar este objetivo. Por isso, aqui deixo minha eterna gratidão.

Aos meus colegas de turma, pelos momentos inesquecíveis de estudos, viagens e amizades.

Aos meus amigos pelo apoio e incentivo durante a minha trajetória acadêmica, e a todos aqueles que estiveram sempre ao meu lado.

RESUMO

O objetivo deste trabalho é discutir a relação entre turismo e as novas formas de comunicação como ferramenta de disseminação da atividade turística no município de Arraias, tendo como premissa a implantação da Central de Atendimento ao Turista – CAT nas dependências do Museu Histórico e Cultural de Arraias – MHCA. Para isso, faz-se discussões acerca do turismo e do turismo receptivo, tema muito discutido, principalmente devido ao seu potencial em termos de crescimento econômico e geração de renda local. Foram realizadas pesquisas qualitativas, descritivas e a coleta de dados secundários a fim de entender a dinâmica turística em Arraias/TO. No decorrer da pesquisa foi possível perceber que o uso de diversas ferramentas de comunicação, em especial as redes sociais serviram para o fortalecimento da informação turística arraiana, e como consequência a disseminação da cultura e dos potenciais atrativos turísticos do município com um alto alcance em um curto período de tempo, e que caso este destino venha a se consolidar, a CAT já terá uma vasta abrangência de usuários, haja vista a firmação da era tecnológica. Além disso, o próprio suporte virtual que a central pode oferecer para as pessoas que desejem visitar a cidade é um elemento fundamental para o desenvolvimento do turismo no município. O trabalho apresenta também, outras ferramentas de comunicação elaboradas no âmbito do estágio acadêmico realizado no MHCA. Estas iniciativas, desde que acatadas como políticas duradouras notadamente favorecerá a implantação da atividade turística, servindo como ponto de partida de desenvolvimento deste setor em Arraias.

Palavras Chaves: Arraias. Turismo. Central de Atendimento ao Turista. Tecnologias da informação e comunicação.

ABSTRACT

The objective of this work is to discuss the relationship between tourism and new forms of communication as a tool for dissemination of tourism activity in the municipality of Arraias, based on the implementation of the Tourist Assistance Center - CAT in the dependencies of the Historical and Cultural Museum of Arraias - MHCA. For this, there are discussions about tourism and receptive tourism, a theme much discussed, mainly due to its potential in terms of economic growth and local income generation. Qualitative, descriptive researches and secondary data collection were carried out in order to understand the tourist dynamics in Arraias / TO. In the course of the research it was possible to perceive that the use of several communication tools, especially social networks, served to strengthen the tourist information in Arraias and as a consequence the dissemination of the culture and the potential tourist attractions of the municipality with a high reach in a short time, and that if this destination consolidates, CAT will already have a wide range of users, given the signature of the technological era. In addition, the virtual support that the center can offer for people who wish to visit the city is a fundamental element for the development of tourism in the municipality. The paper also presents other communication tools developed within the scope of the academic internship at MHCA. These initiatives, which are seen as lasting policies, will notably favor the deployment of tourism, serving as a starting point for the development of this sector in Arraias.

Keywords: Arraias. Tourism. Tourist Information Center. Information and Communication Technologies.

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	10
2. OBJETIVOS	13
2.1 Objetivo geral	13
2.2 Objetivos específicos.....	13
3.METODOLOGIA DE PESQUISA.....	13
3.1 O projeto de extensão: Estudo para a implementação e gestão da Central de Atendimento ao Turista - CAT no Museu Histórico e Cultural de Arraias, Tocantins.	15
3.2 O que é o Projeto?	15
4.TURISMO E COMUNICAÇÃO	18
4.1Turismo: conceitos e definições para a compreensão do fenômeno social.	18
4.2Turismo receptivo	24
4.3Tecnologias da informação e comunicação (TIC's) e turismo	26
4.3.1 As redes sociais	29
5. ARRAIAS, UM LUGAR TURÍSTICO?	32
5.1 Breve histórico de Arraias.....	32
5.2 O turismo em Arraias.....	35
5.3A estrutura turística em Arraias	36
6. CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RECEPTIVO EM ARRAIAS.....	39
7. Considerações finais	46
Referências	48

1. INTRODUÇÃO

O presente relatório apresenta as ações que foram desenvolvidas no período de estágio acadêmico do curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental da Universidade Federal do Tocantins campus de Arraias. Este estágio ocorreu dentro do projeto de extensão: Estudo para a implementação e gestão da Central de Atendimento ao Turista – CAT no Museu Histórico e Cultural de Arraias – TO sob coordenação do docente Filipe Viera de Oliveira com a perspectiva de utilizar o espaço o Museu Histórico e Cultural de Arraias - MHCA como um possível suporte aos visitantes que chegam em nossa cidade.

Vale ressaltar que este projeto da CAT é fruto da realização de um outro projeto, oriundo da parceria entre a Universidade Federal do Tocantins, Prefeitura Municipal de Arraias e o Estado do Tocantins por meio da Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência e Tecnologia, Turismo e Cultura – SEDEN. Sendo o projeto de Gestão e Uso do Museu Histórico e Cultural de Arraias: Identidades e Memórias 2018 quem responde e desenvolve as atividades pertinentes ao MHCA.

De modo que o objetivo do projeto de implantação da CAT se trata de potencializar Arraias como um possível portal de entrada dos visitantes no município, que adentram o estado pela região central do Brasil.

Mas se tratando de uma iniciativa voluntária, não houve investimentos para o desenvolvimento das ações pertinentes a mesma, o que coube a utilização dos recursos cabíveis dentro da realidade. Nesta perspectiva, tivemos como principal ferramenta de trabalho a rede social¹ *Facebook*, como maneira de promover a comunicação com os usuários a partir da criação de uma página dentro do ambiente virtual.

Alves (2011, p.58) considera que “O crescimento das redes sociais está ligado não só ao desenvolvimento da tecnologia, mas também à necessidade do ser humano de se socializar.” Ou seja, viabilizando a necessidade que os seres

¹ “sistema de nodos e elos; uma estrutura sem fronteiras; uma comunidade não geográfica, [...] um conjunto de participantes autônomos, unindo ideias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados” (MARTELETO, 2001, p. 72).

humanos têm de inter-relacionarem, buscou-se a rede social como uma forma aproximar a comunidade das ações a serem desenvolvidas, e também compartilhar com estes usuários informações turísticas sobre o município Arraias.

Desta forma, o *Facebook* seria utilizado na perspectiva de fomentar o desenvolvimento turístico de Arraias, através da criação da página para a CAT na rede social, auxiliando na divulgação da cidade e os recursos que poderiam ser utilizados para fins turísticos. Além disso, como um suporte virtual para aqueles que queiram conhecer a cidade.

Estas ações sugeridas tinham o propósito de potencializar e estruturar o início da atividade turística no município de Arraias, que já recebe pequenos fluxos de visitantes em suas festividades mais tradicionais. E conforme aborda Oliveira (2008), se tratando de um setor que chama bastante atenção dos governantes pela facilidade com que ocorre o retorno, principalmente econômico, através da geração de empregos, visitação e consumo dos serviços de apoio ao turismo, configuraria como uma alternativa viável para a comunidade arraiana fomentar o mercado, gerando a circulação de renda.

Principalmente por Arraias está situada geograficamente bem localizada, estando situada entre dois polos turísticos consolidados, sendo eles o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros/GO e Parque Estadual do Jalapão/TO. Isso atribuí boas oportunidades para o afloramento turístico local, tendo como fatores ser um possível ponto de parada deste público que trafegam na busca por estes destinos nesta região central, ou mesmo sendo uma das vias de acesso ao estado pela região sudeste tocantinense.

Mas, além deste ponto de parada, a cidade poderia formatar e ofertar produtos contemplando toda a sua vasta diversidade cultural e natural aqui existente, desde as Comunidades Quilombolas, festas tradicionais tais como Carnaval com Entrudo, Romaria de Nossa Senhora dos Remédios, Festa de Nossa Senhora das Candeias entre outras heranças culturais que poderiam formar este produto arraiano. Já no lado natural podemos citar algumas Cachoeiras, seus morros e principalmente a Gruta da Lapa, uma das mais bonitas da região.

Algo que poderia trazer a este município novas oportunidades de vislumbrar o crescimento, principalmente pelo fato de já ter sido considerada o “corredor da miséria” na época em que fazia parte do estado de Goiás pelo fato de estar geograficamente distante da capital, o que a tornava “atrasada” em termos de desenvolvimento em comparação as outras cidades mais próximas.

Hoje, ainda com algumas características de pobreza e do coronelismo, Arraias se destaca por ser uma cidade pequena, não tão desenvolvida, mas, com uma vasta abrangência de órgãos públicos e principalmente a presença de uma Universidade Federal.

Isso caracteriza a importância deste trabalho para o município, principalmente pela possibilidade de incremento da atividade turística em Arraias, reforçando a importância da CAT através do ambiente virtual e da sua estrutura física como mecanismo de apoio ao funcionamento do turismo. Além de ser uma forma de promover novos meios de circulação de renda no município.

O que nos leva ao objetivo de discutir a relação entre turismo e as novas formas de comunicação principalmente como ferramenta facilitadora da interação entre os usuários, em especial no *Facebook*, podendo também ser destinado ao uso da divulgação e promoção de produtos turísticos. Para isso, traz-se discussões acerca do tema, que muito se é debatido atualmente principalmente por ser uma política que não necessita de grandes investimentos para gerar rentabilidade.

Desta maneira, este relatório estará subdividido em cinco partes sendo que a primeira contempla a introdução, a metodologia utilizada, além da apresentação do projeto em que foi desenvolvido o estágio. Na segunda, apresenta conceitos de turismo, turismo receptivo, as tecnologias da informação e da comunicação – TIC's e turismo e por último as redes sociais.

Na terceira parte apresenta-se Arraias e a sua vocação turística, abordando desde seu histórico, a forma como vem acontecendo o desenvolvimento turístico local, trazendo à tona a potencialidade da cidade, além de fazer uma discussão acerca da estrutura já existente, ressaltando a importância de estar aperfeiçoando e evoluindo cada vez mais visando proporcionar aos visitantes uma melhor

experiência, haja vista a necessidade de satisfação destes turistas/consumidores para que possam retornar mais vezes.

Em seguida, na quarta, descreve-se as ações que foram realizadas no período de estágio, apontando os resultados e discussões com exemplares das atividades desenvolvidas no MHCA e na CAT. O público que foi alcançado com as publicações na página da Central de Atendimento ao Turista de Arraias, Tocantins, sendo feito um auto avaliação da contribuição para um possível desenvolvimento do turismo no Município de Arraias, Tocantins. E por fim, na quinta parte discute-se as considerações finais e algumas recomendações feitas a partir da construção deste trabalho.

2. OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

- Discutir a relação entre turismo e as novas formas de comunicação como ferramenta para a qualidade no atendimento ao turista no município de Arraias.

2.2 Objetivos específicos

- Apontar a caracterização turística de Arraias;
- Apresentar as atividades desenvolvidas no período de estágio;

3.METODOLOGIA DE PESQUISA

A abordagem para construção do trabalho ocorreu de maneira qualitativa na qual Gerhardt e Silveira (2009) caracteriza este formato de metodologia de maneira que:

Os pesquisadores que utilizam os métodos qualitativos buscam explicar o porquê das coisas, exprimindo o que convém ser feito, mas não quantificam os valores e as trocas simbólicas nem se submetem à prova de fatos, pois os dados analisados são não-métricos (suscitados e de interação) e se valem de diferentes abordagens (GERHARDT e SILVEIRA, 2009, p. 32).

Desta forma, podemos dizer que na pesquisa qualitativa o pesquisador é objeto fundamental de seu trabalho, sendo ele o responsável pela compreensão e explicação da dinâmica das relações sociais do seu alvo de estudo. Ainda para os mesmos autores citados a pesquisa qualitativa se caracteriza principalmente pelo fato da compreensão, descrição e explicação dos fenômenos, ou seja, o autor procura encontrar em suas pesquisas resultados concisos que não fogem da realidade.

Além disso, Gerhardt e Silveira (2009) também destacam a relevância deste formato de pesquisa, principalmente no que diz respeito a veracidade dos detalhes alcançados. Isso requer do pesquisador uma centralidade em suas ferramentas de estudos, para que não fique à mercê de interpretações superficiais e passíveis de distorções, que podem comprometer a qualidade e os resultados dos seus dados levantados, podendo afetar principalmente como esta informação chegará ao leitor. Quer dizer, estes pontos se tornam relevantes para a construção de um material completo e que não dê margens para distorções.

Também foi utilizado o formato de pesquisa exploratória, na qual para Gil (2002)

Estas pesquisas têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses. Pode-se dizer que estas pesquisas têm como objetivo principal o aprimoramento de idéias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado. GIL (2002, p.41)

Conforme podemos perceber, este tipo de pesquisa se torna importante por ser uma maneira de suprir as lacunas do pesquisador, familiarizando-o com o assunto a ser estudado.

Outra metodologia de pesquisa utilizada se trata da descritiva, na qual o mesmo autor mencionado anteriormente salienta que “As pesquisas descritivas têm como objetivo primordial a descrição das características de determinada população

ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis” (GIL, 2002, p. 42).

Ou seja, diferentemente da exploratória podemos afirmar que este formato de pesquisa objetiva um maior aprofundamento no tema a ser estudo. E também através da pesquisa bibliográfica, se foi utilizado como técnica de pesquisa a coleta de dados secundários, na qual Pacheco e Valentim definem como:

A categorização das fontes de informação permite compreender a dimensão de cada uma diante de sua função, ou seja, as fontes primárias exprimem a interferência direta do autor; as fontes secundárias facilitam o uso do conhecimento das fontes primárias, uma vez que existe um tratamento diferenciado para elas de acordo com sua função e arranjo; e as fontes terciárias possibilitam que as fontes primárias e secundárias sejam encontradas” (PACHECO e VALENTIM, 2010, p. 334).

Nesta técnica ocorre uma interpretação de análises que foram feitas e se encontram em outro espaço, no caso de pesquisas que foram realizadas pelo Museu Histórico Cultural de Arraias, com diferente cunho, mas que serviram para subsidiar as informações deste trabalho. Além disso, mais precisamente através das análises que foram feitas acerca da divulgação das atividades desenvolvidas pela CAT, mensurando o público que se foi alcançado.

3.10 projeto de extensão: Estudo para a implementação e gestão da Central de Atendimento ao Turista - CAT no Museu Histórico e Cultural de Arraias, Tocantins.

3.2 O que é o Projeto?

O projeto no qual fiz parte por meio do estágio obrigatório e pré-requisito para a avaliação final do curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental da Universidade Federal do Tocantins foi o projeto de extensão Estudo para a implementação e gestão da Central de Atendimento ao Turista – CAT no Museu Histórico e Cultural de Arraias – TO sob coordenação do docente Filipe Viera de Oliveira que visava a implementação da Central de Atendimento ao Turista - CAT a situar-se nas dependências do Museu Histórico e Cultural de Arraias Tocantins.

Este projeto é fruto de uma parceria entre a Universidade Federal do Tocantins com a Prefeitura Municipal de Arraias, na qual foi proposto por parte da Professora Valdirene Gomes dos Santos de Jesus juntamente com toda uma comissão que era composta por docentes e discentes da UFT, criando assim o projeto denominado de Gestão e Uso do Museu Histórico e Cultural de Arraias: Identidades e Memórias 2018.

O projeto se constitui com uma proposta de Gestão Tripartite do Museu Histórico e Cultural de Arraias, sendo uma parceria entre a UFT/ARRAIAS, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico, Ciência, Tecnologia, Turismo e Cultura do Estado do Tocantins - SEDEN e a Prefeitura Municipal de Arraias. A ideia do projeto é utilizar o espaço o Museu Histórico e Cultural de Arraias como um equipamento de lazer cultural e valorização do patrimônio local e uma possível porta de entrada dos visitantes no município, que adentram o estado pela região central do Brasil, o que o caracteriza como de abrangência estadual.

Além disso, o projeto auxilia nas ações visando o mapeamento do Patrimônio Cultural e Natural das Serras Gérias, na perspectiva de inventariar e contribuir para criação de políticas de conservação, criação de roteiros turísticos culturais, contribuindo na geração de renda e no desenvolvimento de pesquisa e extensão que potencialize a socialização do Patrimônio Cultural e Natural, da região das Serras Gérias que corresponde aos municípios do Sudeste do Tocantins e do Nordeste Goiano.

Este projeto de Gestão e uso do MHCA está ocorrendo com duração de um ano, onde na oportunidade acontece a realização de várias ações como, por exemplo; atividades de pesquisa, de formação e de extensão que contribuam para sensibilização e conseqüentemente a conservação do Patrimônio Cultural Material e Imaterial do Tocantins e da região de Arraias, tendo o Museu como espaço difusor das ações de preservação do patrimônio.

Deste modo, surge o projeto Estudo para implementação e gestão da Central de Atendimento ao Turista – CAT no Museu Histórico e Cultural de Arraias com a pretensão de instalar a CAT nas dependências do MHCA, iniciando as atividades que se desenvolveram de maneira pontual por meio de estudos com vistas a implementação e conseqüente funcionamento da mesma. A partir do momento que

as atividades se iniciaram foram elaborados e aplicados questionários com os turistas, foram criados materiais comunicativos para divulgação do trabalho da central junto à comunidade arraiana/região bem como a realização de ações que viessem a incentivar a prática do turismo na cidade, como por exemplo, a realização de trilhas guiadas. Estas informações serão compiladas e servirão de base de dados para as futuras ações de planejamento e gestão do museu e dos atrativos turísticos do município.

Para o funcionamento do projeto foram levantadas observações necessárias para o seu andamento como, por exemplo: a necessidade de uma adequação da estrutura física; Aumento na divulgação dos atrativos turísticos, histórico-culturais e naturais da cidade de Arraias e região; Adequação e elaboração de material informativo sobre os diversos atrativos do município de Arraias e região; Realização de pesquisas: Demanda satisfação e percepção do visitante do museu e do município de Arraias; Divulgação da agenda cultural do município de Arraias e Divulgação da agenda cultural e atividades do museu. Ou seja, baseando-se nessas demandas o projeto iniciou-se e assim passando a receber seus primeiros visitantes.

Desta forma o projeto de implantação da CAT é fruto da colaboração do estado juntamente com a prefeitura municipal para que a UFT tomasse frente a gestão do Museu Histórico e Cultural de Arraias – MHCA, possibilitando assim a abertura de várias possibilidades de utilização deste espaço tão rico e abrangente, de suma importância para a comunidade arraiana.

4.TURISMO E COMUNICAÇÃO

4.1Turismo: conceitos e definições para a compreensão do fenômeno social.

O turismo é um setor que passa por grande visibilidade no atual momento, principalmente por estar atrelado a ideia de viajar, método que auxilia no controle do estresse do dia-a-dia com a prática do lazer². Isso o coloca no cenário atual, fazendo com que haja vários estudos para entender as variadas dimensões deste setor.

Em 1905, Josef Stradner define o turismo como:

[...] tráfego de viajantes de luxo (aqueles que têm condução própria) que se detém num local fora do seu lugar fixo de residência e com sua presença naquele país não perseguem nenhum propósito econômico, mas buscam a satisfação de uma necessidade de luxo (BARRETTO, 2009, p. 10).

Na mesma direção Barretto (2009, p.9) salienta que o primeiro conceito de turismo se dá em 1911, sendo ele feito por Hermann Von Schullern, que o definiu como “o conceito que compreende todos os processos, especialmente os econômicos, que se manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de um determinado município, país ou estado”.

É possível observar que estas primeiras definições citadas levam em consideração principalmente os aspectos econômicos, algo que podemos atrelar as dificuldades encontradas naquele período. Além disso, Lima (2014, p. 32) ainda ressalta que “Como se pode notar, as primeiras formulações conceituais de turismo foram elaboradas por europeus (suíços, italianos, austríacos e alemães), sobretudo sob duas vertentes: a econômica e a sociológica.”

Após estas primeiras conceituações vinda principalmente da escola européia, o turismo passa a ganhar novas atribuições, principalmente voltadas para o lado dos sistemas conforme ressalta Lima (2014, p.30)

...as próximas formulações conceituais terão como fundamentação a teoria sistêmica, que, por sua vez, perspectivará o turismo como um sistema. Dentre o grupo de autores dessa linha de pensamento, destacam-se Cuervo

² "(. ..) um conjunto de ocupações às qua1s o indivíduo pode entregar-se de livre vontade, seja para repousar, seja para divertir-se, recrear-se e entreter-se ou ainda, para desenvolver sua informação ou formação desinteressada, sua participação social voluntária ou sua livre capacidade criadora após livrar-se ou desembaraçar-se das obrigações profissionais, familiares e sociais." (DUMAZEDIER (1976, p.94)

(1967), Wahab (1977), Leiper (1979), Sessa (1985), Boullón (1985), Beni (1998).

Para Beni (2000, p. 46), o turismo, como compositor da Teoria Geral de Sistemas, se configura como um “sistema aberto que, conforme definido na estrutura dos sistemas, permite a identificação de suas características básicas, que se tornam os elementos do sistema”. Ou seja, podemos dizer que todos os elementos que compõem a atividade turística se tratam da sua real composição sistêmica.

E se tratando de uma prática fundamental para o bem-estar da sociedade através do lazer, a prática do turismo tende a crescer cada vez mais, sendo movimentado principalmente pela procura e a oferta, haja vista as conexões que são formadas dentro desta teia sistemática. Envolvendo várias áreas diferentes e contribuindo com todas, desde a hotelaria, setor de alimentos e bebidas, segurança entre outras.

Já fora deste embate sistêmico, atualmente a definição mais aceita mundialmente referente ao turismo é definida pela Organização Mundial do Turismo – OMT, agência especializada das Nações Unidas, sendo a principal organização internacional no campo do turismo, destinada a promovê-lo e desenvolvê-lo. Para a OMT ele é conceituado sendo “as atividades que as pessoas realizam durante viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras”

Mediante a esta definição é possível compreender que para a OMT o turismo se constitui como uma atividade que está mais vinculada ao ato do deslocamento, principalmente na busca de lazer ou negócios desde que seja para um destino fora do seu ambiente habitual, por menos de um ano.

Nesta ideia, se formos analisar a trajetória turística discutida neste relatório, inicialmente é possível identificar que a prática do turismo estava voltada para o lado econômico, após, surge o embate sistêmico, e posteriormente a definição mundialmente aceita, feita pela OMT que está voltada mais para o deslocamento. Isso mostra um pouco da evolução conceitual do setor.

Além destes estudos sobre a atividade anteriormente citados, o setor começa a ganhar novas dinâmicas e proporções e que aos poucos passou a englobar dimensões até então desconsideradas, passando a compreendê-las em sua

totalidade e não deixando restrito apenas ao aspecto econômico e o ato deslocamento. Ou seja, passa a considerar as interações e principalmente as trocas que podem ser tiradas entre visitantes e visitados, pois cada turista terá um comportamento diferente de acordo com suas motivações, local de origem, momento, entre outros aspectos.

Uma das razões para este entendimento é possível identificar através da Sociologia, que voltada para o turismo busca entender principalmente as motivações que levam as pessoas a fazer aquelas escolhas, os comportamentos das comunidades receptoras e não menos importantes os efeitos que são provocados naquela realidade. Por isso, Dias (2008, p. 11) aponta que:

Do ponto de vista sociológico, o fenômeno turístico desperta interesse por vários motivos: causa forte impacto nos indivíduos e grupos familiares que se deslocam, provoca mudanças no comportamento das pessoas e agrega conhecimentos àqueles que o praticam, permite comparação entre diversas culturas, contribui para o fortalecimento da identidade grupal, é um meio de difusão de novas práticas sociais e aumenta as perspectivas de obtenção da paz pela compreensão e aceitação das diferenças culturais. Contribui, ainda, para a formação e a educação daqueles que o praticam.

Esses apontamentos fazem com que o turismo passe a ser visto como uma atividade complexa por agregar motivações, sentimentos, o aceite as diferenças e até mesmo podendo auxiliar na manutenção e no fortalecimento das identidades grupais.

Desta forma, Dias (2008, p. 14) ressalta que esta abordagem entre o visitante e o visitado “constitui-se num fenômeno social, pois seus agentes têm um ao outro como referência para seus atos”. Pois agora os turistas buscam significados reais para suas viagens devido ao fato do turismo poder proporcionar ações e movimentos que não são lógicos de um produto³. Algo que podemos evidenciar na fala de Meyer (2017, p. 17) “O “ser” turista ultrapassa os limites de viagem, do deslocamento, é uma experiência que se inicia mesmo antes da viagem, durante e após a mesma.”

³ Aquilo que é produzido para venda no mercado.

Ao passo que Gastal e Moesch (2007, p. 12) acreditam que “o turismo se constitui em um fenômeno sociocultural de profundo valor simbólico para sujeitos que o praticam”. Principalmente por estar atrelada ao modo como os turistas buscam vivenciar suas experiências com os seus visitados, agregando uma série de valores imensuráveis provocando assim novos comportamentos em virtude desta troca.

Gastal e Moesch (2007, p. 11) ainda afirmam que “o turismo é um campo de práticas históricas-sociais que pressupõem o deslocamento dos sujeitos em tempos espaços diferentes daqueles dos seus cotidianos”. Para tanto, se tratando de um setor subjetivo que oportuniza em práticas inesperadas, os resultados estariam justamente no poder de possibilitar as pessoas a se enxergarem, revivendo suas histórias, seu passado, e principalmente fortalecendo a sua vivência dentro do seu espaço.

Porém, pelo fato de presenciarmos uma era totalmente mercadológica, o turismo pode perder ou agregar esta essência de fenômeno, podendo ser visto apenas como mais um setor importante na geração de riqueza. Ou além de auxiliar na produção da riqueza ele também possa contribuir para o significado da identidade grupal, auxiliando principalmente na manutenção das heranças culturais e dos espaços naturais. Autores como Cooper et al (2001, p, 36) salientam que “está claro que o turismo é uma força central na economia mundial, uma atividade de importância e significado globais”. Tornando perceptível a sua dinâmica e a sua versatilidade no mercado, podendo contribuir de diferentes maneiras em variados lugares alavancando principalmente o desenvolvimento econômico, assim como outras formas de crescimento ao local em que a atividade está sendo desenvolvida.

Mas podendo também ser uma péssima política de desenvolvimento social, incentivando principalmente ao aumento dos impactos negativos caso seja estruturado de uma maneira desplanejada.

Porém, pensando de um ponto de vista otimista é possível enxergar no turismo possibilidades de se desenvolver de forma mais amena diante das possibilidades de fracasso, requerendo assim várias etapas de planejamentos. Pois, sendo se tratando de uma prática quase necessária para a humanidade obviamente sempre haverá procura pelo setor. E que Segundo Beni (2000) o turismo representa;

existe uma grande controvérsia na definição precisa do turismo. Alguns autores tratam-no como indústria e parece ser este qualitativo o de maior uso na literatura comum, não científica. Outros tratam-no como fenômeno econômico e social, setor econômico ou atividade social e econômica. Alberto Sessa definiu o turismo não como uma atividade terciária, mas como uma atividade industrial real porque nele existe um processo de transformação de matérias-primas para a elaboração de produtos que são comercializados e consumidos no mercado. Convém aqui mencionar Palomo que, em seu livro, define o turismo como atividade econômica pelos seguintes motivos: a) a propensão a viajar é um ato humano; b) a recreação é uma atividade desenvolvida por indivíduos, isolada ou grupalmente; c) os deslocamentos são atos que compreendem gastos e receitas; d) o consumo de bens e serviços turísticos pode enquadrar-se em mais de uma atividade econômica; e) a geração de riqueza por meio de um processo produtivo é clara e tipicamente uma atividade econômica. Ainda segundo Palomo, turismo não é indústria porque esta é um conjunto de operações necessárias para a transformação de matérias-primas. Com e apesar de Palomo e Sessa, citados como mais uma fonte de definição, a controvérsia prossegue. Afirmamos que o que ocorre, na realidade, é uma agregação de valores aos diferenciais turísticos naturais e culturais, e não uma transformação tangível e concreta na matéria-prima original. O produto turístico final para venda e pós-venda é de natureza compósita e agregada (BENI, 2000, p. 32 e 33),

Ou seja, esta representatividade do turismo principalmente por ser uma atividade econômica, que promove a circulação do capital conforme podemos perceber na fala anteriormente citada, principalmente por toda a sua transversalidade contemplando vários setores ao mesmo tempo, faz com que o turismo se torne uma ótima alternativa de crescimento para vários lugares.

Mas conforme pontuado acima, esta potencialidade que existe no turismo de promover o desenvolvimento carrega consigo inúmeras probabilidades e impactos, sendo elas também no aspecto negativo. Oriundo na maioria das vezes devido ao mal planejamento no momento de estruturação da atividade, provocando como por exemplo: impacto social, especulação imobiliária, aumento de criminalidade, destruição de ambientes naturais, descaracterização cultural entre outros problemas que podem provocar a atividade turística caso passe por um mal processo de planejamento.

Além disso, Cooper (2001) ressalta que o turismo também é responsável por causar resultados ilusórios em locais que não haja esta preocupação com a sua implantação. Principalmente pelo fato da possibilidade desses dados serem

omitidos, sendo divulgado apenas os dados econômicos, conforme podemos observar na fala a seguir.

Não se pode negar os benefícios do turismo como gerador de empregos, divisas, etc. No entanto, os órgãos ligados ao turismo utilizam apenas indicadores econômicos para medir os seus impactos. Falta avaliar a dimensão social do desenvolvimento turístico como a distribuição de renda, educação, expectativa de vida e salubridade (THEOBALD, 1998 *Apud* COUTO 2003, p.14).

Conforme mensuram os autores citados anteriormente, a atividade turística é valorizada substancialmente pelos números que são divulgados, não sendo demonstrado todos os impactos que podem ser provocados a partir da prática humana. Ou seja, é possível perceber a importância de um planejamento adequado, que vise os benefícios em longo prazo de forma que os resultados sejam múltiplos e em consequência disso, não precisaria divulgar apenas os resultados econômicos para dar impressão da rentabilidade daquela prática, pois ela por se só já apresentaria os seus resultados.

Isso nos leva a refletir essas várias facetas do turismo, para que em Arraias ele possa ser desenvolvido de uma maneira menos impactante, pois ele por si já promove impactos. Porém, que estes venham a acontecer de forma menos desgastante para esta comunidade.

Portanto, para que o turismo se torne uma atividade potencial não só para arraias, mas qualquer outra localidade é necessário principalmente o apoio do governo na criação de políticas que deem oportunidades para a participação da comunidade local neste processo de planejamento, e as mesmas se empoderem desta ocasião, fazendo do turismo uma alternativa para o seu desenvolvimento local. E posteriormente, com o estruturamento necessário se possa investir no fomento turístico do local, incentivando principalmente o turismo receptivo como uma ferramenta da política pública local.

Segundo Maar (1985, p.8) “a política surge junto com própria história, com o dinamismo de uma realidade em constante transformação que continuamente se revela insuficiente e insatisfatória...”. Analisando a fala acima é possível observar que o termo política está atrelado a uma transformação, algo que necessariamente

estamos sujeitos em nosso dia-a-dia, principalmente para assegurar uma melhor qualidade de vida.

A atividade política caberia privilegiar o estudo e a transformação das condições objetivas na sociedade que permitissem renová-la estruturalmente, com novas relações sociais e políticas, de modo a permitir então a plenitude da vida individual. (MAAR 1985, p.17).

Ainda para Maar (1985) a política se faz presente em nosso meio em ambientes comuns, desde a igreja, nossa própria casa no trabalho e em qualquer outro lugar que acatamos a regras que são impostas. Ou seja, além de uma transformação ela pode ser expressada por meio de regras que servem para manter a ordem daquele determinado lugar, quer dizer, uma política local.

Já para Souza (2013, p.8) política pode ser entendida como “a atividade que busca, pela concentração institucional do poder, sanar os conflitos e estabilizar a sociedade pela ação da autoridade; é o processo de construção de uma ordem.”

Portanto, mediante as falas discutidas acima, podemos entender a política sendo como práticas transformadoras que visem estabilizar o processo de ordem permitindo de certo modo a plenitude individual dos sujeitos daquilo que pode ser considerado insatisfatório.

Logo, poderíamos relacionarmos a necessidade da elaboração de políticas para município de Arraias, principalmente por ser um município ainda em processo de desenvolvimento, que não oferece grandes oportunidades de desenvolvimento para o seu povo. Neste caso, a implantação da atividade turística como uma política de crescimento a longo prazo, de modo planejado e organizado poderia auxiliar o processo de crescimento de Arraias por intermédio do setor turístico.

4.2 Turismo receptivo

Com o fortalecimento da atividade turística em grande escala, surge também a necessidade de satisfazer os turistas através da prestação de serviços, e isso engloba de maneira geral todos os equipamentos necessários para uma boa estadia de um turista, como; transporte, hospedagem, alimentação, comodidade,

conforto entre outros aspectos relevantes a se considerar neste momento de vivência do visitante.

Atualmente existe um conceito que abrange este formato de acolhimento aos turistas que chegam a uma determinada localidade, a qual é atribuído o termo turismo receptivo que pode ser definido da seguinte maneira:

O turismo interno e o externo dizem respeito ao núcleo emissor de visitantes ou, com outras palavras, à sua origem e ao seu destino. Mas, quando o núcleo emissor é o país estrangeiro, o país que acolhe os visitantes denomina-se receptivo". (ANDRADE, 1999, p.52).

Importante ressaltar que na fala do autor acima o turismo receptivo é aquele onde um destino no caso o país, recebe visitantes de outro país, no caso o seu local de origem, mas podendo não ser apenas de outros países, bem como aqueles que fazem parte do mesmo lugar, mas de que sejam recepcionados com toda infraestrutura disponível como hotéis, restaurantes, transportes, entre outros.

Portanto, para um local que vislumbre o seu crescimento turístico é necessário despertar na sociedade a importância do turismo enquanto efeito multiplicador dentro de um determinado local, e que ele sendo desenvolvido de maneira receptiva seria a melhor opção pra uma movimentação econômica dentro da cidade, movimentando dos grandes aos pequenos empresários, possibilitando assim uma melhor distribuição de renda.

E com isso os governantes entrariam com o papel de formador, ou seja, dando oportunidades de crescimento a aquelas pessoas que na maioria das vezes ocupam os subempregos.

Além disso, receber estes turistas configuram como uma maneira de ampliar os horizontes dos moradores, principalmente através do contato com outras culturas, na qual o ser humano passa a ter um novo olhar referente a forma como ver o mundo, independentemente do local que esteja os costumes sempre terão peculiaridades distintas daquele lugar.

Levando-as a entenderem as dinâmicas externas, fora das suas práticas habituais, e as internas passando a valorizarem seus traços identitários. Mas para que isso aconteça não basta somente incentivar a prática do turismo, mas sim

primeiramente investir em infraestrutura básica e principalmente capacitação destas pessoas para que estas venham a proporcionar uma melhor experiência aos turistas, e essa troca entre o visitante e visitado seja cada vez mais rica em termos de satisfação e os moradores sintam orgulho daquilo que estão fazendo.

Por isso, faz-se necessário por parte das pessoas engajadas entenderem a sua importância e acima de tudo que estejam empoderadas e se sintam pertencentes aquela cultura, a aquele lugar, e a partir disso passarem a se enxergar importante dentro deste contexto social e da ótica turística. Valorizando suas identidades, mantendo seus costumes e conseguindo benefícios através destes valores.

4.3 Tecnologias da informação e comunicação (TIC's) e turismo

Para Idília (2012, p. 24) Os avanços nas tecnologias de informação e comunicação nomeadamente a internet, permitiu que surgissem novos processos de gestão nas atividades turísticas o que lhe confere inúmeras vantagens á nível do seu potencial no mercado turístico.

O mesmo autor acima mencionado ainda salienta que (2012, p. 27) “Este meio revela ser muito eficaz permitindo que se ultrapasse barreiras geográficas, de informação ou outras e contribuindo para atender as expectativas dos reais e potenciais turistas.”

Na mesma direção Wichels (2014, p. 34) acrescenta que “A internet e as TIC revolucionaram o modelo linear, convertendo-o num processo multidirecional, passando agora os consumidores também a serem emissores e as empresas a serem receptores de mensagens”.

Este processo reflete no poder da Internet para com os meios de comunicação, sendo que a partir deste avanço se teve um novo paradigma dentro do mercado turístico. Na qual os atores agora passam a ter poder de potencializar os produtos a serem comercializados.

Ou seja, aqueles que antes eram apenas meros espectadores, agora auxiliam como elemento multiplicador por meio dos métodos avaliativos que são encontrados nos meios de comunicação. Sendo que estas ações influenciam o modo como o turista passa a ver aquele produto no mercado.

No mesmo rumo Wichels (2014, p. 38) salienta que “As TIC vieram alterar as atitudes e o comportamento de consumo dos turistas, estando presentes em cada uma das fases de consumo: *Fase Pré Compra, Fase da Compra, Fase pós compra*. Ou seja, na fase da Pré Compra o turista começa a procurar informações online como maneira de subsidiar sua escolha, e principalmente a aceitabilidade do público acerca daquele produto. Já na fase da Compra é a fase do intercâmbio pessoal entre clientes e fornecedores, a forma como irá proceder este contato, e por último na fase da Pós Compra, é quando ocorre a avaliação da qualidade do serviço prestado, e satisfação/insatisfação da experiência realizada.

Sendo que estas fases são todas “ponderantes” no que diz respeito ao desenvolvimento do turismo, principalmente para um local que ainda não esteja consolidado turisticamente. De modo que considerando a atividade turística como um setor promissor, e que atualmente se apresenta também de forma competitiva, se torna necessário a versatilidade de diferenciar os produtos dos demais, sendo necessário um “estruturamento” adequado, e principalmente com este suporte virtual no meio mais utilizado, o comunicativo, visando a promoção dos destinos consolidados ou daqueles que ainda queiram crescer.

Desta forma, dentro das TIC's surgem novos meios de aproximar os consumidores dos seus produtos, ao qual podemos apontar a comunicação, que atrelado ao turismo é entendida como:

Entendemos a comunicação em turismo como um processo complexo, onnipresente, bidirecional, simétrico e absolutamente necessário para criar, manter ou corrigir a imagem de um destino, empresa ou marca, fidelizar turistas, despertar o interesse, influenciar o processo de escolha e manter viva a recordação das experiências vividas de forma a provocar a recomendação e a volta. (WICHELS, 2014, p. 29).

Além disso, Idília (2012, p. 28) também salienta que “A internet é vista como um instrumento que pode contribuir para estimular a visitação, melhorar a divulgação, proporcionar a comercialização, como também para melhorar a comunicação de forma eficiente com os possíveis consumidores.”

Ou seja, o processo comunicativo desperta e provoca recordações no imaginário das pessoas, levando-as ao desejo de usufruírem daquilo que está sendo publicado. Características estas da sua intangibilidade, aspecto atribuído ao turismo o que o torna um campo versátil ao passo que complexo, sendo ele alimentado e

influenciado por outros setores que servem para estimular ainda mais a prática da atividade turística. Wichels (2014) aborda que:

Dada a natureza intangível do produto turístico, a comunicação e o marketing têm como missão informar não só das características utilitárias do produto, mas essencialmente das suas características experienciais, despertando um interesse que estimule uma ação: reserva, compra ou consolidação do valor da marca (2014, p. 29).

Mas, além de despertar o interesse, o marketing e a comunicação também devem preocupar com aspectos peculiares que são gerados através da troca entre visitantes e visitados. Ao passo que o mesmo autor acima mencionado reforça que:

O conceito de comunicação em turismo não se resume, portanto, à promoção de um destino, pois engloba também os processos de sedução de um turista, as trocas culturais e rituais entre visitante e anfitrião, as narrativas turísticas sobre as quais se constroem as identidades das gentes, lugares e marcas (2014, p. 29).

Pois, uma vez que o turismo é acrescido, traz consigo uma camada de possibilidades que podem afetar diretamente o cotidiano do local ao qual está sendo desenvolvida a atividade. Ou seja, isso requer cautela para que aliada ao processo de promoção haja também iniciativas que prezem pela proteção do patrimônio cultural e principalmente do meio ambiente.

Essa preocupação com os impactos que podem ser provocados por meio de um fluxo desenfreado, algo que pode afetar diretamente os espaços culturais. Sobretudo pelo fato da promoção turística visar à intensificação do fluxo turístico, por meio da sedução dos turistas através do convite a experiências contrárias ao comum.

Portanto, se tratando de uma perspectiva de futuro em que Arraias possa estar vislumbrando o desenvolvimento do turismo, o meio comunicativo deve ser uma ferramenta a ser potencializada para atrair as pessoas a virem conhecer este lugar. Não distante, a proposta inicial deste relatório é discutir as propostas de comunicação da CAT/ Arraias, uma vez que a mesma precisava de visibilidade para o funcionamento da mesma.

4.3.1 As redes sociais

Segundo Marteleto (2001, p.72), as redes sociais representam “[...] um conjunto de participantes autônomos, unindo idéias e recursos em torno de valores e interesses compartilhados”.

Sendo que para Alves (2011, p. 54) “a força de uma rede encontra-se nos laços fracos, pois a interação resultante de uma comunicação entre dois laços fracos pode ampliar os limites das redes, conectando grupos que não têm ligações entre si.”.

Ou seja, o surgimento das redes fez com que se potencializassem elementos fracos, desconhecidos e sem forças, algo que podemos aplicar ao setor turístico. Pois na maioria das vezes se trata de destinos que conseguem crescer graças ao marketing comunicativo oriundo da internet, ou das próprias alternativas de fomento ao setor. Sendo que as redes sociais também podem ser utilizadas como política voltada ao desenvolvimento do setor.

Além disso, Tomaél et al (2005, p. 93) reforça que “nas redes sociais, cada indivíduo tem sua função e identidade cultural.” O que facilita ainda mais para as estratégias chegarem até o público final, uma vez que as mesmas atualmente já dispõem de configurações que identificam as características e gosto de seus usuários.

Principalmente pela forma como é disponibilizado os dados ao efetuar o cadastramento nas contas, conforme podemos observar na fala de Torres (2009):

as redes sociais são sites onde as pessoas se cadastram, registram seus dados pessoais, nos chamados perfis, e podem se relacionar com outras pessoas, publicando fotos, enviando mensagens e criando listas de amigos (TORRES, 2009, p.74).

Na mesma direção, Alves (2011) ressalta que.

Ao se utilizar da rede social como uma ferramenta para se comunicar com os clientes, empresas e instituições podem ampliar sua presença no ambiente virtual, sem que estejam empregados necessariamente custos altos, fator positivo e que pode ser um incentivo às pequenas empresas que não possuem recursos disponibilizados exclusivamente a campanhas de marketing. (ALVES, 2011, P. 57).

Assim, fica evidente que as redes sociais passam a cumprir um excelente papel de interação e comunicação em nosso meio com seus usuários, mas que

também pode ser utilizado para outras funcionalidades, na qual podemos citar a atividade turística. Principalmente para lugares que almejam o afluência turística, podendo utilizar as redes sociais como ferramenta de divulgação e marketing para promoção dos produtos.

Além disso, vale ressaltar que as pessoas cada vez mais estão hiperconectadas nestes ambientes virtuais principalmente conforme aponta Alves (2011, p. 58) devido “ao desenvolvimento da tecnologia, mas também à necessidade do ser humano de se socializar.”

Portanto, essa necessidade que o ser humano possui de se socializar faz com que a rede social se torne um ótimo mercado para oferta de produtos turísticos, principalmente em locais em que não existam tantos recursos como é o caso de Arraias.

Segundo Torres (2009, p.74) “as principais redes sociais são o *Orkut* (desativado), o *Facebook*, o *LinkedIn* e o *MySpace*”, redes utilizadas principalmente como um ambiente de relação e interação dos usuários, estreitando ainda mais os laços comunicativos. Mas que também estão passíveis de serem destinadas ao cunho promocional, no caso em prol da circulação de informações turísticas.

O uso das redes sociais por uma quantidade considerável de pessoas se dá principalmente pela facilidade com que esta tecnologia se encontra ao nosso entorno, sendo útil principalmente pela agilidade com que as informações se perpetuam. Além disso, Tomaél et al (2005, p. 1010) reforça que:

Assim funcionam as redes sociais. Elas dependem da interação de diversos atores – internos e externos à organização – dispostos a compartilhar informações e experiências, visando ao aprendizado organizacional e, conseqüentemente, contribuindo para a construção de novos conhecimentos.

Assim as pessoas tendem a inteirar-se de informações sobre outras experiências levando-as a tirarem suas próprias conclusões através do relato de outras pessoas que fazem parte desta rede.

Vale ressaltar ainda que o público que utiliza das redes sociais além de diverso é amplo, contemplando desde crianças aos idosos. O que reforça ainda mais a versatilidade e a potencialidade da utilização desta ferramenta como um meio de

comunicação principalmente a acerca do turismo sobre locais com realidades precárias de meios de divulgação.

Atualmente uma das maiores redes sociais do mundo é o *Facebook*, sendo ele um site de relacionamento que foi lançado em 4 de fevereiro de 2004 por Mark Zuckerberg, na época um estudante de Harvard. O *Facebook* permite a criação de álbuns de fotos, armazenamento de vídeos, indicação de links e escrever notas. Além disso, você pode criar grupos ou participar deles. A partir do momento que você se encontra em uma rede, todas as pessoas que fazem parte desta mesma rede passam a ser visíveis para você e você pode interagir com elas. Esse recurso aproxima as pessoas, e o contato com as informações de maneira mais rápida, levando este material a um maior número de pessoas ao mesmo tempo. (TORRES 2009).

Vale ressaltar que, “O *Facebook*, além de uma ferramenta para consultas e reclamações, pode se tornar um elemento promocional eficiente, interagindo com o público por meio de promoções e compartilhamento de conteúdos exclusivos” (ALVES, 2011, p. 87). Ou seja, este ambiente passa a ser um importante meio promocional para divulgar determinado produto.

Portanto podemos dizer que as redes sociais passaram a exercer um importante papel principalmente na tomada de decisões dos consumidores, pois facilita a comunicação e na propagação da mesma. Desta forma procederam as atividades desenvolvidas no período de estágio, utilizando se a rede social *Facebook* em prol da promoção das atividades a serem promovidas pela Central de Atendimento de Arraias.

5. ARRAIAS, UM LUGAR TURÍSTICO?

5.1 Breve histórico de Arraias.

O município de Arraias está situado na região Sudeste do estado do Tocantins antigo estado de Goiás, origem cultural que ainda se faz muito presente no dia-a-dia do povo arraiano conforme abordou Costa (2008, p. 62), “o município nasceu e permaneceu em território goiano por mais de duzentos anos. Em 1989, passou a pertencer ao mais novo estado brasileiro, Tocantins”. Como o estado de Tocantins antes não exista, Arraias fazia parte do estado de Goiás, e em 1988 foi fundado o estado do Tocantins em um processo de separação idealizado pelo Deputado Federal José Wilson Siqueira Campos.

A mesma autora mencionada salienta que as pessoas que residem em Arraias buscam a capital tocantinense (Palmas) apenas para tratar de questões administrativas e no mais, as outras serventias necessárias procuram-se a capital federal ou a capital goiana.

A origem de Arraias está relacionada a chegada dos primeiros negros fugidos da condição de escravidão no entremeio do século XVIII, especificamente no Arraial hoje conhecido como Chapada dos Negros. Logo após esse período, com a descoberta do ouro na região, inicia-se a primeira incursão portuguesa e a consequente povoação ainda na parte alta da chapada, aonde estes negros fugidos voltaram a servir mão de obra na retirada do minério. Após o fim do ciclo do ouro, que foi relativamente breve, forma-se a primeira vila na parte baixa, onde até hoje se localiza a cidade de Arraias.

Além disso, a formação da população arraiana tem fortes ligações com a Igreja Católica e por isso a maioria dos moradores ainda mantém esta tradição de serem seguidores da religião, mantendo vivas práticas de devoção principalmente a santa padroeira do povo arraiano, Nossa Senhora dos Remédios.

Atualmente, Arraias é uma cidade pequena, com uma população estimada em cerca 10.727 pessoas, conforme o último senso realizado pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE em 2010.

Arraias marca limites geográficos com várias outras cidades, sendo ao norte com os municípios de Conceição do Tocantins, Taipas, e Taguatinga, e ao sul, Campos Belos, Cavalcante e Monte Alegre no estado de Goiás, ao leste, Novo Alegre, Combinado e Aurora do Tocantins e oeste encontra o município de Paranã. Além de estar sendo banhada pelas bacias hidrográficas do Rio Palmas e do Rio Paranã, conforme podemos verificar na figura 1.

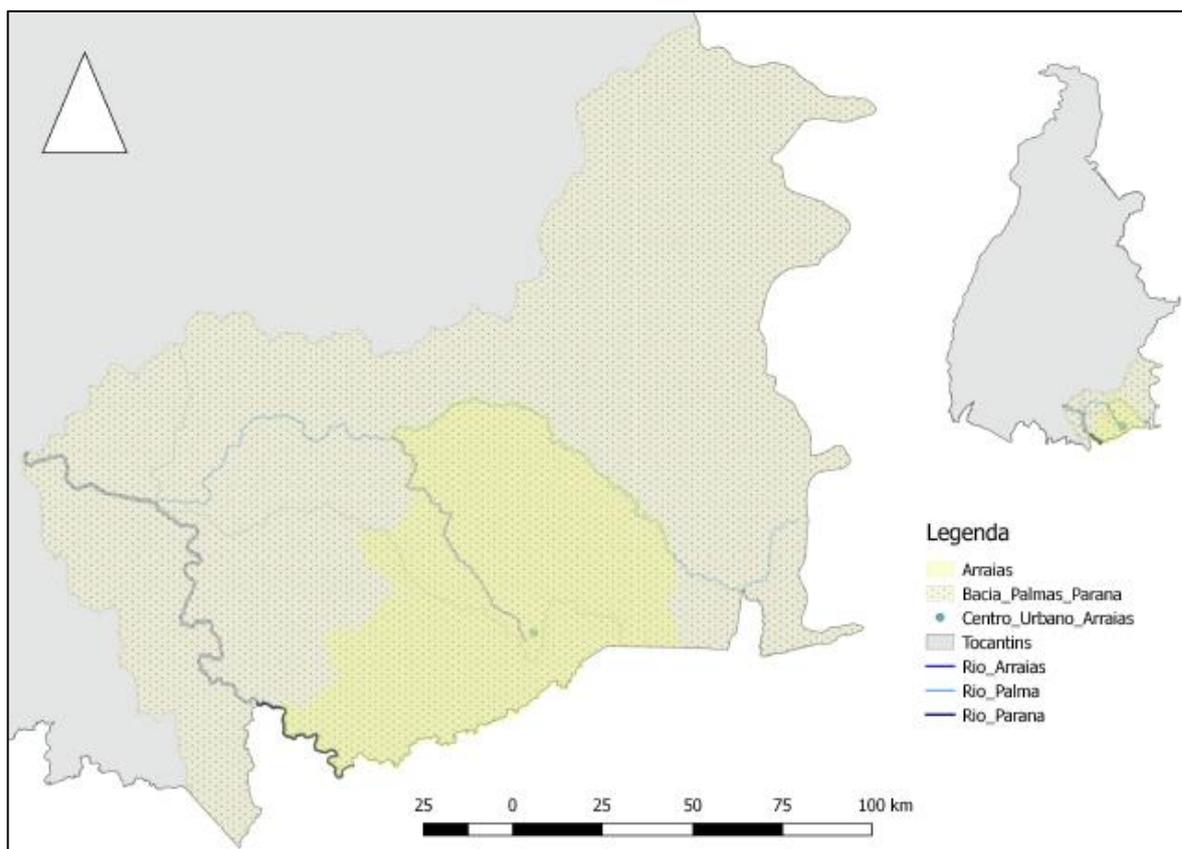


Figura 1- Mapa do município de Arraias Tocantins contemplando as bacias hidrográficas.

Fonte: Elaborado por: Oliveira 2018.

Situada em entre duas capitais, Brasília e Palmas, ambas em aproximadamente 400 km de distância Costa (2008, p. 62) ressalta que Arraias “resistiu à modernização política e institucional e conservou as velhas raízes do coronelismo”. Ou seja, mesmo não estando distante de suas capitais ainda se trata de uma pequena cidade que ainda se caracteriza por uma relação de poderes, na qual os mais pobres se intimidam diante dos mais ricos.

Ainda de acordo ao IBGE (2010) a movimentação financeira de Arraias está baseada principalmente em recursos externos, isto é, a maior parte da receita que

circula na cidade advém de funcionários federais e estaduais que estão lotados nos órgãos públicos prestando serviços para a população arraiana e que também contempla a região. Sendo que de acordo ao IBGE (2010) essa relação corresponde a um dado 94,1%.

Além disso, Arraias amarga apenas a 79ª posição no estado comparando a renda perca pita de um total de 139 municípios e em âmbito nacional ocupa a posição 3294ª de um total de 5570 municípios. Outro aspecto importante e que vale a pena abordar diz respeito a educação, considerada como uma base fundamental na formação do cidadão e que por consequência em Arraias existe uma taxa de escolarização apenas de 6 a 14 anos com uma porcentagem de 97,7%, o que coloca a cidade em apenas na 60ª colocação comparando a outros municípios do estado (IBGE, 2010).

Um aspecto preocupante para uma cidade tão antiga, que atualmente possui 277 anos deixar sua população em quase sua totalidade viver a partir de receitas externas. Algo que reforça ainda mais a ideia de se pensar no desenvolvimento de políticas públicas que deem condições acessíveis para o povo arraiano ter uma boa qualidade de vida.

Isso reforça a ideia de se pensar no incentivo ao desenvolvimento turístico de Arraias, e levando em consideração a potencialidade do setor em fomentar o mercado, e principalmente sabendo que a cidade é um lugar turístico, o turismo surgiria como uma ótima alternativa de crescimento para a comunidade arraiana. Isso não sanaria todos os problemas locais, principalmente sobre a taxa de escolarização, algo que precisa ser revisto, discutido para assim chegar a formulação de medidas mitigadoras, mas de certo modo a implantação do turismo traria amenização de alguns desses déficits que a comunidade enfrenta.

Enfim, ainda há muito o que melhorar, e para isso deve-se investir em políticas de crescimento para que o município possa começar a andar com as suas próprias pernas, oferecendo condições acessíveis de vida para seus moradores, bem como postos de trabalhos para que estes trabalhem em prol do crescimento local.

5.20 turismo em Arraias

O município de Arraias ainda não se configura como um destino turístico, mas possui uma série de potencialidade que podem configurá-la em um, principalmente por se tratar de uma cidade antiga com o aspecto cultural podendo ser apontado como uma das marcas registradas do lugar, assim como o lado natural que também possui a importância enquanto componente do patrimônio arraiano.

O fato de ainda não ser um destino turístico faz com que a maioria do fluxo de visitantes que existe seja oriundo das festividades tradicionais da cidade, sendo todos ligados aos aspectos culturais e históricos do local. Por Arraias ter sido uma cidade que em seu início foi povoada por pessoas de diferentes lugares como os portugueses, africanos e indígenas, as heranças culturais que estas pessoas deixaram compõe uma diversidade de características que se fazem presente por todo o município através das manifestações culturais.

Atualmente uma das festas mais tradicionais da cidade é o Entrudo, tradição secular que é mantida e praticada pelos arraianos no período do carnaval. O entrudo se trata de uma manifestação cultural que teve início em Portugal e que chegou ao Brasil por intermédio da coroa portuguesa no século XVII, e que se espalhou por todo o território brasileiro chegando assim ao município de Arraias.

A festa tem uma duração de 4 dias e se configura como a principal programação carnavalesca da cidade com o tradicional “molha-molha” percorrendo as ao som de marchinhas que são entoadas na maioria das vezes pela banda da Polícia Militar do Estado do Tocantins da cidade, atraindo milhares de foliões todos os anos para a pequena cidade de Arraias.

Dentro do aspecto natural é possível apontar uma das marcas do município é o fato de ser carinhosamente conhecida como “Cidade das Colinas” por estar situada em uma área de predominância de relevo de forma inclinada ou colinosas com declives suaves que conota uma paisagem muito especial para o arraiano e para os que por aqui passam.

Portanto, com a junção de toda esta diversidade é possível afirmar que Arraias realmente possui uma vocação turística e que caso um dia o turismo venha acontecer a população arraiana terá muito a ganhar com essa atividade,

principalmente pela possibilidade de movimentação de renda para vários setores como, por exemplo, a hotelaria; alimentos e bebidas; artesanato e entre outras funções que podem ser beneficiadas com o firmamento do turismo.

5.3 A estrutura turística em Arraias

Ao se pensar em desenvolvimento da atividade turística é preciso inevitavelmente se atentar para uma estrutura de apoio com vistas ao bem receber dos visitantes e proporcionar a estas pessoas uma melhor experiência possível com o lugar, haja vista o fato de que no turismo se trabalha com a satisfação e principalmente com os sonhos destes turistas.

Ou seja, se torna necessário toda uma gama de estrutura que engloba desde a formação de profissionais aptos a trabalharem em prol do crescimento do turismo, a existência de infraestrutura de apoio como hotéis, pousadas, restaurantes entre outros e principalmente a infraestrutura básica como a criação de vias de acesso aos atrativos e, sobretudo a participação do poder público com a formulação de políticas públicas de incentivo a pratica do turismo.

Nesta perspectiva a cidade já se destaca pelo fato de possuir quatro meios de hospedagens, todos passíveis a categorização de pequeno porte, mas com estruturas satisfatórias que inicialmente conseguiriam atender a demanda turística de Arraias. Além disso, dois restaurantes, ambos que funcionam somente durante o dia, e dois pontos de *jantinha* que inicialmente poderia estar suprindo esta deficiência da cidade em termos de alimentação.

Além disso, a própria iniciativa de criar a Central de Atendimento ao Turista torna esta mais um elemento estrutural da cadeia turística, sendo este espaço de suma importância para atrair as pessoas a pararem na cidade, por ser o espaço destinado a um item essencial para que uma viagem seja aproveitada da melhor forma possível. Em 2016 o ministro do Turismo, Henrique Eduardo Alves pontua que “os centros de atendimento ao turista são fundamentais pois permitem o primeiro contato entre o visitante e a cidade. Tem o relevante papel de orientar e informar para que o turista tenha uma boa impressão do destino logo na chegada”.

Já em termos de infraestrutura básica, a cidade dispõe de um hospital que atende demanda municipal e regional, duas unidades básicas de saúde, companhia independente da Polícia Militar do Estado do Tocantins, Agência do Banco do Brasil, Banco Bradesco e uma casa lotérica, dentre outros que se configuram extremamente relevante dentro do setor turístico. No que diz respeito a infraestrutura de apoio, podemos destacar vários templos religiosos de diferentes congregações e crenças, dois postos de combustíveis, um supermercado de maior porte e outros de estruturas menores e três farmácias.

Já no que diz respeito ao setor público atualmente a cidade dispõe de uma secretaria de turismo que está atrelada a área de cultura, todavia, com apenas o secretário no comando da pasta, as ações ficam inviabilizadas pela falta de técnicos e pessoas capacitadas para atuar no setor de turismo do município.

Ainda não existem agências instaladas na cidade, mas Arraias conta com alguns potenciais que se explorados podem coloca-la em um patamar de cidade turística. Exemplo disso é a Cachoeira dos Macacos que fica a aproximadamente uns 5km do centro urbano, local bastante visitado pelos arraianos. Também a Cachoeira do Pé do Morro, que fica a uns 4km da cidade, Gruta da Lapa, esta que é uma caverna com grandes salões e formações bem desenhadas, Chapada dos Negros, onde teve a primeira formação da cidade de Arraias. Além disso, podemos citar poço da Bacia e da Pedra do Meio que são lugares frequentados pela comunidade arraiana em seu dia-a-dia na prática do lazer. Morro da Cruz, Museu Histórico e Cultural de Arraias, Centro Histórico, Painel Histórico e Igreja Matriz são outros exemplos de possíveis recursos que a cidade dispõe e que podem servir para a disseminação do turismo nesta cidade.

Na parte cultural podemos destacar algumas festividades existentes, quase todas em sua maioria ligadas ao religioso. A Roda de São Gonçalo, Suça, Catira, Caretagem, Festa de Nossa Senhora das Candeias, Entrudo, Romaria de Nossa Senhora dos Remédios, Folia de Santo Reis entre outras importantes manifestações culturais na formação identitária do arraiano, que perpetuam de geração marcando a legitimidade de seus traços.

Além disso, a própria existência de uma Universidade Federal, através do curso de Turismo, com ênfase no patrimônio cultural e natural, que tem o objetivo

formar profissionais para atuarem neste mercado da região sudeste tocantinense, realizando pesquisas referentes ao setor, auxiliando nas políticas a serem desenvolvidas. Uma das ações que é possível evidenciar o trabalho que vem sendo feito pelos alunos do curso juntamente com seus professores na perspectiva de apresentar os valores arraianos para a cidade/região foi a realização do primeiro Festival Gastronômico de Arraias que aconteceu em 2017 nos dias 1 e 2 de Dezembro.

Sob orientação da professora do curso de Turismo Patrimonial e Socioambiental Thamyris Carvalho Andrade, e em parceria com a prefeitura municipal de Arraias, o evento acabou mobilizando várias pessoas da cidade e região, e principalmente apresentando a importância da gastronomia enquanto um elemento cultural e que pode servir como uma alternativa viável para os arraianos, apresentando suas características a partir da composição dos pratos, além de servir como um mecanismo para auxiliar no acréscimo de renda.

O próprio projeto de gestão do uso do Museu Histórico e Cultural de Arraias – MHCA proposto pela professora Valdirene Gomes de Jesus também se concretiza como outra importante realização deste curso que está cada vez mais se mostra empenhado em possibilitar a comunidade arraiana acesso aos espaços de lazer que aqui existem. Isso sem levar em consideração a importância social que um museu desempenha perante a uma comunidade.

Isso tudo mostra que Arraias possui um potencial considerável para o desenvolvimento turístico, mas ainda existem setores que precisam ser estruturados, como é o caso da infraestrutura de apoio por meios das placas de sinalização turística, algo essencial para um local que deseja tornar-se em um destino turístico, além disso, maiores alternativas de comércio, artesanato entre outros.

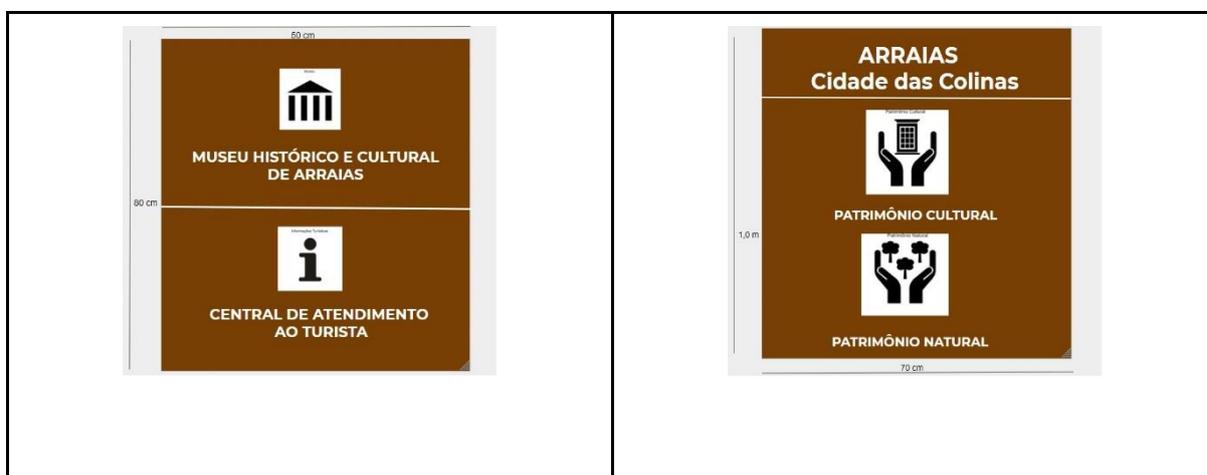
E pensando a longo prazo, na consolidação da atividade, é preciso que haja planejamento e desenvolvimento de políticas que fomentem a atividade turística de maneira a envolver a comunidade arraiana nas ações. E que também as estruturas não parem no tempo, uma vez que no mercado do turismo a excepcionalidade é uma exigência.

6. CONTRIBUIÇÕES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO RECEPTIVO EM ARRAIAS.

O estágio é uma etapa muito importante na formação do futuro profissional, pois se trata de uma etapa em que o mesmo possa perceber como funciona o mercado de trabalho.

Nesta perspectiva foi realizado o estágio na Central de Atendimento ao Turista de Arraias, que atualmente ainda se localiza nas dependências do Museu Histórico e Cultural de Arraias. Sendo que as primeiras ações desenvolvidas possuíam o objetivo de divulgar a Central de Atendimento ao Turista - CAT para a comunidade local, e também toda a região sudeste tocantinense por meio da página na rede social *Facebook*.

Após este primeiro contato com os usuários através da criação da página que objetivava informá-los sobre o funcionamento da CAT, foram elaboradas placas de sinalização turística conforme podemos observar a seguir na figura 2 visando o estruturamento turístico local. Sendo que estes modelos criados foram encaminhadas a Câmara dos Vereadores de Arraias/TO para serem apresentadas aos representantes locais na perspectiva de buscar apoio na construção destes equipamentos de suma importância para um local que vislumbra o desenvolvimento turístico.



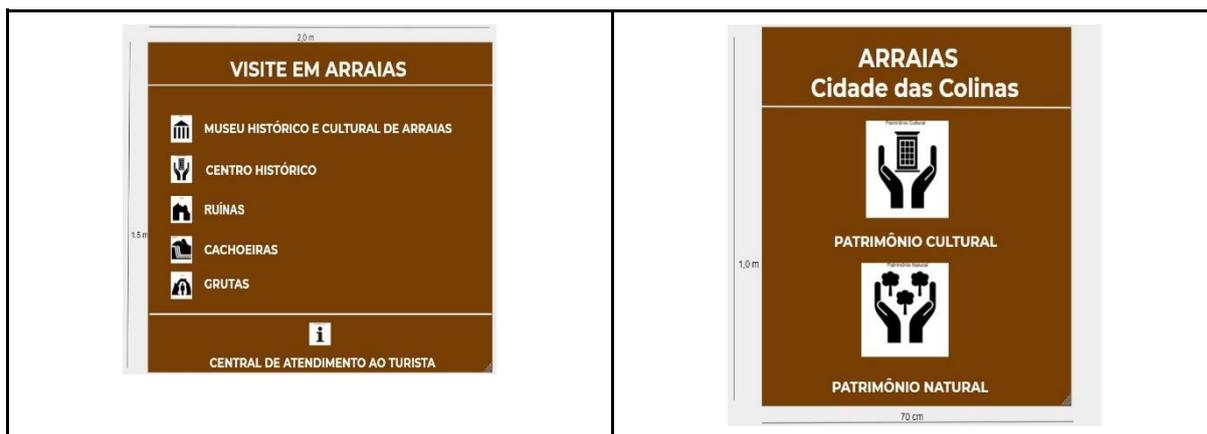


Figura 2. Material comunicativo criado no período de estágio para divulgar a cidade de Arraias/TO.

Fonte: Elaborado por Costa, 2018.

Estas placas retratam uma das ações que foram realizadas na perspectiva de vislumbrar o turismo no município de Arraias, sendo a informação um elemento primordial no desenrolar da atividade turística. Além disso, as instalações destes equipamentos supririam uma necessidade identificada no município que é a ausência de placas de sinalização turísticas, estas que dariam suporte para fazer com que estas pessoas que trafegam pela rodovia TO - 050 tivessem a possibilidade de parada em nossa cidade. Vale ressaltar que Arraias está entre dois grandes polos turísticos, sendo ele o Parque Nacional dos Veadeiros e o Parque Estadual do Jalapão, ou seja, daria para captar este público de passagem em nossa cidade e apresentá-los diversidade natural e cultural de Arraias.

Além disso, também foi construída uma ferramenta de pesquisa conforme podemos observar na figura 3 para ser aplicado ao público visitante da CAT, no intuito de colaborar como um material de apoio para a elaboração de ações da central, bem como o próprio suporte ao poder local com estes dados, podendo estar servindo no auxílio a formulação de políticas que visem o aperfeiçoamento da atividade no município.

Importante ressaltar que esta pesquisa já teve início no período carnavalesco da cidade, sendo aplicados alguns questionários aos visitantes da CAT, mas como até o fim deste estágio não havia quantidades suficientes para computação dos dados, o que acarretou na não possibilidade de agregar esta informação ao relatório.

Pesquisa de demanda turística e perfil do visitante - CAT/MHCA - Nº _____				
Data:	Local:	Entrevistador:		
Sexo:	Idade:	Estado civil:		
Masculino ()	15 - 18 anos () 18 - 25 anos ()	Solteiro (a) ()		
Feminino ()	25 - 35 anos () 35 - 45 anos ()	Casado (a) ()		
Outros ()	45 - 55 anos () 55 - 65 anos ()	Viúvo (a) ()		
Prefiro não dizer ()	65 - 75 anos () + 75 anos ()	Divorciado (a) ()		
Escolaridade:		União estável ()		
Sem escolaridade ()	Fund. Incompleto ()	Fund. Completo ()	Médio Incompleto ()	
Médio Completo ()	Superior incompleto ()	Superior Completo ()	Pós-Graduação ()	
Ocupação:				
Cidade de residência permanente	Estado	País		
Qual (is) cidade (s) irá visitar ou já visitou nesta viagem: _____				
Principal motivo da viagem (1 opção)				
Lazer ()	Religião ()	Compras pessoais ()		
Negócios/trabalho ()	Estudos e cursos ()	Saúde ()		
Eventos ()	Parentes e amigos ()	Outros () _____		
Se lazer, qual a principal motivação? (1 opção)				
Cultura ()	Esportes ()	Festas/eventos ()		
Natureza ()	Religião ()	Outros () _____		
Principal meio de transporte utilizado para chegar em Arraias? (1 opção)				
Carro próprio ()	Ônibus/Van fretado ()	Carona ()		
Carro alugado ()	Ônibus de viagem ()	outro () _____		
Pernoitou na cidade: SIM () NÃO ()		Quantas noites _____		
Principal meio de hospedagem utilizado? (1 opção)				
Hotel ()	Casa própria ()	Amigos/parentes ()		
Pousada ()	Casa alugada ()	outro () _____		
Principal fonte de informação para chegar na cidade de Arraias? (1 opção)				
Já conhecia o destino ()	Amigos/parentes ()	Internet ()		
Folders/propaganda ()	Local onde trabalha ()	Guias turísticos ()		
Sinalização ()	Artigos/jornais/revistas	Outros () _____		
Características do Viajante:		Casal com filhos ()		
Viaja sozinho ()	Casal ()	Colegas de trabalho ()		
Grupo familiar ()	Amigos ()	Qtd. de pessoas _____		
Nesta viagem, qual valor gasto ou que pretende gastar em Arraias com os seguintes itens:				
Transporte: _____	Alimentação: _____	Compras pessoais: _____		
Hospedagem: _____	Passeios: _____	Outros: _____		
Estes valores correspondem a quantas pessoas? _____				
Qual sua opinião sobre a estrutura de recepção ao turista da cidade de Arraias: hospedagem, alimentação, atrativos...				
Muito boa ()	Regular ()	Muito ruim ()	Observações:	
Boa ()	Ruim ()	Não sabe responder ()		
Quais aspectos você mais gostou da cidade de Arraias:				
Quais aspectos você menos gostou da cidade de Arraias:				
Você pretende retornar a Arraias? SIM () NÃO () NÃO SABE ()				
Qual sua opinião sobre o Museu Histórico e Cultural De Arraias				
Muito bom ()	Bom ()	Regular ()	Ruim ()	Muito Ruim ()
Como ficou sabendo do Museu:				
Já conhecia ()	Amigos/parentes ()	Sinalização ()		
Folders/propaganda ()	Internet ()	Outros ()		

Figura 3. Questionário criado para ser aplicado aos visitantes da CAT/Arraias.

Fonte: Elaborado por: Oliveira 2018.

Além disso, também foi realizada no período de estágio a divulgação de informações sobre locais com potencial ao desenvolvimento turístico, bem como ações que foram promovidas pela CAT. Estas ações foram publicadas na página da central no *Facebook*, este que se configurou em um ótimo ambiente para estar promovendo a circulação destas informações.

Principalmente por ter sido ações que teve um alto alcance com os usuários da cidade e região conforme podemos verificar na figura 4 que seguiam o perfil do Museu Histórico e Cultural de Arraias, perfil ao qual a página da CAT estava submetida. Conforme podemos analisar na imagem abaixo em ambas as publicações se teve mais de mil pessoas alcançadas, e considerando a informação como base primordial para o turismo, é possível afirmar que esta iniciativa teve um ótimo aproveitamento enquanto resultado.

Sendo possível perceber isso na forma como o período de estágio permitiu ao autor compreender a ausência de meios comunicativos na cidade, e de que forma essa fraqueza poderia estar sendo trabalhada em prol do afloramento turístico local. O que levou a perspectiva de inicialmente a promoção turística está sendo realizada na rede social abrangendo públicos de várias cidades circunvizinhas. Além de poder analisar a forma como aconteceu a interação dos usuários e seguidores da página no *Facebook*, na qual se pode afirmar que houve uma grande aceitabilidade por parte dos mesmos.



Figura 4. Fotos do alcance de algumas das publicações da página CAT no *Facebook*.
Fonte: Elaborado por Costa, 2018.

O fato do *Facebook* ser uma rede social que possui milhões de usuários, poderia ser um aspecto a está sendo aproveitado em prol da promoção do desenvolvimento turístico arraiano, principalmente com a propagação da internet em tempos atuais a rede social inicialmente estaria servindo como um suporte virtual para os consumidores, além de promover o lugar para a região. E as placas de sinalização no intuito de informar e atrair as pessoas que passam pela rodovia que corta a cidade.

Portanto, ficou claro a possibilidade de estar fomentando o estruturamento turístico Arraias por intermédio da rede social, podendo desenvolver ações virtuais junto aos usuários de maneira dinâmica e acessível. Pois se trata de uma ação simples e que pode ser compartilhada pelos seguidores, aumentando ainda mais o alcance da mesma. Também contribuí para difundir e fortalecer a imagem do local e além de ser modo dos consumidores estarem realizando o *feedback* sobre a prática realizada.

Ou seja, se tratando de uma CAT que não possui verbas para realizar suas ações, a mesma conseguiu se desdobrar e atingir um público considerável para suas primeiras iniciativas. Sendo necessária a continuação destas medidas para que

com o tempo o local venha a se tornar conhecido e assim está começando a receber o turismo.

Além disso, dentro do período de estágio foi realizado um projeto em parceria com a equipe do Museu Histórico e Cultural de Arraias denominado “Quiz do MHCA”, na qual tirava fotografias dos objetos museológicos e compartilhava na rede social *Facebook* para que os “amigos” do perfil do museu participassem da brincadeira, tentando adivinhar qual era aquele objeto.

Segue abaixo o demonstrativo nas figuras 5, 6 e 7 a forma como sucedeu a devolutiva dos seguidores do MHCA acerca das atividades propostas. Importante ressaltar que os museus possuem autonomia para desenvolverem práticas sociais dentro do contexto ao qual o mesmo está inserido



Figura 5: Quiz sobre o objeto museológico Quibano.

Fonte: Elaborado por Costa, 2018.



Figura 6: Quiz sobre o objeto museológico Badoque.
Fonte: Elaborado por Costa, 2018.

Conforme podemos observar, estas figuras representam a forma como aconteceu o aceite por parte da comunidade, respondendo o QUIZ MHCA, onde as pessoas deviam acertar o nome do objeto e além de relacioná-lo a alguma experiência de vida. Sendo que as fotos eram retiradas de ângulos confusos para dificultar de certa forma o nível da brincadeira.



Figura 7. Quiz sobre objeto museológico Artifício.
Fonte: Elaborado por Costa, 2018.

Portanto, este projeto se concretizou como uma importante ferramenta de interação e aproximação entre “amigos” do perfil do MHCA, tornando-os conhecedores daquele espaço, além de instigá-los a ir de encontro aa aquele local.

Além disso, o próprio cunho educativo que esta iniciativa teve, uma vez que todos os *quizes* levam as pessoas a postarem o nome e todo um contexto histórico e de utilidade daquele objeto. Também é importante ressaltar que através dos comentários das pessoas é notório que cada objeto continha uma particularidade que variava de pessoa para pessoa.

7. Considerações finais

Mediante as discussões que foram feitas neste trabalho, fica claro o quanto o turismo é um setor promissor para o crescimento econômico de um local, podendo ser uma atividade que permeie o processo de desenvolvimento do lugar devido toda a sua versatilidade.

Entretanto, aliado a este processo de crescimento do setor, cresce também a competição entre os vários destinos existentes pelos turistas e, de modo geral esta busca por vantagem competitiva faz com que a as ferramentas de marketing passem a se configurar como mecanismo central para atrair e manter este ciclo ativo de clientes.

Por isso, como Arraias está localizada em uma região ainda subdesenvolvida, o turismo poderia auxiliar no acréscimo de renda da comunidade local, contribuindo para o desenvolvimento municipal, trazendo melhores condições de vida para o povo arraiano.

Mas, que necessariamente precisaria está passando por todo um processo de planejamento, visando à prática da atividade sem gerar grandes impactos negativos para a comunidade local. Principalmente pelo fato de existir exemplos negativos da implantação do turismo em várias partes do mundo, em que não se houve o respeito às etapas de um planejamento adequado. Gerando graves impactos sociais, culturais e naturais em seus respectivos locais.

Para que após a estas etapas de planejamento como é o caso da estruturação do local, capacitação de profissionais, investimento entre outras ações venha ser feito o marketing local, para que quando a prática do turismo vier a acontecer o local já esteja apto a receber os turistas.

Ou seja, como a cidade já dispõe de uma infraestrutura mínima, estas ações que foram feitas potencializam Arraias/TO em termos turísticos, pois se configurou como uma ação que objetivou dar suportes para os visitantes que o município já recebe, mas que vezes passam despercebidos pela falta de uma Central de Atendimento ao Turista - CAT, bem como o próprio suporte virtual por meio da página no *Facebook*.

Porém, ainda há muito que se melhorar, e para isso é de suma importância a participação da comunidade, para que estes estejam presentes na articulação da atividade, e representantes abertos as necessidades do setor, afinal se trata de uma muito sensível por estar trabalhando com emocional das pessoas.

Portanto, sendo a proposta deste relatório discutir a relação do turismo com as novas formas de comunicação como alternativa para qualidade no atendimento ao turista no município de Arraias, na qual foram desenvolvidas ações em prol do fomento do setor turístico local. Tendo como devolutiva um resultado positivo de aceitabilidade e alcance daquilo que foi proposto, o que conota em um avanço para um local até então desprovido de meios comunicativos para inteirar principalmente o seu povo e de toda a região.

Além de ressaltar a importância da necessidade de continuidade destas iniciativas, pois a Internet é um instrumento cada vez mais relevante na promoção do turismo. Ou seja, deve se aderir estas ações como políticas duradouras, pois estas somam e muito para um local que almeja a consolidação da atividade turística.

Referências

ALVES, Michelle Margot. **O Papel das redes sociais no turismo: Uma análise da situação das agências de turismo no Distrito Federal**. Dissertação de Mestrado, Universidade de Brasília, Distrito Federal - DF, 2011.

ANDRADE, J, V. Turismo: **Fundamentos e Dimensões**. 6.ed. São Paulo, SP: Ática, 1999.

BARRETTO, M. **Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo**. 18.ed. Campinas, SP: Papirus, 2009.

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. 3ed. São Paulo: Editora Senac, 2000.

COUTO, Rosalina da Conceição. **Impacto Social do Turismo–Os Impactos Causados pela Hotelaria nas Comunidades Locais–Estudo de Caso: Complexo Costa do Sauípe**. Monografia de Especialização não-publicada, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2003.

COSTA, Magda Suely Pereira. **Poder local em Tocantins: domínio e legitimidade em Arraias**. BRASÍLIA – DF, 2008.

COOPER, C. **Turismo, princípios e prática**. Org. Chris Cooper, John Fletcher, Stephen Wanhill, David Gilbert, Rebecca Shepherd; trad, Roberto Cataldo Costa – 2 ed. – Porto Alegre: Bookman, 2001.

DIAS, Reinaldo. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Atlas, 2008.

DUMAZEDIER, Joffre. **Lazer e cultura popular**. São Paulo: Perspectiva, 1976.

GASTAL, Susana. MOESCH, Marustschka. **Turismo, Políticas públicas e cidadania**. São Paulo: Aleph, 2007.

GERHARDT, Tatiana Engel; SILVEIRA, Denise Tolfo. **Métodos de pesquisa / [organizado por]; coordenado pela Universidade Aberta do Brasil – UAB/UFRGS e pelo Curso de Graduação Tecnológica – Planejamento e Gestão para o Desenvolvimento Rural da SEAD/UFRGS**. – Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2009.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo, v. 5, n. 61, p. 16-17, 2002.

IDÍLIA SPENCER, Cardoso. **O Uso da Internet como Ferramenta de Comunicação na Promoção dos Destinos Turísticos: O caso da Ilha do Maio**. 2012. Trabalho de Conclusão de Curso.

LIMA, Francielle de. **Incursões reflexivas sobre o conceito de turismo e a qualificação " pedagógico" no binômio " turismo pedagógico"**. Universidade de Caxias do Sul Programa/Curso: Programa de Pós-Graduação em Turismo 2014.

MAAR, Wolfgang Leo. **O que é política**. Brasiliense, 1985.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais: aplicação nos estudos de transferência da informação**. *Ciência da informação*, v. 30, n. 1, p. 71-81, 2001.

MEYER, Juliana Teixeira. **O Turismo como fenômeno social de inversão**. *Revista da Graduação*, v. 1, n. 1, 2008.

SOUZA, Nelson Rosário de. **Fundamentos da ciência política**. 2. Ed. Ver. – Curitiba, PR: IESDE BRASIL, 2013.

OLIVEIRA, Antônio Pereira. **Turismo e Desenvolvimento: planejamento e organização**. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2005.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS. **Tourism and poverty reduction**. Genebra. Abril 2011. Disponível em: <http://unwto.org/sites/all/files/pdf/undp_discussion_paper_tourism_and_poverty_reduction_strategies_in_the_integrated_framework_for_least_developed_countries.pdf>. Acesso em: 04 julho de 2018.

PACHECO, Cíntia Gomes; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. **Informação e conhecimento como alicerces para a gestão estratégica empresarial: um enfoque nos fluxos e fontes de informação**. In: VALENTIM, Marta (Org.). *Gestão, mediação e uso da informação*. São Paulo: Cultura Acadêmica, 2010. p. 319-341.

TOMAÉL, Maria Inês; ALCARÁ, Adriana Rosecler; DI CHIARA, Ivone Guerreiro. **Das redes sociais à inovação**. *Ciência da informação*, v. 34, n. 2, 2005.

TORRES, Cláudio. **A bíblia do marketing digital**. 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.

WICHELS, Susana. **Comunicação Turística: desafios e tendências na contemporaneidade. Estudo de Caso: Tenerife**. Dissertação de Mestrado, 2014.