

Proposta do desenvolvimento de um site interativo de turismo de base comunitária

RESUMO

A união da tradição e ancestralidade à tecnologia utilizando a internet como um canal interativo pode ser um caminho para o fortalecimento de comunidades tradicionais. Muitas delas encontram-se isoladas fisicamente, o que dificulta o fortalecimento desses povos e a troca de experiências. O que se propõe aqui é a criação de um site que transporte uma rede física de Turismo de Base Comunitário (TBC) para uma tecnológica de forma que as barreiras físicas não sejam um fator limitante para a comunicação. A metodologia se baseia no desenvolvimento de passos para a criação de um site interativo de TBC. Os resultados desse trabalho são uma logomarca e a proposta do site, ferramenta que permite unir o conhecimento dos jovens com a sabedoria do conhecimento ancestral e que fornece um espaço para comunicação e diálogo buscando estimular também os visitantes por meio da interatividade funcionando também como um canal de divulgação para o TBC.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de Base Comunitária. Rede. Tecnologia.

Camilla Ribeiro da Silva Lirio

camillalirio@hotmail.com

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

André Felipe Nunes-Freitas

afnfreitas@gmail.com

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro

Marcelo Borges Rocha

rochamarcelo36@yahoo.com.br

Centro Federal de Educação Tecnológica Celso Suckow da Fonseca - CEFET/RJ

INTRODUÇÃO

Na sociedade globalizada em que vivemos, com grande circulação de informações, avanços tecnológicos, mudanças culturais e crescimento econômico, a internet se solidifica como um meio da rede global de computadores, em que milhões de pessoas estão interligadas para estudar, trabalhar, comprar, viajar, como se o planeta se tornasse um mundo tribal, uma chamada aldeia global (TOREZANI, 2007).

Com o aparecimento da tecnologia da informação, as culturas populares, na realidade do capitalismo, sofreram e sofrem transformações para se adequarem às exigências de mercado. Ainda nesse contexto, é possível perceber as influências de outras culturas que chegam contagiando os jovens, adultos, crianças e idosos por diferentes meios (LÓSSIO, 2004).

As “comunidades tradicionais” não são grupos socioculturais unificados; estão divididas em subcategorias como ribeirinhos, quilombolas, pomeranos, caiçaras e outros. Cada comunidade apresenta suas singularidades, com a delimitação de um território específico e uma estreita relação com o ambiente natural (VIANNA, 2008). No Rio de Janeiro são encontradas de forma expressiva as comunidades caiçaras, quilombolas e ribeirinhas.

A interdependência dessas comunidades com o meio faz com que sejam importantes fontes de preservação ambiental. Ao envolver as sociedades com o ecossistema em que vivem, são fortalecidos os vínculos econômicos, sociais, espirituais, culturais e ecológicos. (DIEGUES; VIANA, 2004). O grande problema é que essas comunidades, justamente por estarem isoladas dos grandes centros, muitas vezes não são enxergadas e grande parte da população que vive nas cidades e/ou centros urbanos nem sabem que existem, não conhecem seus costumes e nem sua cultura. Dessa maneira, perdem sua representatividade e sua voz nas principais decisões políticas e econômicas.

De acordo com o Decreto Federal Nº 6.040 de 7 de fevereiro de 2000, Povos e Comunidades Tradicionais são grupos culturalmente diferenciados que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.

Bertolo (2015) em um estudo com caiçaras percebeu que os jovens não se interessam mais pela cultura local devido à modernidade, e que esta ainda contribui para o aumento da criminalidade e uso de drogas. Apesar dessa visão negativa em relação à tecnologia e globalização, hoje se tem discutido como podem, quando alinhadas, contribuir para o fortalecimento das culturas tradicionais ao invés de acabar com as mesmas.

Segundo Montiel (2003), a globalização das comunicações, facilitada pelo desenvolvimento das tecnologias da informação e a criação de redes mundiais, tem potencializado os intercâmbios de bens culturais. Esse fenômeno fez com que o setor dos bens culturais se tornasse um dos ramos que mais cresce na economia mundial.

Pode-se dizer que a tradição popular vem se refuncionalizando e se transformando para sobreviver em tempos de concorrência. Unir tradição e

tecnologia era o pensamento do folclorista Mário Souto Maior, que gostava de misturar o novo para resgatar e divulgar as tradições populares (LÓSSIO, 2004).

Torezani (2007) explica que, com a rede global integrando e conectando pessoas e instituições em tempo real, a internet ultrapassa fronteiras geográficas para consolidar os cidadãos globais conjugando a universalidade. Para Castells (2007), a internet está alterando a forma em que as empresas e os fornecedores se relacionam com seus compradores.

O que se propõe neste trabalho é a criação de um site que transporte uma rede física de Turismo de Base Comunitária entre os diferentes pontos do Estado do Rio de Janeiro para uma rede tecnológica que ultrapassa as fronteiras. O site possibilita a perpetuação de culturas que outrora foram consideradas ameaçadas pela modernização e globalização e que hoje, pode ser instrumento de fortalecimento dessas comunidades por atrair a atenção dos jovens para este mercado. O constante relato dos membros de comunidades tradicionais que não querem que seus filhos passem pelas situações difíceis que passaram, desejando uma melhor qualidade de vida para os mesmos, não mais será correlacionado a perda e morte de culturas e tradições.

O fortalecimento do Turismo de Base Comunitária com a utilização da tecnologia como suporte além de atrair a atenção do turista e ampliar a visibilidade desse mercado, também atrai a atenção dos jovens das comunidades, que podem se sentir mais confortáveis com a utilização de uma ferramenta mais próxima de suas realidades e possam participar de forma ativa no processo, se inserindo em um nicho em que seus pais ou avós ainda não conhecem.

No primeiro encontro da Comissão Nacional para o fortalecimento das reservas extrativistas e dos povos extrativistas costeiros e marinhos (CONFREM) no Rio de Janeiro, a preocupação com os jovens, perpetuação da cultura e valorização do conhecimento dos anciões foi algo muito comentado, listado inclusive como uma prioridade para o desenvolvimento de ações voltadas para o tema.

A ferramenta aqui proposta, o site, é uma possibilidade de serem atraídos por um novo tipo de trabalho em que ao mesmo tempo em que fortalece a ancestralidade faz uso da tecnologia e interatividade. Além disso, o fortalecimento do Turismo de Base Comunitária com a utilização da tecnologia como suporte também atrai a atenção dos turistas e visitantes ampliando a visibilidade desse mercado.

Com isso, evidenciamos uma nova leitura no uso da tecnologia envolvendo as tradições populares. A globalização, Softwares avançados, novos chips para celulares, a quebra das fronteiras desencadeiam um processo de transformação nas tradições populares. Com isso, encontramos como saída a refuncionalização nos produtos das tradições populares para sobreviverem no mundo da concorrência, automação e tecnologia da informação (LÓSSIO, 2004).

METODOLOGIA

A proposta da criação do site como ferramenta para a comunicação pressupõe que uma série de outros passos sejam realizados anteriormente. No entanto, este processo não é simples. Deve-se levar em conta que a realização de

todos esses passos é muito lenta, demandando um gasto de energia, tempo e recursos em geral, já que são necessários encontros, definição de datas e intervalos de comunicação que contemplem a todos ou a maioria dos interessados.

O que se espera com a proposta é que, além de oferecer a ideia sobre uma ferramenta útil, é que esta funcione como um estímulo e incentivo para que os beneficiados diretos consigam visualizar de forma concreta o que pode ser feito, já que um planejamento para ações e projetos para longo prazo costumam ser desestimulante. Dessa maneira, ao terem uma prévia do produto final, podem ganhar maior impulso para a realização de todos os passos anteriores ao mesmo.

PASSOS PREPARATÓRIOS PARA O FUNCIONAMENTO DO SITE:

- Realização de um diagnóstico das comunidades tradicionais do Rio de Janeiro;
- Criação de uma listagem para convocação das comunidades para participação da rede;
- Realização da convocação das comunidades para apresentação da ideia e alinhamento das mesmas;
- Durante o encontro definir conjuntamente o nome da rede, objetivo, princípios e regras para os membros;
- Definição de papéis dos membros;
- Definição de intervalos de comunicações entre os membros.
- Comunidades que não apresentam roteiro e quiserem participar da rede devem criar os seus próprios.
- Definição de como seria a gestão do site.
- Planejamento de maneiras para captação de recursos para melhor funcionamento da rede.
- Diagnóstico entre as comunidades participantes para realização de treinamentos com objetivo de desenvolverem seus potenciais e colocá-los num nível padronizado de profissionalismo.

PASSOS PARA CRIAÇÃO DE UM SITE INTERATIVO DE TBC

1. Identificar se existe a necessidade e demanda para que a ferramenta seja proposta - É importante que após um contato prévio com as comunidades que se beneficiarão com a ferramenta, seja percebida a real demanda da mesma. Muitas vezes são criadas “soluções” para um determinado público sem que se o conheça de perto. Esse problema na comunicação cria uma confusão com o que se julga ser necessário, e o que é de fato. Sendo assim, o primeiro passo é identificar se a proposta de um site é realmente necessária para essas comunidades.

2. Definir o objetivo da ferramenta - Muitas são as necessidades das comunidades que trabalham com o TBC. É necessário que se tenha em mente que o site não resolverá como uma mágica todos os problemas que envolvem as mesmas. Também não é possível que, pelo menos na primeira versão do mesmo, ele tenha múltiplos objetivos. O site precisa ter um objetivo principal, forte o suficiente para que ele exista.
3. Conhecer o Público que necessita essa demanda - Como falado no primeiro passo, o público que demanda pelo site deve ser conhecido, para que se possa planejar o mesmo de acordo com essas pessoas.
4. Direcionar o máximo possível o grupo que assumir as principais responsabilidades - O Público precisa ser direcionado ao máximo porque as estratégias para comunicação, profundidade do conteúdo e complexidade do uso da tecnologia serão planejados tendo como base as pessoas que se utilizarão deles.
5. Identificar a intimidade dos administradores/utilizadores com a tecnologia - Não adianta a proposta de um site que seja incrivelmente tecnológico e multifuncional se os administradores escolhidos para levarem o projeto à diante não tenham a mínima intimidade com a tecnologia ou pior, até mesmo uma fobia e dificuldade de compreensão do seu uso. Fica claro aqui que a melhor ferramenta é aquela que seu público consegue gerir, logo essa identificação é a base para obter sucesso no projeto.
6. Definir o nível de complexidade da ferramenta - Seguindo a linha de raciocínio do passo anterior, a complexidade do site deve ter como base quem o administrará, para que o mesmo seja de fato funcional, caso contrário, se estiver com um nível de complexidade além do que os administradores conseguem utilizar, gera desmotivação, frustração, e o objetivo não será alcançado.
7. Criar estratégias baseadas no público escolhido para administrar a ferramenta - Como dito no passo anterior, as estratégias serão baseadas de acordo com a definição dos administradores da ferramenta, o que também indica mais uma vez a necessidade de se conhecer esse público.
8. Definir quais estratégias serão utilizadas para que esse objetivo seja alcançado - Conhecendo os administradores o que se quer atingir com o público em geral, deve-se definir por meio de quais estratégias o objetivo seria alcançado. O site aqui proposto foca na interatividade, que é algo trabalhoso, mas que atrai principalmente a atenção dos jovens e de muitos internautas.
9. Definir que serviços a ferramenta vai oferecer ou que conteúdo estará disponível - É importante que se defina os serviços que serão priorizados para que os visitantes do site não se sintam confusos, percam o foco ou se assustem com o excesso de informações .

10. Identificar as necessidades das pessoas que serão os principais utilizadores - Fazer uma pesquisa de mercado para que se identifique as principais necessidades dos utilizadores do site, entrando em um consenso do que a rede pode oferecer e do que os visitantes do site estão em busca, criando assim uma sintonia entre a oferta e a demanda.
11. Unir as necessidades à inovação e ao lúdico - Para que o site seja interativo, o mesmo deve ser convidativo, o visitante deve sentir-se confortável para nele permanecer. Trabalhar com o lúdico é uma boa opção já que chama a atenção por ser diferente, passa a imagem de algo mais divertido, mais leve, além de atrair o olhar dos jovens que utilizam grande parte do seu tempo com a internet. Esse formato também traz a inovação para sites de TBC.
12. Pesquisar sites que trabalham com o TBC e evidenciar o que gosta e o que não gosta para cada um deles - Trabalhar com a inovação e tentar trazer o diferente para que a funcionalidade de uma ferramenta seja aumentada, logo, é imprescindível que sites do mesmo tema sejam avaliados, de forma que se perceba o que já vem sendo feito, e o que poderia ser feito para melhorar a passagem dessa informação.
13. Escolher as emoções, sentimentos e valores que deseja passar - Escolher as emoções, sentimentos e valores que serão a marca do site, o estudo deve ser feito baseado no grupo que será beneficiado com a ferramenta, nas pessoas que trabalham com o TBC, a partir disso, trazer por meio da logomarca e das cores a essência desse grupo.

A PROPOSTA PARA O SITE

A criação da proposta do site foi feita para facilitar a interação entre os membros de uma rede e dos membros com os visitantes do site de uma forma simples e clara onde as informações e possibilidades de escolha dos destinos, hospedagem, restaurantes, passeios, e outras atividades estivessem à disposição do turista/visitante.

Para isso foram pensadas em duas áreas principais no site, onde uma seria privada para os membros da rede e administradores, para alimentarem o site e interagirem entre si, enquanto a outra seria aberta a qualquer visitante.

Foi utilizado como modelo para a proposta de roteiro lúdico, o do site da Rota Cervejeira RJ. Para que o visitante do site não se sinta desamparado ou perdido na montagem do seu roteiro, existirá um guia turístico em forma de desenho, orientando os próximos passos.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A LOGOMARCA

A preocupação com a transmissão e o armazenamento da informação da cor, como texto cultural, é regido por códigos culturais que sofrem interferências de outros tipos de códigos da comunicação humana, como a linguagem verbal, por exemplo. Dentro das artes visuais, a cor não é apenas um elemento estético, mas o fundamento da expressão que se liga à expressão de valores espirituais e sensuais, sendo também objeto de estudo da semiótica que analisa como o ser vivo se relaciona com ela sensivelmente (GUIMARÃES, 2000).

A imagem de um destino turístico é a soma das crenças, ideias e impressões que as pessoas têm dele. A logomarca e o slogan do destino turístico podem ser usadas para modificar, fortalecer ou desenvolver tal imagem através das estratégias de promoção, que por sua vez, torna-se extremamente importante para o posicionamento de marketing do destino no mercado turístico (CRUZ, CAMARGO; VERNAY, 2008).

A utilização de logomarcas também é um importante elemento para o fortalecimento da imagem de um determinado destino turístico, levando em conta o que ela representa simbolicamente, as características de uma localidade, o que auxilia a promoção do posicionamento no mercado turístico. Para criar uma logomarca é necessário analisar uma série de fatores, como por exemplo as variáveis climáticas, produtos e serviços turísticos, setores econômicos, aspectos antropológicos, culturais, gastronômicos, artísticos e folclóricos como também a história, os costumes e o comportamento da população para que tais ferramentas possam ser criadas de forma correta, autêntica e veridicamente frente a demanda real e potencial (CRUZ, CAMARGO; VERNAY, 2008).

Dessa maneira, o primeiro produto criado neste trabalho, para dar início à construção do site foi a logomarca. Inicialmente foram escolhidas as cores e posteriormente as formas. A escolha das cores foi baseada nos sentimentos que se queria passar para os visitantes do site, cores que representassem a cultura das comunidades, além disso, o clima e as características naturais do Estado do Rio de Janeiro também foram explorados. Por fim, o sentimento do que o turismo pode oferecer para os visitantes/turistas. As cores selecionadas foram: marrom, preta, branca, verde, vermelha, amarela e azul (Figura 1).

Figura 1: Logomarca ilustrativa da Rede de Turismo Comunitário do Rio de Janeiro (TUCRJ).



Fonte: Autores.

O marrom foi escolhido para ser a cor predominante, a ideia foi mostrar a aproximação que as comunidades tradicionais têm com a terra, com o solo,

muitas vezes no plantio, na criação de animais, no andar descalço, na retirada do seu sustento alimentar, nas atividades artesanais em geral.

O verde em volta da primeira letra faz alusão às matas e à vegetação, onde será realizado o turismo, no Rio de Janeiro é predominante a vegetação de Mata Atlântica e os locais onde essas comunidades se situam são preservados, muitas vezes Unidades de Conservação.

O vermelho, por dentro da segunda letra, traz a força, a euforia e a vitalidade dessas comunidades, que lutam pelos seus ideais, pelos seus territórios, e para que sejam ouvidos. É uma luta constante pela resistência de suas culturas.

O amarelo em meio ao semicírculo representa o sol, próximo ao azul cobrindo o RJ, representando o estado do Rio de Janeiro como banhado pelos mares e pelas águas. Um contexto geral de uma área banhada pelo mar, ensolarada, com muita vegetação, onde são encontradas culturas tradicionais fortes ligadas à utilização da terra e atividades primárias para sobreviver.

O preto encontra-se em posição de contraste com o branco para que a logomarca fique ainda mais em evidencia, e a forma do desenho da área preta objetiva trazer um pouco da agressividade, força e ancestralidade, como se o desenho tivesse sido feito à mão justamente por culturas tradicionais, como os povos indígenas, por exemplo. Além disso, a imagem de todas essas cores em uma única logomarca traz a alegria que todo esse turismo pode oferecer.

O SITE

O site completo apresentará cinco abas principais de acesso a todos os visitantes e uma área exclusiva dos membros. Inicialmente, o site não teria todas as abas propostas. Conforme a adaptação dos utilizadores outras seriam acrescentadas, ou seja, o nível de complexidade do site pode ser aumentado ou diminuído de acordo com a resposta dos administradores da página e participantes da rede.

Na primeira aba (Figura 2) se objetiva construir um mapa lúdico por meio do qual os interessados em realizar os roteiros poderão montá-lo dando prioridade as localidades e tipos de comunidades que gostariam de conhecer. Além disso, também poderão escolher os serviços que gostariam de utilizar.

Para isso estará disponível a ajuda de um auxiliar que dará as opções de escolha existentes e auxiliará o visitante do site na montagem do roteiro.

Figura 2: Representação da primeira aba do site, onde está é exibido roteiro interativo para montagem do roteiro personalizado.



Fonte: Autores.

Para a construção do roteiro integrado do estado do Rio de Janeiro pensou-se na criação de uma série de mapas junto às comunidades por meio da cartografia social onde elas próprias apontariam as atividades e pontos turísticos interessantes para se colocar no roteiro. Após a realização desta etapa um profissional juntaria essas informações apresentando-as de forma lúdica, similar ao apresentado na figura 2.

Na segunda aba do site o visitante encontraria informações gerais sobre a rede, sobre a motivação de ter sido criada, o objetivo, como é fazer parte da rede, comunidades participantes, dentre outras informações que as comunidades julguem importantes estarem presentes no site.

Geralmente, em outros sites, a aba aqui proposta para ser a segunda, costuma ser a página principal. Neste caso, essa aba seria a segunda porque mesmo obtendo informações de extrema importância, a aposta aqui é no lúdico e na interatividade, para que tão logo o visitante entre no site, já seja surpreendido com o roteiro e com a atenção do auxiliar de montagem do roteiro.

A terceira aba consiste na loja virtual. Essa é uma das áreas do site, que só seria incluída após algum tempo de uso da ferramenta. Quando os utilizadores se sentirem familiarizados e estiverem de acordo em aumentar o nível de complexidade do mesmo. Para que a loja funcione, uma série de trâmites externos devem ocorrer em sincronia, como por exemplo, a organização dos artesãos, definição de produtos a serem vendidos, preços, porcentagem que fica para a rede, como será feita a entrega, entre outros, ou seja, cabe aos membros a decisão do que vai ser vendido, de que forma, e como será chamada essa loja online.

Qualquer pessoa poderá adquirir um produto na loja que conterá produtos artesanais produzidos pelas comunidades participantes da rede.

A quarta aba traria alguns destaques como festas, festivais, novos estabelecimentos cadastrados, dentre outros. Funcionaria como uma área de marketing da própria rede para atrair a atenção dos visitantes do site. Essa aba já poderia estar incluída no site desde o início da sua criação sendo, no entanto, muito movimentada, exigindo grande dedicação aos administradores.

Na quinta aba, o visitante tem a possibilidade de fazer contato com os administradores da página tirando suas dúvidas e sugerindo ideias.

Além dessas abas abertas a todos os visitantes também existiria uma área privada, com uso de login e senha, para os administradores do site e membros da rede.

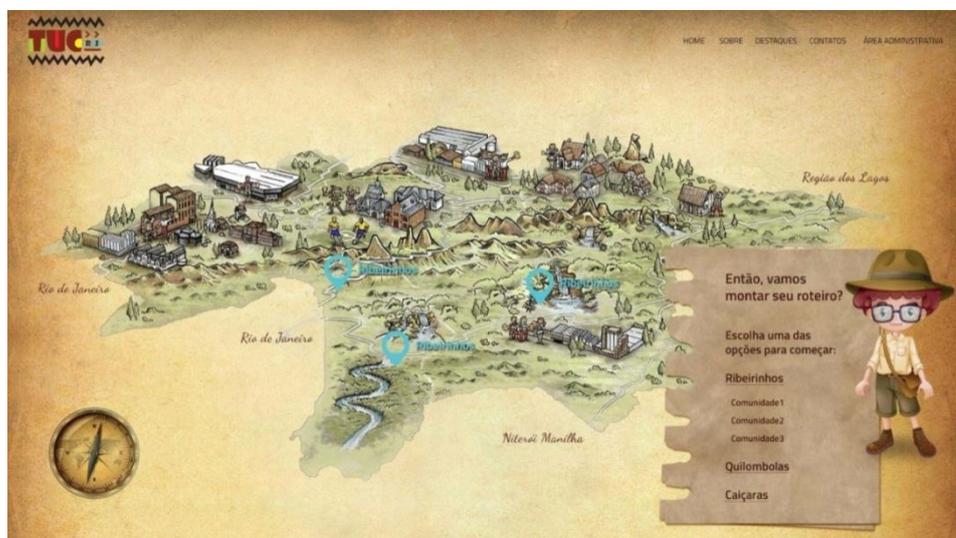
MONTANDO O ROTEIRO

Na primeira aba, figura 2, o visitante se depararia com alguns filtros. Primeiramente ele pode escolher qual(is) a(s) localidade(s) pretende visitar escolhendo-as no mapa. Posteriormente, com a ajuda do auxiliar, o visitante tem a oportunidade de escolher o(s) tipo(s) de comunidades que gostaria de conhecer. Exemplificadas na figura, em colorações diferentes, estão as comunidades tradicionais mais representativas do estado do Rio de Janeiro: Ribeirinhas, Quilombolas e Caiçaras.

O mapa utilizado para a realização da proposta neste trabalho é totalmente ilustrativo, não representando verdadeiramente as localidades descritas. Também fica como sugestão de que o auxiliar de montagem do roteiro tenha um nome, este nome e todos os outros detalhes devem ser escolhidos em conjunto pelas comunidades participantes da rede.

A figura 3 exemplifica a utilização de um filtro. Supondo que o visitante tenha escolhido visitar as comunidades ribeirinhas. Ele escolherá então a opção Ribeirinhos.

Figura 3: Representação do início da montagem do roteiro na etapa da escolha das comunidades para visita



Fonte: Autores.

Após a escolha dessa categoria o auxiliar apresentaria todas as comunidades ribeirinhas daquela localidade que estão cadastradas no site. Na figura, denominadas como: Comunidade1, Comunidade 2 e Comunidade 3. O visitante mais uma vez escolhe qual(is) a(s) comunidade(s) ribeirinha(s) daquela área deseja conhecer. Desta mesma maneira poderia ter escolhido as outras opções de comunidades, como Quilombolas ou Caiçaras.

O próximo passo é a escolha dos serviços oferecidos pelas comunidades selecionadas como passeios, restaurantes, pousadas, dentre outras possibilidades, e mais uma vez, o visitante terá a possibilidade de escolher estes serviços e incluir no seu roteiro.

Uma sugestão e um diferencial para o site e montagem do roteiro é que cada serviço tenha um preço médio, sendo assim, após cada inserção de serviço no roteiro, ao concluí-lo, o visitante teria um valor médio total de quanto gastaria para realizar tudo que está em seu roteiro, podendo incluir ou excluir algumas possibilidades de serviços do seu pacote, até que o roteiro a ser realizado esteja dentro das suas possibilidades financeiras desse cliente.

O JOGO

Além da montagem do roteiro de maneira simples e interativa também foi pensado um modelo de jogo, porém o mesmo não estaria no site de imediato, pelo contrário, seria a última etapa de inclusão na ferramenta. Com ele, o site atingiria o mais alto nível de complexidade e este só seria incluído se fosse de fato funcional, se os administradores e utilizadores se mostrassem confortáveis e interessados para isso.

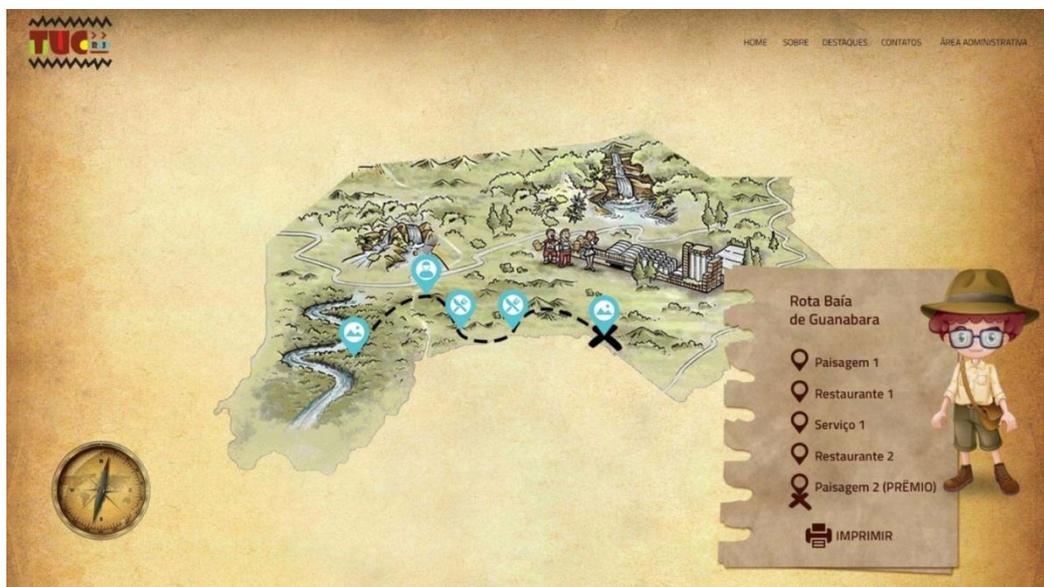
Para participar do jogo, o visitante cadastraria seu e-mail no site para receber um código. Este código daria acesso ao jogo e quando efetivamente começasse a realizar o roteiro e jogar, o código poderia ser apresentado nos empreendimentos cadastrados à rede. Quanto mais o código fosse apresentado pelo jogador mais pontos cadastrados, mais ele receberia bônus, dessa forma, o jogador poderia receber descontos em estabelecimentos cadastrados à rede ao longo do trajeto do seu roteiro ou poderia acumular o bônus para resgatar um produto na loja virtual.

O objetivo do jogo para os membros da rede é fazer com que o jogador se sinta motivado a utilizar ao longo do seu roteiro os serviços dos estabelecimentos cadastrados à rede, ou seja, se existissem dois restaurantes, um ao lado do outro, com serviços parecidos, estando um cadastrado à rede e o outro não, o cliente provavelmente daria a preferência ao restaurante cadastrado pelo fato de ganhar vantagens em utilizar seus serviços.

O objetivo do jogo para o jogador é que todas as rotas sejam concluídas. Quando conseguisse concluir todas as rotas poderia ser considerado vencedor. Cada rota receberia uma denominação.

Após o roteiro personalizado ter sido incluído no jogo, o mesmo seria traçado, sendo indicada a melhor forma de realizá-lo (Figura 4).

Figura 4: Com a participação no jogo, a rota personalizada é evidenciada no mapa com pontilhados.



Fonte: Autores.

GESTÃO DA FERRAMENTA

ÁREAS ADMINISTRATIVAS 1 e 2

Para acesso a área administrativa o membro deve ser reconhecido pelos outros membros como um participante da rede ou administrador do site, a partir desse momento, este receberá um login e uma senha para acesso.

Esta área restrita será dividida em duas partes. A primeira, área administrativa 1, para alterações e inserções no site como empreendimentos ou passeios no roteiro, eventos e atividades no calendário e destaques do mês. Os administradores também serão os responsáveis por orientar quanto aos problemas técnicos e darem suporte ao funcionamento do jogo e aos jogadores.

Na área administrativa 2 existirá um fórum. Nesta área os membros da rede poderão se comunicar em diferentes graus e níveis. Na área principal existirá um tópico para assuntos gerais, que serão assuntos de interesse de todos os membros da rede ou que envolva pelo menos duas diferentes classes de comunidades.

Além deste tópico principal, os tópicos também poderão ser divididos pelos tipos de comunidades, ou seja, dentro desses tópicos existirão assuntos relevantes somente aos Ribeirinhos ou aos Quilombolas, ou aos Caiçaras. Dentro destes, problemas e questões específicas de cada classe serão abordados por subtópicos, e dentro de cada assunto os membros poderão interagir sendo identificados pelos seus nomes.

A estrutura da página com os tópicos principais só poderá ser alterada pelos administradores do site, porém os subtópicos sim poderão ser criados por qualquer membro.

A partir da elaboração do site interativo, esperamos: o aumento da comunicação entre os participantes da rede e maior integração; união de ideias e pensamentos; criação de laços (conexão de pontos) e fortalecimento dos elos e relações já existentes; o aumento do número de turistas para o TBC no Rio de Janeiro; reconhecimento sobre o TBC existente no RJ; o aumento de conhecimento sobre o conceito do TBC no Rio de Janeiro e o fortalecimento das culturas das comunidades tradicionais.

Para que ocorra o desenvolvimento sustentável num determinado local, se faz necessário o equilíbrio principalmente entre três fatores: o social, o ambiental e o econômico. O tripé da sustentabilidade precisa estar em sintonia para que esse desenvolvimento seja saudável.

O trabalho aqui descrito traz uma ferramenta para facilitar a comunicação entre comunidades em diversos níveis. Entre os membros de uma comunidade, entre duas ou mais comunidades e entre as comunidades e os visitantes do site que podem ser quaisquer pessoas do Brasil e do mundo. Além disso, promove a interação entre jovens e idosos, de forma a valorizar as culturas ancestrais com o saber dos anciãos unindo-se ao conhecimento dos jovens, que se sentem mais confortáveis com o uso da tecnologia, trazendo a inovação tecnológica para essas realidades.

Tudo isso num cenário de Turismo de base comunitária, que segundo a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário – TURISOL (2008) tem como alguns dos princípios:

- A participação dos atores locais desde o planejamento até a gestão do turismo em seu território;
- A concepção do turismo como uma atividade complementar a outras atividades econômicas já praticadas na comunidade;
- A geração e distribuição de renda equitativa, praticando preços justos, satisfazendo a comunidade e o turista, além de promover a distribuição de renda entre os moradores locais;
- A valorização cultural e a afirmação da identidade cultural local.
- A concepção do modo de vida local como principal atração turística da comunidade;
- A relação de parceria e troca entre o turista e a comunidade. O turista é visto como um parceiro, não como um cliente;
- A conservação e a sustentabilidade ambiental;
- A cooperação e a parceria entre os diversos segmentos relacionados ao turismo de base comunitária;
- O auxílio na luta pela posse da terra pela comunidade através do turismo de base comunitária.

Os princípios aqui descritos estão em total alinhamento com o desenvolvimento sustentável e o site proposto, por sua vez, pode potencializá-los, visto que visa melhorar a comunicação entre comunidades que buscam desenvolver de formas sustentáveis.

Em setembro de 2015 as Nações Unidas definiram os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). A agenda foi lançada durante a Cúpula de Desenvolvimento Sustentável e discutida na Assembleia Geral da ONU. É formada por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que devem ser implementados pelos países até 2030.

Dos 17 ODS, 8 deles são contemplados direta ou indiretamente pelas atividades propostas neste trabalho. Estes objetivos são:

Objetivo 1: Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;

Objetivo 5: Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;

Objetivo 8: Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;

Objetivo 9: Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

Objetivo 12: Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;

Objetivo 14: Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;

Objetivo 15: Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;

Objetivo 16: Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Com a utilização do site de forma a fortalecer o turismo comunitário, mais empregos podem ser gerados de forma associativa, com a distribuição de renda de forma justa, levando em conta o desenvolvimento das comunidades com uma gestão participativa, além disso, também ocorre o incentivo ao uso da inovação da tecnologia, de hábitos e ideias. Além disso, dissemina o conhecimento das culturas tradicionais por meio da divulgação destas para os visitantes em geral. Dessa maneira, ocorre a promoção de sociedades pacíficas por se incentivar o respeito às diferenças.

O site é um canal de conhecimento sobre modos de vida importantes e diferenciados que muitos não têm acesso pelo isolamento físico das comunidades. Ele traz uma nova visão sobre estilos de vida que se relacionam com o ambiente de uma forma diferente, sendo também uma ferramenta de educação ambiental, mesmo que de forma indireta.

O alcance da igualdade de gênero também pode ser considerado, já que muitas mulheres são representantes e vozes ativas nas comunidades, com alto

potencial empreendedor, no artesanato, na culinária local, entre outras atividades;

Com isso, se apresenta um modelo de consumo sustentável, baseado numa economia solidária, assegurando padrões e consumo sustentáveis, onde os produtos são construídos pelas mãos dos membros dessas comunidades e seus lucros retornam a elas.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo de Base Comunitária que vem sendo realizado no Rio de Janeiro enfrenta problemas típicos de uma modalidade em crescimento que é realmente muito nova.

A proposta do site traz a possibilidade do TBC se tornar mais conhecido pelo público em geral, de aumentar a interação entre as pessoas que trabalham com ele melhorando os canais de comunicação, já que as comunidades estão espalhadas por diversas localidades. Sendo assim, é um canal para trazê-las para uma plataforma temática facilitando o processo.

Além disso, a proposta oferece algumas etapas com diferentes níveis de complexidade para uso da tecnologia e interatividade de acordo com a adaptação de quem utilizará a ferramenta, principalmente de quem alimentará o site com informações.

A próxima etapa seria a materialização da proposta do site com sua criação e posteriormente uma fase de teste para acompanhamento e realização dos ajustes que fossem necessários.

A internet é o canal de comunicação global que permite que pessoas de diferentes pontos do mundo consigam estar com ideias e pensamentos conectados mesmo que fisicamente distantes. O TBC é uma forma de resistência das comunidades e culturas tradicionais, e o fortalecimento desse turismo tão novo depende da união de quem luta pela mesma causa.

Para isso, é importante que esse conhecimento ancestral caminhe de mãos dadas com a tecnologia sendo primordial a contribuição e trabalho dos jovens pertencentes às comunidades, de forma que a tradição e cultura das mesmas sejam perpetuadas por meio do novo. O paradoxo do novo que fortalece o antigo se faz aqui presente. A tecnologia pode sim fortalecer a ancestralidade.

Proposal for the development of an interactive community based tourism site

ABSTRACT

The union of tradition and ancestry to technology using the internet as an interactive channel can be a way to strengthen traditional communities. Many of them are isolated physically, which makes it difficult to strengthen these peoples and exchange experiences. What is proposed here is the creation of a site that transports a physical network of Community Based Tourism (TBC) to a technological one so that physical barriers are not a limiting factor for communication. The methodology is based on the development of steps for the creation of an interactive TBC website. The results of this work are a logo and the proposal of the site, a tool that unites the knowledge of young people with the wisdom of ancestral knowledge and that provides a space for communication and dialogue seeking to stimulate visitors also through interactivity also functioning as a channel of disclosure for TBC.

KEYWORDS: Community-Based Tourism. Networking. Technology.

REFERÊNCIAS

BERTOLO, G et al. Narrativas do Espólio: **Uma Etnografia Sobre o Fandango e a Perda Cultural Caiçara (Cananéia SP)**. 2015. 167 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) Universidade Federal São Carlos, 2015.

BRASIL. **DECRETO Nº 6.040**, DE 7 DE FEVEREIRO DE 2007. Brasília, DF: Presidência da República, 2007. Disponível em: www.planalto.gov.br. Acesso em: 13 de setembro de 2016.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. 10ª Ed. São Paulo, Paz e Terra, 2007.

CONFREM: Quem somos. Disponível em: <https://confrem.wordpress.com/pagina-principal/quem-somos/> Acesso em: 10 de setembro de 2016.

CONFREM: **Relatório do I Encontro Estadual da CONFREM Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro, 2016.

Cruz, R. Camargo, P. Vernay, B. Logomarcas e Slogans: Promovendo o Posicionamento de Marketing e a Imagem do Destino Turístico. **X SIT – Seminário Internacional de Turismo. “Ciência e Inovação Tecnológica em Benefício ao Turismo”**. CURITIBA - PR, 2008.

DIEGUES, A. C. S.; VIANA, V. M. (Orgs.). **Comunidades Tradicionais e Manejo dos Recursos Naturais da Mata Atlântica**. 2ª ed. São Paulo: HUCITEC: NUPAUB: CEC, p.273, 2004.

GUIMARÃES, L. **A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores**. São Paulo: Annablume, 2000.

LÓSSIO, R. O Uso da Tecnologia nas tradições Populares. **Revista Continente Multicultural**, Ano IV, n. 38, p. 7, 2004.

MONTIEL, E. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: Uma base de Dados para a Cultura. Brasil: **UNESCO**, Parte IV, Cap.10, p.150-160,2003.

NACÕES UNIDAS: Agenda 2030. Disponível em: <https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/> acesso em 10 de outubro de 2017.

ROTA CERVEJEIRA DO RIO DE JANEIRO. Disponível em: <
<https://rotacervejeirarij.com.br/>>, acesso em 8 de agosto de 2017.

TOREZANI, J.N. INTERNET, CULTURA E TURISMO: O Patrimônio Arquitetônico de Ilhéus em Sites Informativos de Turismo. ILHÉUS: **UESC**, p37-38. 2007.

TURISOL. Rede Brasileira de Turismo Comunitário e Solidário. Presentation held at the **II International Seminar on Sustainable Tourism**. Fortaleza, 2008.

VIANNA, L. P. De invisíveis a protagonistas: populações tradicionais e unidades de conservação. São Paulo: **Annablume**; FAPsESP, 2008.

Recebido: 09 jul 2018.

Aprovado: 03 out 2018.

DOI: 10.3895/rts.v15n36.8534

Como citar: LIRIO, C.R.S. *et al.* Proposta do desenvolvimento de um site interativo de turismo de base comunitária. **R. Technol. Soc.**, Curitiba, v. 15, n. 36, p. 94-111, abr./jun. 2019. Disponível em: <<https://periodicos.utfpr.edu.br/rts/article/view/8534>>. Acesso em: XXX.

Correspondência:

Camilla Ribeiro da Silva Lirio
Rua Nossa Senhora da Conceição, 275. Ilha da Conceição, Niterói, Rio de Janeiro.

Direito autoral: Este artigo está licenciado sob os termos da Licença Creative Commons-Atribuição 4.0 Internacional.

