

DESENVOLVIMENTO DE PLATAFORMA DE COMUNICAÇÃO PARA COMUNIDADES QUE ADOTAM O MODELO DE GESTÃO TURISMO COMUNITÁRIO

Laís Cristina Faria Cordeiro – laiscordeiroconsultoria@gmail.com

Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Sergipe

José Augusto Andrade Filho – jose.andrade@ifs.edu.br

Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Sergipe

Letícia Bianca Barros de Moraes Lima – leticia.lima@ifb.edu.br

Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Brasília

Jaime José da Silveira Barros Neto - jaimesbn@gmail.com

Programa de Pós-Graduação de Mestrado Profissional em Turismo – Instituto Federal de Sergipe

Resumo — O artigo aborda o tema sobre tecnologia da informação e comunicação no turismo, com foco no desenvolvimento comunitário através da utilização de uma plataforma de comunicação. O objetivo da pesquisa é criar uma plataforma de comunicação para comunidades que utilizam como modelo de gestão o turismo comunitário. Para o uso desta plataforma é necessário realizar o levantamento das potencialidades das comunidades participantes. A metodologia de coleta das informações será a aplicação de um inventário de potencialidades dentro de uma oficina com os membros das comunidades. Como resultado espera-se a disseminação do tema turismo comunitário entre as comunidades tradicionais, a academia e os turistas; o fomento da atividade turística de forma empoderada e empreendedora e o desenvolvimento comunitário de forma conjunta.

Keywords— Inovação, Potencialidades Turísticas, Tecnologia de Informação e Comunicação, Turismo Comunitário.

Abstract — The present paper addresses the topic of information technology and communication in tourism, focusing on community development using a communication platform. The goal of this research is to create a communication platform for communities which use the Community Tourism as a management model. In order to use this platform, it is necessary to verify the potentialities of the participating communities. The information gathering methodology is the application of a potentialities inventory within a workshop with community members. As a result, the community tourism management model is expected to spread among traditional communities, academia and tourists; the promotion of tourism in an empowered and enterprising way and the improvement of communities which use the platform.

Keywords —Innovation, Turistic Potentialities, Communication and Information Technology, Community Tourism.

1 INTRODUÇÃO

O turismo, quando bem organizado, é considerado força promotora de benefícios em função da possibilidade de proporcionar melhorias na situação econômica de cada elemento que compõe a oferta de serviços turísticos. Em

especial para o município, que também reflete na região onde está localizado (MIELKE, 2009).

Um modelo de gestão para ofertas de serviços turísticos é o turismo comunitário, que Maldonado (2009) entende como toda forma de organização empresarial sustentada na propriedade e na autogestão sustentável dos recursos patrimoniais comunitários, em conformidade com as práticas de cooperação e equidade no trabalho e na distribuição dos benefícios gerados pela prestação dos serviços turísticos.

De acordo com Li, Hu Huang e Duan (2017), a tecnologia da informação e comunicação no turismo tem implicações em todos os seus segmentos, como o turismo comunitário, de forma individual ou integrada, seja em relação às informações internas dos gestores do turismo como também ao turista.

Com a tecnologia da informação e comunicação no turismo comunitário, é possível que as comunidades se tornem um destino mais competitivo. Podendo ser trabalhadas posteriormente em grupos, cluster ou rotas.

Diante deste contexto, o objetivo deste artigo é criar uma plataforma de comunicação para comunidades que utilizam como modelo de gestão o turismo comunitário. Tem-se como parceiros na construção da plataforma quatro comunidades localizadas no sul sergipano, Pontal e Terra Caída em Indiaroba, Crasto em Santa Luzia do Itanhhy e Praia do Saco em Estância.

Para a utilização da plataforma de comunicação, é necessário que as comunidades apresentem suas potencialidades na visão dos moradores, para então iniciar a troca de experiências e assim desenvolverem o Turismo Comunitário - TC. Por esse motivo foi definido que seria elaborado um inventário de potencialidades turísticas para ser aplicado nas comunidades tradicionais.

Este trabalho busca como resultado o fomento da atividade turística em comunidades tradicionais. Onde o contato intercomunidades poderá trazer benefícios como: conhecimento sobre as atividades desenvolvidas, auxílio na gestão, troca de experiências, estratégias de marketing, entre outras atividades e conhecimentos que cada comunidade pode oferecer através da plataforma. Desta forma, espera-se que as comunidades se apropriem das informações levantadas e sistematizadas para o seu empoderamento no resgate e valorização da sua cultura e identidade.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 TURISMO

As redes de turismo comunitário dinamizam o eixo da atividade turística, com o fortalecimento da representatividade das comunidades frente ao mercado consumidor. Porém, apenas as políticas de turismo não são capazes de promover o desenvolvimento socioeconômico e local, o que ocasiona a necessidade de parcerias inteligentes (CORIOLANO e BARBOSA, 2012).

Simpson (2008) argumenta que o envolvimento das comunidades em um nível significativo de participação em todas as etapas e iniciativas do planejamento proporciona às partes interessadas uma melhor chance de influenciar na formação, no desenvolvimento da comunidade e no proveito dos benefícios.

O planejamento turístico tem como pressuposto o conhecimento do destino turístico, onde são estudadas a oferta turística e a comunidade local, que, interferem ativamente na atividade turística (BRAGA, 2007). A autora ainda diz que além da oferta e da demanda turística nas comunidades, há a concorrência de outros destinos tentando atrair a demanda, seja com atrativas prestações de serviços ou com equipamentos e atrativos turísticos.

O planejamento comunitário é o alicerce para que o desenvolvimento do turismo não seja de curto prazo. E seus princípios que devem ser baseados na comunidade, precisam de ampliação nos seguintes aspectos: coordenativos, interativos, integrativos e estratégicos (HALL, 2001).

De acordo com Vieira (2004) a natureza e a cultura formam um dos principais elementos do sistema turístico que contribuem com o desenvolvimento da atividade turística, por intermédio da oferta de condições mínimas de infraestrutura e equipamentos. E o turista busca as informações sobre isso de forma mais fácil de ser encontrada, através de redes sociais, sites, através da internet ou algum meio de comunicação.

Buhalis (1998), diz que do outro lado do oferta do mercado há um consumidor novo, sofisticado, experiente e exigente que está cada vez mais familiarizado com as tecnologias de informação emergentes e requer produtos flexíveis, especializados, acessíveis e interativos. O autor ainda afirma que a revolução tecnológica afeta todas as

áreas, no turismo faz com que os destinos turísticos precisem cada vez mais adaptar métodos inovadores e aumentar sua competitividade.

2.2 TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO

Buhalis (1998) fundamenta que a nível macroeconômico, as tecnologias de informação e comunicação - TIC são essenciais no desenvolvimento e prosperidade das regiões, pois influenciam na competitividade do mercado global. Já a nível microeconômico, as TIC fomentam o gerenciamento estratégico e operacional impulsionando a competitividade empresarial.

Para Ramos (2010) os turistas requerem informações sobre os destinos turísticos, as tendências de mercado, os fornecedores, etc; fazendo com que gere fluxo de informação entre os envolvidos na atividade turística. A autora ainda afirma que a otimização da utilização de TIC possibilitará às organizações aperfeiçoar o fluxo de informação entre os provedores da atividade turística e os consumidores, melhorando o tempo de resposta a solicitações incrementando o seu desenvolvimento de forma cada vez mais competitiva.

Além disso, Buhalis (1998) diz que os serviços turísticos nem sempre podem ser vistos presencialmente, com isso, o uso das TIC auxiliam a aproximação dos demandantes dos serviços turísticos e a oferta, que fornece as informações necessárias para atrair o turista, utilizando sites comerciais e não comerciais para pesquisar sobre viagens, cultura e outros itens relacionados ao turismo. Atualmente a utilização das redes sociais é um dos principais meios de divulgação.

Para uma posição competitiva das organizações no mercado o recebimento e processamento das informações são fundamentais que sejam ágeis. Com o aumento da carência de informação nas organizações, se faz necessário uma comunicação eficaz, para isso a utilização de sistemas de informações eficientes (BIADACZB e BIADACZB, 2015). Em relação ao que a autora disse, a plataforma de comunicação pretende utilizar sistemas de informações eficientes, mas com real entendimento que o processamento da informação recebida, pode ocorrer de forma lenta, de acordo com o ritmo da comunidade e da organização que recebe as informações para repassá-las.

Não obstante, a utilização da plataforma deverá ser monitorada, como explicam Biadacz b e Biadacz b (2015), quando dizem sobre o melhoramento contínuo do sistema de informação. Onde as decisões tomadas com base nas informações recebidas através da plataforma podem ser um indicador em relação à utilização da mesma.

Na visão de Machado (2016), com a popularização das mídias sociais, é possível obter audiência global que é capaz de gerar promoção turística espontânea para o destino. Tudo isso através da propagação de imagens de locais turísticos realizada pelos próprios turistas.

3 METODOLOGIA

Ao se tratar de pesquisa em turismo, utilizar somente a observação dos fatos não é suficiente para se tornar uma pesquisa científica. Faz-se necessário a utilização de uma técnica para registrar, quantificar, ordenar e classificar os dados referentes ao comportamento turístico. “Planejamento da pesquisa é o processo sistematizado mediante o qual se pode conferir maior eficiência à investigação para determinado prazo alcançar o conjunto de metas estabelecidas” (DENCKER, 2004, p. 49)

De acordo com Borges (2003) durante o desenvolvimento de uma pesquisa, os atrativos, os turistas, a infraestrutura, os serviços e a comunidade são os elementos fundamentais que devem ser pesquisados e avaliados para se chegar à compreensão mínima de suas características e necessidades.

3.1 ELABORAÇÃO DA OFICINA

Será utilizada como instrumento de coleta de dados oficinas participativas, com o objetivo principal de aplicação do inventário de potencialidades. As oficinas serão realizadas nas comunidades do Litoral Sul de Sergipe, Pontal, Crasto, Terra Caída e Praia do Saco, que demonstraram o interesse em participar da pesquisa. Estarão presentes na aplicação os líderes comunitários, participantes de associações, empresários e moradores locais interessados no desenvolvimento do turismo comunitária.

Com a realização da oficina nas comunidades tradicionais, a pesquisada poderá estreitar laços com os

comunitários. De forma que a troca de experiências entre os envolvidos dará segurança e credibilidade para aderirem ao uso da plataforma.

Mendonça (2012) propõe uma metodologia para diagnosticar as comunidades com potencial turístico, a autora trabalha com uma sequência de seis passos para realizar o levantamento de potencialidades, no Quadro 1 estão os passos e os objetivos, adaptados para realização da oficina da presente pesquisa.

QUADRO 1
METODOLOGIA PARA DIAGNOSTICAR COMUNIDADES COM POTENCIAL TURÍSTICO

Passos segundo Mendonça (2012)	Objetivos adaptados à pesquisa em questão
Pesquisar fontes e meios de informação sobre o local e oferta.	Objetivo de identificar se a fonte de informações utilizadas é um inventário, pesquisa, documento e se foi feito em conjunto com a comunidade.
Identificar os agentes envolvidos na atividade e no processo de seleção de parcerias.	Objetivo de identificar os agentes envolvidos com o turismo em cada comunidade.
Identificar os processos de coordenação.	Objetivo de identificar os mecanismos de coordenação utilizados na gestão, agentes comunitários, ONG's, agentes externos, outros.
Identificar o estágio de evolução da atividade turística.	Objetivo de identificar os resultados que o turismo traz para as comunidades e se elas estão preparadas para receber os turistas.
Identificar a percepção dos agentes em relação aos impactos gerados pela gestão do turismo sobre o desenvolvimento sustentável.	Objetivo de identificar o impacto do turismo no desenvolvimento sustentável, no âmbito ambiental, cultural, social e econômico.
Feedback.	Verificar possíveis problemas no inventário, na receptividade das comunidades com o projeto.

Fonte: Adaptado de MENDONÇA, 2012.

Foram elaborados os passos para a realização das oficinas, embasados em Mendonça (2012) e Borges (2003) que tratam sobre esse tem no Manual de Ecoturismo de Base Comunitária.

- Passo 1 – Apresentação dos mediadores e participantes: A pesquisadora se apresenta e apresenta o Programa de Mestrado Profissional em Turismo. Logo após os comunitários presentes se apresentam, nome e atuação na comunidade.
- Passo 2 – Apresentação do tema para a comunidade: Na oficina será apresentado à comunidade a plataforma proposta neste artigo, e como a comunidade irá atuar utilizando a mesma.
- Passo 3 – Percepção de como funciona o turismo na comunidade: Será questionado se a comunidade já realiza alguma atividade vinculada ao turismo, fluxo de visitantes e contato dos moradores com os mesmos.
- Passo 4 – Aplicação do questionário: Dividido em dimensões, os questionários são aplicados uma via de cada dimensão para todos os presentes juntos discutirem sobre o assunto e responderem.

3.2 ELABORAÇÃO DA OFICINA

São apresentadas no Quadro 2, os elementos chaves do turismo comunitário sugeridos por Fabrino, Nascimento e Costa, utilizados na elaboração do inventário de potencialidades, e seus aspectos.

A aplicação de um inventário é o primeiro contato mais profundo da comunidade com o assunto abordado, e que a inventariação deveria acontecer somente após um processo participativo de conhecimento da comunidade. Porém, o inventário proposto nesta pesquisa é justamente para saber o envolvimento da comunidade com o turista, e o que eles oferecem e podem oferecer como novos serviços aos turistas (BORGES, 2003).

QUADRO 2
ELEMENTOS CHAVES DO TURISMO COMUNITÁRIO E SEUS ASPECTOS

Elemento chave	Aspecto
Dominialidade	Grau de domínio da comunidade sobre os aspectos de controle, propriedade e gestão da atividade turística.
Organização comunitária	Modelo e processo de gestão consolidado em torno do TBC, além de sua interação com o ambiente externo
Democratização de oportunidades e repartição de benefícios	Mecanismos/acordos que contribuem para a repartição dos benefícios advindos das atividades turísticas na localidade e para a democratização de oportunidade no acesso de seus membros às atividades relacionadas ao turismo
Integração econômica	Integração do turismo com as outras atividades econômicas da localidade, identificando novos arranjos surgidos a partir do seu advento
Interculturalidade	Intercâmbio cultural e troca de referências e experiências estabelecidas entre os turistas e a comunidade local
Qualidade ambiental	Condições da comunidade com relação ao saneamento ambiental e, ainda, as formas de manejo dos recursos naturais locais

Fonte: Adaptado de FABRINO; NASCIMENTO; COSTA (2016, p. 176).

O inventário de potencialidades foi embasado em Borges (2003); BRASIL (2011), o INVTUR; Mendonça (2012); Fabrino, Nascimento e Costa (2016), pesquisadores que estabeleceram metodologias de pesquisa com dimensões, variáveis e elementos-chave mencionados anteriormente. Para que o desenvolvimento do turismo nas comunidades, seja de forma sustentável, em busca da melhoria de qualidade de vida e do desenvolvimento econômico local. O Quadro 3 mostra as dimensões elaboradas para delimitação das informações a serem coletadas durante a oficina e aplicação do inventário de potencialidades.

A dimensão Potencialidades, abrange os recursos em que o turista terá relação direta. Esta dimensão é dividida nas variáveis: recursos básicos, atrativos, visitação, o envolvimento com os moradores e os benefícios que eles podem gerar para o local. E com as Sub-variáveis busca-se reunir informações básicas do que o turista pode encontrar e utilizar na comunidade, desde o abastecimento de água à relação que ele vai ter com o morador e utilização do espaço comum.

A dimensão Organização Social busca recolher informações sobre os tipos de organizações existentes e atuantes dentro das comunidades. Bem como, informações sobre os recursos financeiros advindos destas associações e outras atividades realizadas no local. A variável evento também permanece nesta dimensão, pelo fato de ser uma atividade ligada diretamente com as lideranças, em relação à organização, busca de patrocínio, articulação com instituições externas. Também, pela possibilidade dos eventos serem uma atividade periódica, seja em relação à atividade tradicional, motivo religioso ou outro.

A dimensão Organização Geral, demonstra a organização da comunidade em relação a delimitação da área, por exemplo as vias de acesso, espaços públicos e a sua localização em âmbito regional, estadual e municipal. Os sistemas de transportes e educação (pública e privada), os sistemas de segurança, saúde e comunicação. Como também a acessibilidade na comunidade e equipamentos de turismo. E por fim as leis vigentes na comunidade.

A dimensão Caráter Empreendedor, busca coletar informações sobre as iniciativas locais de empreendedorismo, seja através da propriedade, gestão ou mão de obra nos empreendimentos. Tal como, os aspectos econômicos dos principais empreendimentos do local.

O inventário deve ter a capacidade de colher dados importante para a pesquisa, de forma a partir da análise desses dados obtenha-se um diagnóstico do potencial turístico (BORGES, 2003). E apenas após a avaliação da procura, da oferta, concorrências e tendências de mercado, que se pode afirmar se o local possui potencialidades de desenvolvimento turístico capaz de justificar investimentos (ZIMMER e GRASSMAMM, 1996).

QUADRO 3
ELEMENTOS CHAVES DO TURISMO COMUNITÁRIO E SEUS ASPECTOS

Dimensões	Variáveis
Potencialidades	Recursos básicos Envolvimento do turista com a comunidade Atrativos Visitação na comunidade Aspectos históricos Benefícios da própria atividade turística
Organização Geral	Delimitação da área Sistema de transporte Sistema de saúde Sistema de educação Segurança Comunicação Acessibilidade Legislação e administração pública
Organização Social	Associações comunitárias Recursos financeiros Eventos
Caráter Empreendedor	Iniciativas Aspectos econômicos Empreendimentos
Interculturalidade	Intercâmbio cultural e troca de referências e experiências estabelecidas entre os turistas e a comunidade local
Qualidade ambiental	Condições da comunidade com relação ao saneamento ambiental e, ainda, as formas de manejo dos recursos naturais locais

Fonte: Elaborado pelos autores, 2018.

3.3 DESENVOLVIMENTO DO SOFTWARE

A plataforma de comunicação será desenvolvida durante o Programa de Pós-Graduação em Mestrado Profissional de Turismo, com o auxílio do orientador e um monitor na área de tecnologia. Será utilizada a metodologia SCRUM para a formulação da plataforma, que tem como processo as seguintes etapas: PRODUCT BACKLOG, SPRINT BACKLOG, SPRINT e DAILY SCRUM MEETING, e os agentes: PRODUCT OWNER, SCRUM MASTER e SCRUM TIME, para que durante o processo e término de cada etapa seja entregue uma parte do produto.

O SCRUM é uma metodologia desenvolvida por Schwaber e Sutherland, explicada no Guia do SCRUM (SCHWABER e SUTHERLAND, 2017) é também conhecido como framework, que é utilizado para gerenciar o trabalho em produtos de natureza complexa. De acordo com os desenvolvedores o SCRUM foi elaborado simplesmente para gerenciar e desenvolver produtos, e sua etapa principal se chama SPRINT, esta, que tem a duração máxima de um mês, e suas tarefas são realizadas em sequência, não ao mesmo tempo, até o projeto ser concluído.

No início de cada SPRINT é definido o que será realizado, como um plano, que pode ser flexível em sua elaboração, porém não pode ser alterado após o início da SPRINT, mas podem ser discutidas com o parceiro para sanar dúvidas durante o processo de desenvolvimento. Este plano guiará os passos de construção, trabalho e resultado. As decisões tomadas são de conhecimento de todos os membros da equipe, e ao final de cada SPRINT o produto em elaboração pode ser testado. Além da realização de uma revisão para inspecionar o produto e adaptar às novas demandas, sendo necessário gera-se uma nova SPRINT definindo as próximas funcionalidades a serem desenvolvidas.

4 DISCUSSÃO E RESULTADOS

A proposta de inventariação de potencialidades nas comunidades tradicionais é baseada em autores que já realizam esse tipo de pesquisa, porém se fez necessário a reformulação das questões, adequando-as à realidade das comunidades. Para isso, foi realizada a comparação entre os questionários da Leader II e do INVTUR, em seguida, foram extraídas as questões julgadas necessárias e adequadas à realidade de uma comunidade tradicional.

Com o inventário das potencialidades será possível fazer o levantamento de tudo o que as comunidades podem oferecer durante a estadia dos turistas e perceber o que ainda falta para melhorar esse acolhimento. Além disso, poderá ser identificado o que deve ser melhorado para que os comunitários tenham mais qualidade de vida e preservem suas histórias e patrimônios.

A plataforma de comunicação, auxiliará líderes comunitários a partir de conhecimentos obtidos com outros líderes comunitários, aumentando a capacidade técnica dos envolvidos na atividade turística, principalmente relacionadas à gestão. Os agentes de turismo estão adotando com frequência a utilização de tecnologias para o desenvolvimento em todos os âmbitos da atividade turística, como por exemplo, o Airbnb para hotelaria, o Uber para o transporte, Trivago, Booking e outros para agenciamento, entre outros sites, aplicativos e plataformas. Dessa forma as comunidades tradicionais também devem adotar a utilização destas tecnologias em busca da competitividade no mercado do turismo.

Uma reflexão acerca do desenvolvimento local, é pensar que este desenvolvimento deve mudar o estado atual da localidade, de forma positiva, promissora e otimista. Com a plataforma de comunicação será viável saber onde a atividade está sendo bem desenvolvida e aplicada, e também onde ela precisa ser trabalhada de forma mais eficiente, seja com o auxílio de outras comunidades ou de maneira independente.

4.1 FUNCIONALIDADES DO SISTEMA

A plataforma em primeiro momento servirá como meio de comunicação e troca de informações entre comunidades que utilizam o turismo comunitário como modelo de gestão. Essa plataforma estará hospedada em um site que irá conter informações livres sobre o turismo comunitário, permitindo às comunidades que assim o quiserem, fazer sua divulgação através do site.

A plataforma está dividido em quatro guias dentro do site. As Guias 1 e 2 são destinadas a explicar o modelo de gestão de turismo de base comunitária, suas premissas e informações relevantes para visitação.

A Guia 3 apresenta outra forma de divulgação de comunidades de TC do território brasileiro. É necessário que as páginas sigam um padrão de informação para facilitar a sua utilização, com itens como: como chegar, horários de visita, valor, serviços ofertados, capacidade, agendamento, entre outros. Quando se acessa a localização no mapa são mostrados os contatos e links dos meios de comunicação via internet, como site, blog ou redes sociais das comunidades que utilizam a plataforma, como mostra a Figura 1, protótipo do site. Essa página é destinada aos turistas que buscam conhecer sobre o TC e as comunidades que utilizam esse modelo de gestão, sendo elas de qualquer natureza (quilombola, indígena, pesqueira, etc).

A Guia 4, apresenta a tela de entrada na plataforma de comunicação, onde será realizado o login, com demonstra a Figura 2. Essa área é de acesso exclusivo aos líderes comunitários responsáveis pelo fornecimento e coleta de informações na plataforma. É importante notar que a plataforma poderá ser integrada às outras redes sociais da comunidade, permitindo que as informações adicionadas na plataforma sejam replicadas em outras redes, tal fato é evidenciado pela integração do login, que poderá ser realizado com a conta do Facebook, por exemplo. A página inicial da plataforma que direciona para o login, dá acesso aos termos de uso.

Ao acessar a plataforma, após realizar o login, o representante da comunidade terá acesso às informações referentes à sua comunidade, com a opção de editá-las sempre que necessário. Também será possível acessar informações que outros representantes de comunidades tornarem disponíveis, como, o que as comunidades têm a oferecer para ensinar, como apresentado na Figura 3, ou em que áreas a comunidade necessita de apoio para desenvolver. Após obter as informações, o representante se reunirá com os membros da comunidade para, então, repassá-las àqueles que estiverem interessados, tanto na obtenção quanto na disseminação de conhecimentos.

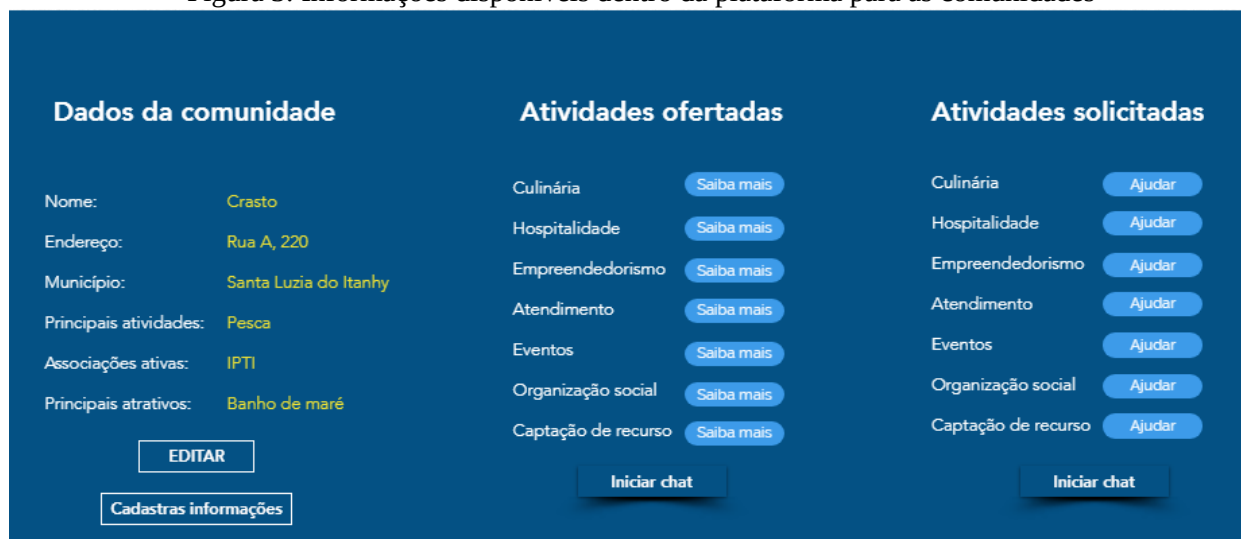
Figura 1: Divulgação das comunidades participantes da plataforma



Figura 2: Tela de acesso à plataforma



Figura 3: Informações disponíveis dentro da plataforma para as comunidades



A partir dessas informações, pode-se iniciar um chat e/ou vídeo-chamada entre as comunidades que desejam trocar informações e experiências. Essas duas formas de comunicação utilizam plataforma bem conhecidas e estabelecidas, como Messenger do Facebook, Hangout do GMAIL ou a plataforma Moodle, comumente utilizada em para a educação à distância.

A ferramenta de chat funcionará em dois modos, privado se as informações forem relevante apenas para as comunidades envolvidas, ou aberto ao público, quando as discussões podem ser utilizadas para auxiliar outras comunidades.

A vídeo-chamada, a depender da plataforma utilizada, poderá ser aberta apenas às comunidades participantes. No entanto, é possível que a vídeo-chamada seja visualizada a quem mais possuir o endereço de acesso, permitindo que outra comunidade ou o público em geral participem das discussões.

5 CONCLUSÃO

Foram abordados nesse artigo temáticas sobre a inovação tecnológica no turismo, desenvolvimento comunitário, turismo comunitário e tecnologia da informação e comunicação. Bem como o desenvolvimento da plataforma e sua aplicabilidade nas comunidades de forma a fomentar o turismo comunitário. Além da metodologia de elaboração do inventário de potencialidades para ser aplicado nas comunidades tradicionais.

A proposta deste trabalho é fomentar o TC, através da comunicação intercomunidades, para troca de experiências, contatos, aprendizados e cursos. Por isso a necessidade de haver potencialidades turísticas nas comunidades que pretendem se desenvolver através do turismo comunitário. Além disso com o uso da plataforma de comunicação há a possibilidade de integração ou consolidação de uma rede de contatos entre as comunidades.

A utilização da plataforma como meio de divulgação dos serviços para o turista será avaliada de acordo com o resultado no aumento do fluxo de turistas e resposta dos turistas ao mecanismo de divulgação. A contribuição poderá ser percebida se houver aumento na movimentação econômica da comunidade e na qualidade da interação morador-turista.

A PCTC poderá ser aprimorada e adaptada de acordo com a necessidade das comunidades utilizadoras, objetivando a melhoria das funcionalidades. Espera-se que a PCTC fomente o turismo comunitário nas comunidades tradicionais que aderirem sua utilização, auxiliando-as no desenvolvimento da atividade turística de diversas formas, principalmente na gestão, captação de recurso, empreendedorismo e empoderamento, tomada de decisão e organização em geral.

ACKNOWLEDGMENT

Os autores agradecem ao Instituto Federal de Sergipe pelo apoio financeiro no desenvolvimento da pesquisa.

REFERÊNCIAS

- BORGES, M. M. Levantamento do potencial ecoturístico (inventário). In: MITRAUD, S. **Manual de ecoturismo de base comunitária: ferramentas para um planejamento responsável**. Brasília: WWF Brasil. 2003. 470 p.
- BRAGA, D. **Planejamento turístico: teoria e prática**. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2007.
- BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Ana Clévia Guerreiro Lima (Coordenador). Brasília - DF: Ministério do Turismo, 2011. 38 p. Disponível em <<http://www.inventario.turismo.gov.br/invtur/jsp/formularios/>> Acesso em Dez/2017
- BIADACZB, R.; BIADACZB, M. The use of modern information technology in tourist information systems on the example of city of Czestochowa. **Procedia Computer Science**, v. 65, p. 1105 – 1113, 2015. Disponível em <<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1877050915028690>> Acesso em Nov/2017
- BUHALIS, D. Strategic use of information technologies in the tourism industry. **Tourism management**, v. 19, n. 5, p. 409-421, 1998. Disponível em <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517798000387>> Acesso em Ago/2017.
- CORIOLO, L. N.; BARBOSA, L. M. Internet e redes: articulações do turismo comunitário. In: BENI, MC. **Turismo: Planejamento estratégico e capacidade de gestão**. Barueri: Manole, p. 563-585, 2012.

- DENCKER, A. F. M. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. São Paulo: Futura, 2004. 2ª Edição
- FABRINO, N.H.; NASCIMENTO, E. P. do; COSTA, H. A. Turismo de Base Comunitária: uma reflexão sobre seus conceitos e práticas. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 16, n. 3, p. 172-190, dez. 2016.
- HALL, C. M. **Planejamento Turístico**: políticas, processos e relacionamentos. 2ª Ed. São Paulo: Contexto, 2001. 296 p. Coleção Turismo Contexto.
- LI, Y.; HU, C., HUANG, C.; DUAN, L. The concept of smart tourism in the context of tourism information services. **Tourism Management**, v. 58, p. 293-300, 2017. Disponível em <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517716000303>> Acesso em Jun/2017
- MACHADO, D. F. C. A influência das redes sociais na imagem do destino e na intenção de visita. **CULTUR**, ano 10, nº 2, p. 44-48, Jun-2016. Edição especial: Destinos Turísticos Inteligentes. Disponível em <<http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/article/viewFile/1604/1260>> Acesso em Mar/2018
- MALDONADO, C. O turismo rural comunitário na América Latina: gênese, características e políticas. In: BARTHOLO, R.; SANZOLO, D. G.; BURSZTYN, I. **Turismo de base comunitária**: diversidade de olhares e experiências brasileiras. Rio de Janeiro: Letra e Imagem, p. 25-44, 2009. Disponível em <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/TURISMO_DE_BASE_COMUNITARIA.pdf> Acesso em Ago/2017
- MENDONÇA, M. C. A. Gestão de potenciais cluster turísticos: uma proposta de metodologia de diagnóstico. In: BENI, MC. **Turismo**: Planejamento estratégico e capacidade de gestão. Barueri: Manole, p. 87-109, 2012.
- MIELKE, E. J. C. **Desenvolvimento turístico de base comunitária**. Campinas, SP: Editora Alínea, 2009. 190 p.
- RAMOS, C. M. Q. Sistemas de Informação para a Gestão Turística. **Encontros Científicos**, Faro, n. 6, p. 107-116, 2010. Disponível em <http://www.scielo.mec.pt/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1646-24082010000100011&lng=pt&nrm=iso> Acesso em Ago/2017.
- SCHWABER, K. SUTHERLAND, J. Um guia definitivo para o Scrum: As regras do jogo. **Creative Commons**, 2013. Disponível em <<https://www.scrumguides.org/docs/scrumguide/v1/Scrum-Guide-Portuguese-BR.pdf>> Acesso em Jan/2018.
- SIMPSON, M. C. Community benefit tourism initiatives - A conceptual oxymoron?. **Tourism Management**, v. 29, n. 1, p. 1-18, 2008. Disponível em <<http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0261517707001501>> Acesso em Jul/2017
- VIEIRA, L. V. L. Turismo Sustentável no Litoral Sul de Sergipe: Zoneamento dos aspectos ambientais e impactos associados. **FAPITEC-SE**. 2004. 4 f. Disponível em <<http://www.fapitec.se.gov.br/?q=documento/turismo-sustent%C3%A1vel-no-litoral-sul-de-sergipe-zoneamento-dos-aspectos-ambientais-e-impacto>> Acesso em Mar/2018
- ZIMMER, P.; GRASSMANN, S. **Leader II**: Avaliar o potencial turístico de um território. Estremadura – Espanha. 1996, 43 p. Disponível em <<http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/touris/metho.pdf>> Acesso em Nov/2017