

A Mobilidade Turística como Recurso para o Consumo do Turismo Cultural e o uso de Aplicativos: um estudo de caso do aplicativo Ponta Grossa Turística

Resumo. O presente estudo teve o objetivo geral de conhecer a mobilidade turística através de redes virtuais, por ser a atividade turística movida por vários aspectos. Visto que a locomoção um dos elementos necessários para que o turismo aconteça no espaço geográfico, então, certamente, nas últimas décadas a rede de comunicação virtual se mostra como ferramenta facilitadora da obtenção de informações sobre roteiros para essa locomoção. Assim, como objetivo específico para o presente estudo, o que se buscou foi analisar o uso e divulgação de um determinado aplicativo para esse fim, qual seja o aplicativo da Fundação Turismo de Ponta Grossa, que é acessável através da tecnologia QR Code. Essa análise foi realizada em relação às respostas dos usuários da rede social Facebook, ou seja, respostas obtidas mediante a aplicação de um questionário formulado com perguntas fechadas e também abertas – portanto, um questionário semiestruturado. Assim, a metodologia segue um viés dedutivo e descritivo de caráter qualiquantitativo.

Palavras-chave: Mobilidade turística; Turismo cultural; Aplicativos turísticos.

Abstract: The main purpose of this work was study the touristic mobility by social medias, for being the touristic activity influenced by several features; the locomotion is one of the required aspects liable for tourism become able to happen in the geographic space, as it the social medias are a facilitator tool for this locomotion. The specific goal was study the use and transmission of the app of the “Fundação Turismo de Ponta Grossa”, that uses QR Code technology, having as parameter the answers of the Facebook users. The result has been reached by the study of the answers of a semi-structured questionnaire, wich had open and closed questions related to the topic, that is why the methodology used has as characteristic a deductive and descriptive qualiquantitative character.

Key- Words: Touristic mobility; Cultural tourism; Touristic applications

Introdução

O deslocamento pelas paisagens de seu território ou em busca de novos territórios sempre foi uma necessidade dos agrupamentos humanos, seja em busca da satisfação das necessidades mais quotidianas (água, alimentação, abrigo...), seja por fugir de ameaças diversas (condições climáticas, animais ferozes ou mesmo grupos inimigos) ou até em simples busca do desconhecido. Não é necessário rememorar toda essa infindável movimentação humana desde tempos primordiais para se entender que os tempos evoluíram e presenciar que a mobilidade se tornou cada vez mais uma exigência, principalmente nos centros urbanos, onde os deslocamentos devem ser rápidos e eficazes com o mínimo de gasto de tempo.

Dentro dos muitos tipos de deslocamentos praticados diariamente pela humanidade, um deles, por suas características diferenciadas, pode ser identificado como de mobilidade turística. Se, para essa mobilidade humana havia, há poucos séculos

passados, disponibilidade apenas de equipamentos puxados por tração animal, além de navios a vapor ou de trens, posteriormente essa infraestrutura evolui fantasticamente nos séculos XIX e XX, atingindo, em fins do século XX, a tecnologia da automatização via computação eletrônica.

Assim, ao início do presente século, com o surgimento dessa tecnologia, vale dizer, a criação de um universo virtual, os aplicativos de turismo para dispositivos móveis se tornaram uma forma de mobilidade, já que são compostos de informações a respeito dos atrativos turísticos, dos equipamentos de alimentação e de hospedagem e outras diversas formas de serviços que acabam estimulando a visitação para diversos destinos regionais ou mundiais. Diante disso, a preocupação pela mobilidade turística através de redes virtuais deve estar presente nos processos turísticos atuais – seja nas administrações públicas, seja nas instituições de ensino superior – visto que são elas meios de programação de roteiros para a locomoção perante os espaços territoriais terrestres e que, por isso, conhecê-las é imprescindível, sendo esse o objetivo geral deste trabalho.

Uma dessas mobilidades virtuais turísticas está presente no município de Ponta Grossa/PR, onde foi lançado, recentemente, em 2016, por meio de um pacote multimídia, um aplicativo de turismo que funciona mediante a tecnologia QR Code. Sua finalidade é estimular o turismo da cidade de forma facilitada. Por isso, o presente estudo possui esse objetivo específico de analisar o uso e a divulgação do mencionado aplicativo, acessado através da tecnologia QR Code da Fundação de Turismo (Fumtur) de Ponta Grossa. A análise visa comprovar se esse aplicativo está cumprindo o papel ao qual se destina.

Para obter o resultado almejado de realizar essa análise, foi elaborado e aplicado um questionário com perguntas fechadas e também perguntas abertas sobre o aplicativo – tratando-se, portanto, de um questionário classificado como semiestruturado. Os agentes sociais visados pelo questionário foram buscados dentre os usuários da rede social Facebook, pois se pensou que haveria um número maior de acessos e de perfis conseguindo obter acesso ao aplicativo e dar sua opinião a respeito.

Para conseguir responder ao objetivo proposto, houve a necessidade, primeiramente, de esclarecer sobre a mobilidade turística e a tecnologia dos aplicativos para dispositivos móveis. Em um segundo momento, foi elucidado qual a finalidade dos aplicativos dentro do setor turístico, evidenciando mais especificamente o turismo cultural (por ser a área de estudo de um dos autores). No terceiro e quarto tópico foi

realizada a descrição do aplicativo da Fumtur e a metodologia que o trabalho seguiu, respectivamente. Por isso se trata de uma pesquisa descritiva de caráter qualiquantitativo com método dedutivo. E, por fim, foram explicitados os resultados, os quais mostraram a opinião sobre o aplicativo em questão, segundo os usuários da rede social Facebook, sobre a mobilidade turística de Ponta Grossa/PR.

A mobilidade turística e a tecnologia dos aplicativos para dispositivos móveis

O deslocamento sempre foi uma necessidade do ser humano, porque essa locomoção pelo espaço é, desde sempre, indispensável para a sobrevivência e o desenvolvimento. Tais locomoções ocorriam não somente pelo esgotamento dos recursos de subsistência de um território, como também visando suprir anseios simbólicos como os relacionados a ultrapassar fronteiras. Augé (2010) menciona que, certamente, os grupos humanos percebiam as fronteiras naturais (montanhas, rios, desfiladeiros, etc.), como também fronteiras linguísticas, culturais e políticas, ou seja, certamente havia a concepção de limites de variada ordem. Nesse sentido, essa limitação foi superada somente quando o desejo de exploração superou o medo do desconhecido e, inclusive, do eventual adversário, sobrepujando-se o ímpeto pela conquista de novos locais. Isso levou esses grupos humanos a romper as barreiras, a se deslocarem com a finalidade de busca de novos recursos e de conquista para impor suas leis a outras culturas.

Com o passar dos tempos e o surgimento das cidades, os deslocamentos se tornaram cada vez mais imprescindíveis e intensos, dando origem à chamada mobilidade urbana, devido principalmente à necessidade de circulação de pessoas para a oferta de seus serviços e o transporte de mercadorias comercializadas, entre outros fins. A urbanização propôs uma nova ideologia de produção e organização espacial, sendo caracterizada pela formação do comércio, pela oferta de diversificados serviços e pela gestão de áreas industriais, comerciais, residenciais e de outras instituições públicas e privadas.

Dessa maneira, a mobilidade urbana pode ser entendida como a capacidade de deslocamento de pessoas no ambiente urbano, utilizando meios como vias de locomoção e de comunicação e a infraestrutura urbana como um todo. Uma cidade somente possui uma mobilidade urbana considerada de qualidade quando oportuniza condições para que

a sociedade obtenha um deslocamento adequado e confortável e em tempo reduzido (ALMEIDA; GIACOMINI; BORTOLUZZI, 2013).

Com isso, a mobilidade surge como uma alternativa de tornar o espaço urbano mais fluido para que os deslocamentos sejam realizados de forma adequada e com menor tempo possível, com o intuito de proporcionar à sociedade a facilidade para a execução das atividades cotidianas. A questão da mobilidade passou a ser uma prioridade quando a população das cidades passou a aumentar, devido a fatores como o êxodo rural, especialmente com a política da globalização.

O sistema de globalização vinculado à mobilidade atual se volta para os grandes movimentos populacionais, seja por motivos como migrações decorrentes de conflitos regionais ou decorrentes de outros projetos político-econômicos ou por motivos de mobilidade profissional propriamente em busca de melhores oportunidades. Também significativa movimentação de bolsistas para estudos em outros países pode ser registrada, como deslocamentos de equipes esportivas e similares para intercâmbios culturais. Como a internet e todo o aparato de mídia dá vida à globalização, isso permite a comunicação imediata a uma amplitude praticamente impensável, bem como estimula, mediante a transmissão instantânea de imagens e de informações, a circulação de mercadorias em praticamente todos os recantos geográficos. A mobilidade proporcionada pela tecnologia de comunicação se refere a um mundo no qual se podem realizar várias atividades sem se deslocar fisicamente, mas, por outro lado, gera deslocamentos antes inimagináveis (AUGÉ, 2010).

Então o advento da informática aliada à internet, como fundamento da globalização, estimulou o intercâmbio mundial em todos os âmbitos, derrubando barreiras entre territórios, assim ampliando a troca de mercadorias, disseminando costumes universalizantes e estimulando as populações a uma abertura de novos horizontes de vida. Esse imenso incremento dos meios de comunicação, ao ser progressivamente implantando em todos os continentes e em todas as regiões dentro deles, juntamente com o extraordinário desenvolvimento tecnológico aplicados aos meios de transporte, eis os grandes fatores para o incremento das atividades relacionadas ao lazer e ao entretenimento ao início do século XXI, vale dizer, ao incremento do turismo como um dos importantes setores da economia mundial.

Há de se estabelecer, a tempo, que o turismo, ao promover o deslocamento de pessoas para um determinado local, é necessariamente uma atividade mediada por uma motivação, seja ela econômica, cultural, social, religiosa ou mesmo psicológica. É praticamente intangível a diversidade das motivações que levam as pessoas a fazer turismo, mas, mesmo assim, trata-se de uma atividade comercial e pode, como qualquer outro comércio, ser incrementada pelos meios virtuais atualmente disponíveis. Assim, é muito provável que, atualmente, o turista primeiro tenha contato virtual com o destino a que deseja se deslocar, aumentando a sua motivação, já que pode ver o produto turístico através da internet e obter informações que lhe assegurem uma viagem sem imprevistos.

Bauman (2009) menciona que os consumidores pertencentes a uma sociedade de consumo estão em movimento. Eles se movimentam assim como alguém que busca por algo e não encontra ou não encontrou ainda, levando-se, mantendo-se, pois, na busca movido pelo desejo de obter satisfação. Os consumidores acabam se tornando acumuladores de sensações, de sensações ainda não experimentadas – esse é o jogo do consumidor. Isso significa dizer que o ato de consumir necessita de tempo, como também é algo preocupante com os que mercantilizam bens de consumo.

Para que o ato do consumo do turismo seja algo efetivo e haja os deslocamentos é necessário haver uma mobilidade turística eficaz entre diversos espaços. Por isso o turismo também necessita da chamada mobilidade turística para que possa ocorrer, para que os deslocamentos para essa atividade possam ocorrer. Efetivamente, contudo, a mobilidade turística ainda se constitui um desafio para a maioria dos territórios turísticos.

Debater a respeito das mobilidades turísticas, segundo Sheller e Urry (2004), não deveria consistir em somente de expressar o óbvio, ou seja, que o turismo é um modo de mobilidade. Esse debate deveria explicitar que há várias mobilidades diferenciadas e que, de alguma forma, retratam o turismo. Afirmar isso implica mencionar a necessidade de adaptar, bem como de planejar os destinos para a ocorrência dessa atividade. Debater a mobilidade implica, por exemplo, estudar os roteiros das pessoas e dos objetos, dos aviões e das malas. Implica também analisar as imagens e as marcas, os sistemas de satélites para comunicação, etc., pois todos esses fatores se unificam para o fazer turismo. Paralelamente a esses fatores, o turismo envolve mobilizações vinculadas a memórias, a desempenho, a gênero e a raça, a emoções e a atmosferas. Nesse aspecto, as mobilidades turísticas se constituem como um movimento complexo e de quietude, pois são compostas

de antagonismos, como a realidade e a fantasia, como também a diversão e o trabalho (SHELLER; URRY, 2004).

Pensar a mobilidade turística ainda tem sido algo recente por parte dos pesquisadores, sendo os estudos existentes direcionados ao planejamento dos transportes, já que são esses meios que oferecem deslocamentos. Deve-se, porém, também refletir sobre a mobilidade turística sob o viés dos ambientes virtuais, isto é, do ciberespaço.

Os ambientes virtuais constituem atualmente fatores para incrementar mobilidade em termos escalares, já que movimentam comércio de bens e de serviços entre quais locais do planeta, assim também incrementando informações e interesses para o turismo, com praticidade e segurança, entre todas as nações. É através dos ambientes virtuais que o turista pode acessar as informações com facilidade e quase que instantaneamente, já que são informações acessíveis em qualquer meio eletrônico, como celulares, computadores, tablets, entre outros. Com os seus muitos recursos audiovisuais, essas mídias conseguem encantar os usuários e, juntamente com as informações de toda ordem, motivar para a realização de viagens para diversas localidades.

Na realização das viagens, a utilização de aplicativos se torna um recurso disponível e que facilita o consumo de meios de transporte, bem como outros serviços, como equipamentos de alimentação, de hospedagem e até os atrativos turísticos disponíveis para visitação. Através de uma pesquisa rápida nesses meios, como o acesso a aplicativos de um telefone móvel, consegue o usuário informações sobre toda a diversidade que o local a ser visitado apresenta. Além de auxiliar para que aumente a motivação, é um aparelho eletrônico com os devidos aplicativos pode prover informações a qualquer momento e local, com acesso sem custo.

A tecnologia móvel existente vem conseguindo transformar a experiência dos turistas. Dessa forma, o uso de aplicativos móveis tem beneficiado os consumidores e também os empreendedores de turismo, já que as informações são geradas e transmitidas de maneira rápida e em tempo real, auxiliando na busca de informações de um determinado destino. Esse tipo de tecnologia tem seu uso cada vez mais ampliado e expandido, sendo incluído por diversos tipos de mercado (MENDES FILHO et al., 2017).

De acordo com Sheller e Urry (2004), as tecnologias aproximam as pessoas e já os aparelhos celulares são mais utilizados que os telefones fixos. Essa concepção de tempo e espaço é, entretanto, também um fator dos fluxos rápidos provenientes de turistas

que se deslocam para vários locais fisicamente, provocando um incalculável movimento, que pode ser mais bem percebido nas fronteiras nacionais. Em quase todas as sociedades podem-se perceber fluxos de turistas, mas isso não quer dizer que esses fluxos sejam realizados livremente, incontidos ou sem direção. Efetivamente há variados fatores de contenção, como a presença das fronteiras nacionais, por exemplo.

O aspecto temporário do turismo leva, além da oferta e da procura, por meios das facilidades desenvolvidas, a satisfação do turista enquanto cliente. Nesse sentido, o turismo não consiste somente de movimento de pessoas para um determinado local, mas envolve todo um aglomerado de elementos que constituem como que ligações interdependentes entre si. Tais vínculos podem ser gerados mediante o contato do indivíduo visitante com o local visitado, bem como podem gerar a apreciação dos serviços e das demais produções elaborados para atender às suas expectativas (FRANÇA JÚNIOR, 2014).

Trazer essas perspectivas de informação virtual ao mercado turístico é fator de motivação para que turistas tenham a sua mobilidade recompensada e os seus anseios supridos. Assim, mesmo que determinado roteiro lhe seja desconhecido, as novas tecnologias de informação o auxiliam a se deslocar pelo espaço escolhido sem se deparar com dificuldades que poderiam perturbar a sua permanência no local. Mesmo no caso de roteiros já percorridos em tempos anteriores, o acesso imediato às informações disponíveis certamente prevenirá eventuais alterações de percurso ou de horários.

Por isso, as tecnologias virtuais já se tornaram e se tornarão cada vez mais recursos para que as atividades turísticas se concretize na maioria dos destinos. Alguns destinos, como os culturais, por exemplo, podem se beneficiar desse tipo de mobilidade para se autopromoverem, bem como para divulgarem os seus serviços e atrativos.

A mobilidade virtual como incentivo ao turismo cultural e à preservação dos patrimônios

O segmento de Turismo Cultural ocorre mediante uma motivação para realizar o consumo de atrativos de base cultural, como museus, edificações patrimoniais, gastronomia típica, eventos culturais e étnicos, entre outros.

Esse segmento desencadeia experiências de caráter positivo ao visitante mediante o contato com o patrimônio histórico e cultural e também proporcionado por eventos culturais, que favorecem a percepção dos sentidos, tal como possibilitam a sua preservação. Por intermédio desses aspectos pode-se concretizar a relação do turista com a cultura, sendo pelo sentir, pelo conhecer, pelo interpretar e pelo compreender o atrativo pela visita que estimula a motivação para o deslocamento, por meio de atividades que propiciam experiências participativas de contemplação e de entretenimento (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2010).

Com o advento da globalização calcada nas novas tecnologias, pode-se afirmar que esses fluxos culturais intensificaram e diversificaram deslocamentos de promoção de intercâmbio cultural entre variadas comunidades dos diversos continentes. Essas novas tecnologias efetivamente passaram a oferecer acesso facilitado e meios de comunicação que permitiram e permitem que culturas fossem e sejam conhecidas e transformadas.

A globalização dos fluxos culturais remonta já a algumas dezenas de anos e teve, portanto, a sua origem calcada principalmente na tecnologia. Então tecnologia pode ser aqui entendida como dinâmicas de contatos entre várias culturas, ocasionando inovações técnicas, multilinguismo, pluralismo cultural e, como aspecto negativo, também conflitos, extermínio de povos minoritários e suas culturas (WARNIER, 2000).

Dessa maneira, podem-se atrelar os fluxos culturais a uma perspectiva de mobilidade, já que os deslocamentos na cidade permitem que um indivíduo possa conhecer uma cultura, assim como também pelos meios de comunicação. “As tecnologias concernem a dois aspectos das trocas: os transportes e as comunicações. Convém distingui-los bem. Os transportes são as técnicas que permitem o deslocamento das pessoas e dos bens de um lugar a outro [...]” (WARNIER, 2000, p. 39-40).

Esse enlace da cultura com as formas de mobilidade atreladas à tecnologia também pode ser percebido por meio dos aplicativos móveis, recursos que visam estimular o consumo do turismo cultural promovido por meio desses aplicativos, como se pode citar, por exemplo, a cidade de Mariana. A cidade de Mariana, que está localizada no estado de Minas Gerais, desenvolveu um aplicativo que tem por finalidade estimular o turismo cultural da cidade. Segundo Sousa (2016), a ferramenta, além de servir como mecanismo de divulgação e de atração para turistas, se tornou um meio de informação para o dia a dia dos moradores locais.

Outra perspectiva de mobilidade turística envolvendo aplicativos é o da cidade de São Luís, localizada no estado do Maranhão, que também desenvolveu o seu “Aplicativo Turismo São Luís”. Essa ferramenta visa atrair, divulgar e auxiliar os turistas no deslocamento na cidade, já que possui vários recursos e informações sobre os atrativos, e também a respeito de serviços de hospedagem e de alimentação.

Nesse contexto, pode-se conceber o turismo inserido nas indústrias culturais, já que, com o auxílio dos aplicativos, tem por finalidade a difusão da cultura com finalidade capitalista. As indústrias culturais, foram compreendidas pela concepção de Warnier (2000), são atividades provenientes da indústria que comercializam e produzem discursos, como imagens, sons, artes, habilidades ou costumes, que são obtidos pelo homem enquanto pertencente a uma sociedade e que possui em graus diversos, bem como características de uma cultura.

Para a ideia de cultura também há vários conceitos. Segundo Cuche (1999), por exemplo, a cultura possibilita a um indivíduo integrar-se ao meio e vice-versa, porém esse meio deve ser adaptado ao próprio indivíduo, bem como a suas necessidades e a seus projetos, ou seja, a cultura gera a transformação da natureza.

Assim, a cultura é evidenciada em uma coletividade e se torna única perante as demais. Ela é transmitida por meio de manifestações culturais e está relacionada ao modo de agir, de pensar e de sentir de um indivíduo. Por isso possui ligação direta com a memória, com os sentimentos e com as emoções de uma sociedade, e que, por essa razão, são transmitidos de uma geração a outra, com o intuito de passar adiante algo de bom. O patrimônio cultural é uma dessas transmissões. Ele é aquele bem cultural, material ou imaterial que possui importância significativa (mnemônica, arquitetônica, histórica e/ou artística) para a sociedade, e que, por esse motivo, quer que seja preservado.

É previsto na legislação brasileira o acautelamento do patrimônio cultural (registro e tombamento, imaterial e material, respectivamente), o qual é reconhecido como tal pelo valor simbólico que a sociedade lhe atribui (DROPA et al., 2012). Tal valor é resultado de práticas culturais contidas em relações sociais dentro de um espaço e em um determinado tempo com influência do modo de produção capitalista (MONASTIRSKY, 2006).

Dessa forma, o patrimônio cultural se une ao turismo com o intuito de potencializar o conhecimento a respeito do legado cultural e identitário de uma sociedade

(MÉO, 2014). Isto é, o turismo está relacionado ao patrimônio cultural, pois desencadeia a visitação a atrativos culturais, por essa razão contribuindo com o desenvolvimento territorial de um município, de uma região, de um estado ou de um país ao gerar a comercialização da cultura.

Assim, cabe não só ao turismólogo, mas a todos os agentes envolvidos nesse setor, compreender o turismo como ferramenta de difusão da cultura e, por isso, ferramenta que proporciona a promoção do conhecimento quanto à importância da preservação do patrimônio cultural. Está visto, porém, que a sociedade brasileira, segundo ensinamentos de Guimarães (2017), ainda não está moldada para esse tipo de conhecimento, pois os programas e as políticas públicas de incentivo ao ensino progressivo do tema ainda estão em fase de implementação.

A mobilidade virtual, objetivada nos aplicativos, mostra-se como um dos instrumentos tecnológicos inseridos no turismo que auxiliam na propagação do conhecimento patrimonial (supramencionado). Seu alcance é ilimitado, e atinge múltiplos indivíduos ao mesmo tempo e em vários espaços distintos. É reconhecido afirmar que esses aplicativos possuem caráter facilitador dentro do processo turístico e que a sua inserção no mercado consumidor do turismo deve prezar pela atratividade que gera no expectador.

Diante disso, torna-se necessário conhecer a opinião dos indivíduos sobre esses aplicativos (sua estética, acesso, atratividade, informações, entre outras características). Esse melhor conhecimento visa verificar se estão cumprindo sua verdadeira finalidade na máquina do turismo. Trata-se de basear a afirmativa acima com o fim de comparar com o almejado neste trabalho: analisar o uso e divulgação do aplicativo acessado através da tecnologia QR Code, da Fundação Turismo de Ponta Grossa. Então, assim sendo, cabe primeiramente fazer descrição do aplicativo em questão, descrição que segue na seção seguinte.

Descrição do objeto de estudo: Aplicativo Ponta Grossa Turística

A Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa (Fumtur) lançou, em 2016, por meio de um pacote multimídia, o aplicativo de Turismo de Ponta Grossa (Figura 1), que funciona mediante a tecnologia do QR Code. Esse aplicativo visa estimular o turismo

da cidade. Para tanto apresenta aos turistas as possibilidades de atrativos e de serviços de hospedagem e de alimentação, além de curiosidades a respeito dos patrimônios que a cidade possui.

De acordo com Silva (2016), outra novidade, além do pacote multimídia, foi o lançamento do Projeto Ponta Grossa Turística, também promovido pela Fundação de Turismo, que auxiliará para que a cidade se torne um polo turístico em vários segmentos.

Figura 1: Aplicativo Ponta Grossa Turística



Fonte: <<http://fumturpg.wixsite.com/pgtur>>.

O aplicativo é configurado para atender a turistas em quatro línguas estrangeiras, sendo a inglês, espanhol, coreano e japonês. Na primeira aba do aplicativo, o indivíduo pode optar por escolher uma das línguas, caso seja estrangeiro. Como também pode manifestar o seu interesse pelo segmento de turismo que deseja realizar no município, podendo escolher entre turismo cultural, religioso, negócios e eventos, e ainda turismo natural. E pode consultar os serviços disponíveis, como as opções de estabelecimentos gastronômicos, hospedagem e de guias de turismo.

Na aba mais (+) se podem encontrar outros projetos desenvolvimentos pela instituição, como vídeo turístico mostrando todos os atrativos e equipamentos de serviços da cidade, e a lei de incentivos de eventos. Nessa mesma aba está inserido o projeto intitulado "Caminhos de Itaiacoca", que mostra as ações da secretaria municipal na sinalização dos vilarejos do distrito de Itaiacoca (pertencente ao município de Ponta

Grossa), a coleção "Ruas do Passado" e a Feira da Estação, denotando uma forma de incentivo ao turismo cultural ponta-grossense.

A forma de acesso ao aplicativo só pode ocorrer através da tecnologia QR Code, sendo outra maneira impossível. O turista/visitante possui duas possibilidades de acesso: ele consegue o QR Code no cartão distribuído pela Fumtur nos estabelecimentos direcionados (sem uma distribuição certa e específica), ou pela página *on-line* da prefeitura de Ponta Grossa. Isto é, o consumidor final do aplicativo deve possuir, em seu dispositivo móvel, o leitor da tecnologia QR Code e estar em posse (via *on-line* ou cartão) da imagem do QR Code¹.

Assim, concluindo a partir da descrição acima, há a percepção, por parte dos autores, que existe certa dificuldade de acesso ao aplicativo, ocorrendo então um acesso limitado, o que certamente foge da finalidade dos aplicativos turísticos, visto que a atração do expectador pelo turismo (que é o ponto-chave dos aplicativos) já acaba na tentativa de acessá-lo. Postas essas considerações juntamente com a hipótese inicial levantada pelos autores, surgiu a curiosidade de analisar o uso e a divulgação desse aplicativo, ou seja, se ele, de fato, está contribuindo para estimular o turismo de Ponta Grossa (finalidade descrita pela própria Fumtur).

Metodologia

Devido à descrição do aplicativo de turismo elaborado pela Fundação Municipal de Turismo de Ponta Grossa, o presente estudo se pauta no método dedutivo e na pesquisa descritiva. A escolha do objeto de estudo ocorreu por se tratar de promover um tipo de mobilidade turística e também por ter sido desenvolvida para atender visitantes. Segundo Prodanov e Freitas (2013), a pesquisa descritiva consiste do registro e da descrição dos fatos observados sem a intervenção dos pesquisadores, visando relatar as características de determinada população, fenômeno ou relações entre variáveis, o que envolve também técnicas padronizadas, como coletas de dados por meio de questionário.

Desse modo, a pesquisa também é de caráter qualiquantitativo, conforme a apresentação de dados referente à opinião dos respondentes, opinião apresentada em

¹ Informações esclarecidas pelos servidores da Fumtur.

forma de respostas a um questionário não totalmente estruturado, pois constituído de perguntas fechadas, porém algumas sendo de cunho aberto.

E, para a representação da origem e da quantidade dos participantes da pesquisa, elaborou-se uma figura (cartograma quantitativo): "[...] um cartograma quantitativo é um tipo de representação em que uma série estatística pode ser aplicada em um mapa-base de uma área qualquer [...]" (CARVALHO; ARAUJO, 2009, p. 2). Foi utilizada a ferramenta de cartomática Quantum Gis versão 2.18.13 Las Palmas, que é um *software* de visualização e de edição de dados georreferenciados. Com o auxílio dessa ferramenta foi possível localizar a origem dos participantes.

O questionário foi disponibilizado para respostas pela rede social Facebook (supramencionado), por meio da página pessoal dos autores no primeiro dia do mês de março do ano corrente (1º/3/2018), porém a publicação foi compartilhada por outros usuários, obtendo-se, assim, 95 respostas no dia oito de março do mesmo mês e ano (8/3/2018), dia em que ocorreu o encerramento de coleta de novas respostas. Estabelecida a metodologia e sua forma de execução (questionário), foi possível obter os resultados, que são repassados a seguir.

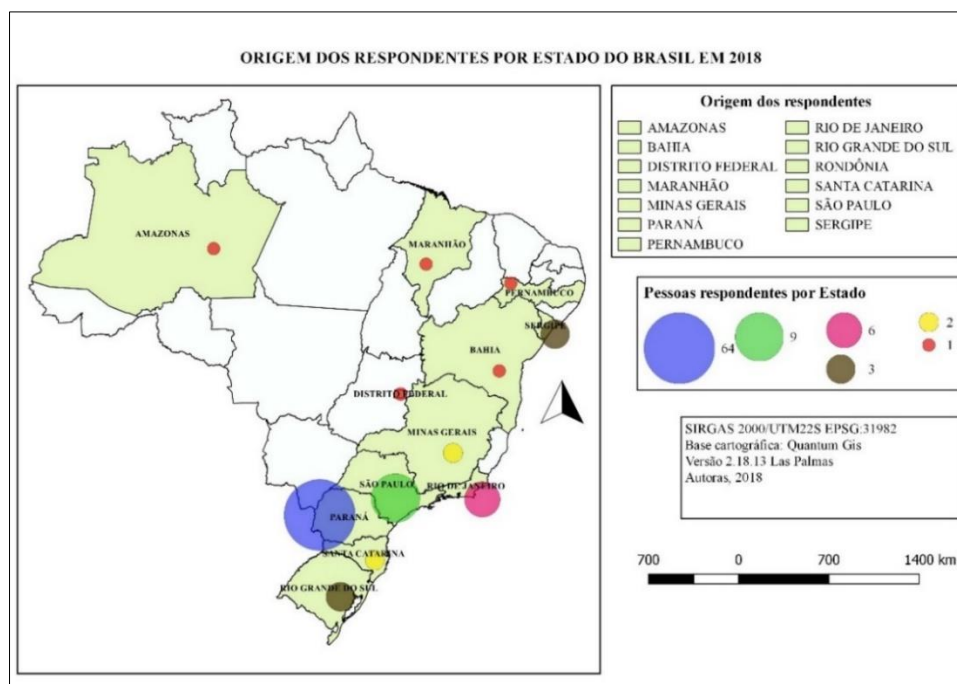
A escolha do ambiente virtual para a aplicação do questionário foi devida ao fato de não haver intervenção dos pesquisadores durante a respectiva aplicação, ficando pressuposto que os pesquisados sentem, nesse ambiente, maior liberdade de emitir as suas opiniões, ainda mais sem terem que fornecer dados de sua identificação pessoal.

Resultados e discussões

Para a aplicação do questionário via ambiente virtual Facebook se fez necessário estabelecer o perfil dos questionados, que ficou, em sua grande maioria, demarcado pelo sexo feminino (58 respostas), com faixa etária de 31 a 50 anos (42 respostas) e de 21 a 30 anos (41 respostas). Fez-se necessário, ainda, conhecer a origem, para que, posteriormente, se pudesse verificar o interesse dos usuários com relação aos aplicativos de turismo e, por fim, o que foi desenvolvido pelo município de Ponta Grossa. Sendo assim, na Figura 2 está representada a origem dos respondentes, sendo 94 pessoas de origem nacional e 1 pessoa de origem estrangeira (Coreia do Sul), não estando

representada na Figura. Conforme a figura, pode-se perceber que a maioria dos participantes da pesquisa é do estado do Paraná (64 pessoas), das quais 47 pessoas pertencem ao município de Ponta Grossa, seguindo-se 9 pessoas do estado de São Paulo e, por terceiro, 6 pessoas oriundas do Rio de Janeiro.

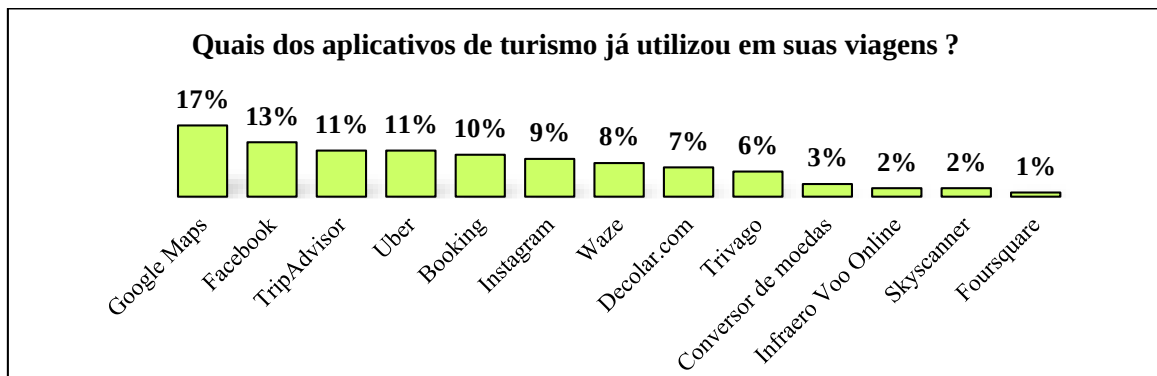
Figura 2: Local de residência dos respondentes



Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

No Gráfico 1, sendo uma questão de múltipla escolha, baseada em estudos anteriores de Mendes Filho et al. (2017), sobre os aplicativos de turismo, mostra a escolha dos respondentes a respeito dos aplicativos de turismo, sendo que a questão permitia votar em mais de um aplicativo. De acordo com os dados dispostos, pode-se perceber que o Google Maps foi o mais mencionado (17% dos entrevistados), em segundo lugar foi mencionado o Facebook e, por terceiro, com 11%, os aplicativos TripAdvisor e Uber. Dessa maneira, pode-se compreender que os usuários participantes da pesquisa costumam utilizar os aplicativos de turismo em suas viagens.

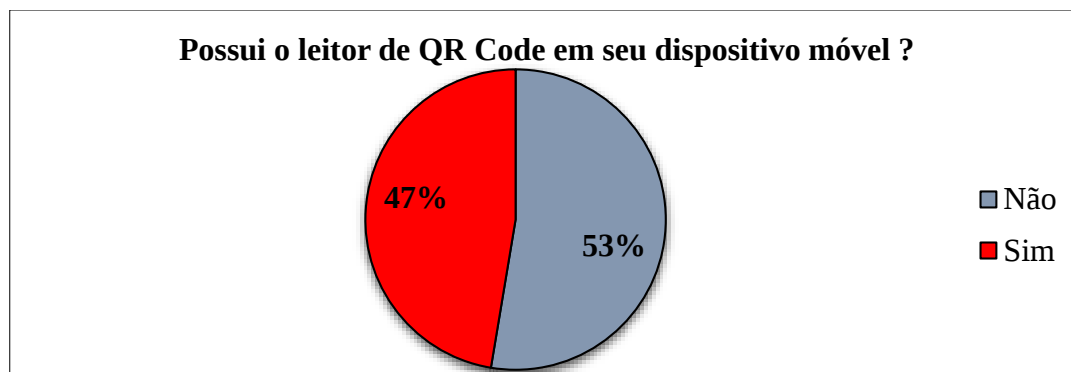
Gráfico 1: Aplicativos de Turismo



Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

O Gráfico 2, a seguir, mostra a utilização da ferramenta de leitor de QR Code por parte dos respondentes. Dos respondentes, 53% afirmaram que não utilizavam essa ferramenta, e 47% afirmaram que sim, que utilizavam. Pode-se, contudo, perceber que aplicativos que somente podem ser acessados por essa ferramenta não conseguem ser utilizados por esses usuários que não possuem essa função em seu dispositivo móvel.

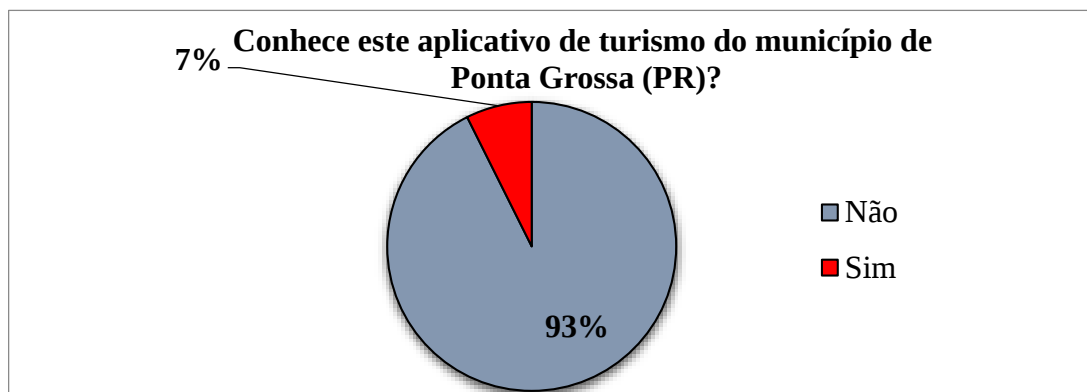
Gráfico 2: Utilização do leitor de QR Code por parte dos usuários



Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

Com relação ao aplicativo de turismo desenvolvido pela Prefeitura Municipal de Ponta Grossa, o que se questionou aos respondentes foi se já conheciam o aplicativo de turismo de Ponta Grossa, como mostra o Gráfico 3. Com isso, as respostas foram as seguintes: 93% das respostas dos usuários informaram que desconheciam a existência do aplicativo. E somente 7% conheciam a existência desse aplicativo.

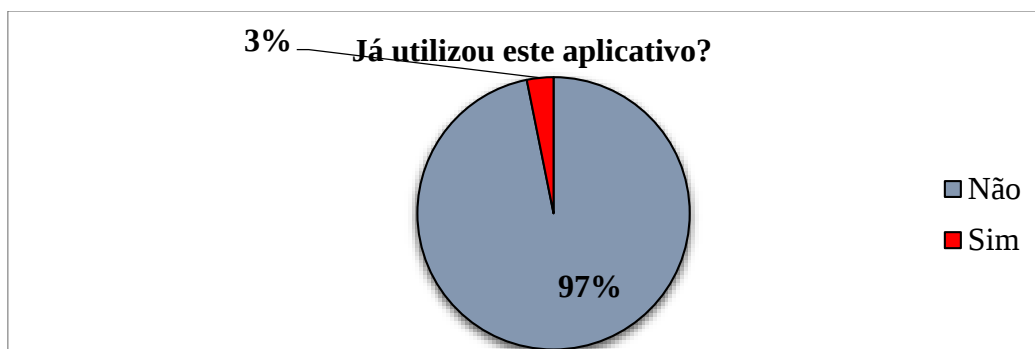
Gráfico 3: Conhecimento do Aplicativo de Turismo de Ponta Grossa/PR



Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

Outra questão envolvendo o aplicativo de turismo do município de Ponta Grossa é com relação à sua utilização. Como se vê no Gráfico 4, 97% dos participantes mencionaram que nunca o utilizaram e apenas 3% confirmam seu uso. Com os resultados obtidos nos Gráficos 2 e 3 pode-se perceber que fatores como o uso de leitor de QR Code e também a divulgação podem dificultar o uso de aplicativos de turismo e, com isso, dificultam o conhecimento e a utilização da tecnologia oferecida.

Gráfico 4: Uso do Aplicativo de Turismo de Ponta Grossa/PR



Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

E, por fim, a Tabela 1 retrata a classificação do aplicativo de Turismo de Ponta Grossa/PR, atendo-se a questões como o *design*, funções, mobilidade e incentivo ao turismo cultural. No que se refere ao *design*, 26% não souberam opinar e 2% deles consideraram como bom. Com relação às funções, 28% dos entrevistados não souberam opinar e 26% o classificaram como bom. No quesito de mobilidade de visitantes, 30% optaram por não opinar, mas 23% consideraram como bom. O último fator, incentivo ao

turismo cultural, mostrou que 33% dos respondentes optou por não opinar e 23% o consideraram como excelente.

Tabela 1: Classificação do Aplicativo de Turismo de Ponta Grossa/PR

Classificação	Design	Funções	Mobilidade de visitantes	Incentivo ao Turismo Cultural
Ruim	7%	4%	6%	3%
Regular	5%	6%	6%	10%
Bom	26%	26%	23%	20%
Ótimo	23%	19%	14%	11%
Excelente	13%	17%	21%	23%
Não soube opinar	26%	28%	30%	33%

Fonte: Dados obtidos pelos autores nas respostas ao questionário aplicado

À vista desses dados, pode-se perceber que a maioria dos entrevistados não soube opinar. Fatores como dificuldade em acessar o aplicativo, podem ter sido determinantes nas respostas, como também, para outros, o aplicativo pode ser qualificado como bom. Apesar de tudo, outras questões também são mencionadas, como o *design*, que se torna pouco atrativo e o fato de as informações não estarem atualizadas, e que permanecem em desacordo. No que compete à mobilidade turística, mesmo auxiliando na mobilidade, o usuário poderá encontrar problemas. Isso é devido ao fato de algumas funções não se tornarem claras, sendo o aplicativo deficiente em alguns aspectos, como a falta de um mapa turístico e a sua divulgação insuficiente.

No que tange ao turismo cultural, poderia ser uma oportunidade de incentivar a prática desse segmento. Deve-se, contudo, frisar a inserção de fotos dos atrativos, o que iria complementar as informações contidas no aplicativo, acerca dos atrativos turísticos culturais do município, podendo atrair potenciais visitantes.

Dessa maneira, pode ser destacada, nos relatos 1 e 2, a opinião dos respondentes a respeito do incentivo ao turismo cultural e também religioso: “Turismo cultural e os demais que apontam para locais turísticos se beneficiariam bem mais se tivesse uma quantidade maior de fotos dos pontos turísticos, valorizando também os interiores das arquiteturas ou para melhor apreciação dos monumentos” (RELATO 1). Outro comentário: “Faltam fotos para identificação de alguns locais. Ex.: Estação Arte. O Turismo Religioso poderia contemplar a igreja do Rosário, que além de linda, está localizada no centro e ainda leva o nome da Padroeira do Paraná” (RELATO 2).

Embora haja esse propósito de auxílio da mobilidade turística, o aplicativo, em si, acaba não obtendo o resultado esperado, pois falta-lhe serem aprimoradas as funcionalidades de que dispõe, como também falta divulgar a sua existência. Para facilitar o uso de aplicativos mediante o leitor de QR Code, ele deveria poder ser baixado diretamente do serviço de distribuição digital de aplicativos, como do Google Play, no caso. Isso o tornaria mais acessível ao público visitante, como pode ser confirmado no Relato 3:

A iniciativa da Prefeitura de Ponta Grossa em criar um aplicativo foi excelente para a promoção do turismo na cidade, no entanto, algumas questões sobre esta ferramenta devem ser consideradas. O primeiro aspecto é a falta de divulgação do app, pois acredito que poucas pessoas saibam da sua existência. O segundo aspecto refere-se a prefeitura ter optado em criar um QR Code, ao invés de app na Google Play. Em termos de facilidade, ambas as ferramentas são funcionais, no entanto, nem todas as pessoas têm acesso ao QR Code e um app na Google Play talvez chamasse mais atenção e fosse mais acessível. Se for possível, a existência desses dois tipos de app, seria uma boa opção. É essencial também que a prefeitura crie uma função que auxilie o deslocamento. Com relação às informações, apesar de serem robustas, acredito que estas poderiam ser melhor filtradas e organizadas. (RELATO 3).

Assim, embora haja a iniciativa do poder público em desenvolver uma tecnologia que facilite a mobilidade turística de visitantes, a condição em que foi desenvolvido o aplicativo e até mesmo aonde procurá-lo o tornam oferta incompleta no que diz respeito à mobilidade, pois fatores como divulgação insuficiente, informações desatualizadas, falta de mapa de localização e falta de fotos dos atrativos o tornam frágil diante da procura de algo para facilitar o deslocamento de pessoas em um destino.

Considerações finais

O gasto de tempo em relação aos deslocamentos também passa a ser alvo de discussão no turismo, uma vez que a mobilidade turística deve ser algo que facilite a locomoção dos visitantes. Com a chegada dos meios de comunicação e informação intensificados extraordinariamente pelo surgimento da internet, isso proporcionou o deslocamento virtual, que se tornou mais ágil, já que algumas atividades passaram a ser realizadas sem haver a necessidade do deslocamento físico.

Essa facilidade proporcionada pela tecnologia também instigou o desejo pela realização da atividade turística, pois esses meios dispõem de informações, como também facilitam a compra de produtos turísticos via *on-line*, além de promoverem a imagem de

um destino, levando a motivar potenciais e reais visitantes a consumir um determinado espaço, já que permitem aos usuários liberdade de deslocamento em um local.

Uma outra perspectiva de mobilidade turística cabe ser mencionada em relação aos aplicativos de turismo. Trata-se do fato de que se tornam cada vez mais utilizados em viagens, pois oferecem uma gama de informações sobre os atrativos, equipamentos de hospedagem e de alimentação e também sobre os meios de transportes que podem ser utilizados em cada localidade, tornando-se uma forma de facilitar a locomoção.

Pode-se certamente mencionar, portanto, que o aplicativo de turismo da prefeitura municipal de Ponta Grossa, embora utilizável somente através do leitor de QR Code, tem o intuito de facilitar a locomoção, bem como de oferecer informações a respeito do turismo do município aos seus visitantes. Essa ferramenta, no entanto, não funciona de forma totalmente eficaz quando se trata de mobilidade turística, uma vez que a divulgação é deficiente, além de que os visitantes, em geral, desconhecem sua existência ou não sabem onde obter o código do QR Code para utilizá-lo. Outro fator que também deve ser enfatizado é a questão da falta de fotos e de um mapa de localização e de informações atualizadas. Essas deficiências tornam o aplicativo confuso, podendo dificultar a visita aos atrativos turísticos, tornando o uso desse *software* pelos usuários algo desnecessário.

Como incentivo à prática do turismo cultural, o aplicativo pode ser uma oportunidade para atrair novos visitantes a contemplar os espaços culturais que o município possui. Mesmo assim, deve-se destacar que são necessárias melhorias no programa a fim de auxiliar na mobilidade de visitantes, pois quando um programa não cumpre a sua funcionalidade, sua existência fica inviabilizada para o turismo.

Referências

ALMEIDA, Eridiana Pizzinato; GIACOMINI, Larissa Bressan; BORTOLUZZI, Marluse Guedes. Mobilidade e acessibilidade urbana. In: SNCS – Seminário Nacional de Construções Sustentáveis, 2., 2013, Passo Fundo. **Anais...** Passo Fundo: IMED, 2013, p. 1-7. Disponível em: <<https://www.imed.edu.br/Uploads/Mobilidade%20e%20Acessibilidade%20Urbana.pdf>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

AUGÉ, Marc. **Por uma antropologia da mobilidade**. Maceió, AL: Editora da Unesp, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Confiança e medo na cidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 2009.

CARVALHO, Edilson Alves de; ARAÚJO, Paulo César de. **Leituras cartográficas e interpretações estatísticas II**. Natal, RN: Editora da UFRN, 2009.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. Bauru, SP: Editora da USC, 1999.

DROPA, Márcia Maria et al. Patrimônio cultural em Ponta Grossa (Paraná, Brasil): articulações possíveis entre memória, história e turismo. **Publicatio UEPG: Ciências Sociais Aplicadas**, v. 20, n. 1, p. 31-42, 2012.

FRANÇA JÚNIOR, Romualdo Theophanes de. **A mobilidade turística no processo de planejamento da logística de transportes de Santa Catarina**. Tese (Doutorado) – Administração e Turismo da Universidade do Vale do Itajaí, Biguaçu, 2014. Disponível em: <file:///C:/Users/Ana%20Costa/Desktop/MESTRADO%202017/Disserta%C3%A7%C3%A3o/Romualdo%20Theophanes%20de%20Franca%20Junior%20mobilidade%20tur%C3%A7a_tica_unlocked_unlocked.pdf>. Acesso em: 15 out. 2017.

GUIMARÃES, Simone Koniski. **Estado e patrimônio cultural**: a memória da hidrovía do Rio Iguaçu (PR). 2017. Dissertação (Mestrado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, UEPG, Ponta Grossa – PR.

MENDES FILHO et al. Aplicativos móveis e turismo: um estudo quantitativo aplicando a teoria do comportamento planejado. **Rosa dos Ventos**. v. 9, n. 2, 2017. Disponível em: <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosados_ventos/article/view/4787>. Acesso em: 12 jan. 2018.

MÉO, Guy de. Patrimônio, continuidade ou ruptura no uso e nas representações dos lugares?. **Revista Geosaberes**. v. 5, n. 1, p. 58-66, 2014.

MINISTÉRIO do Turismo. **Turismo cultural**: orientações básicas. 1. ed. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2010.

MONASTIRSKY, Leonel Brizolla. **Ferrovía**: patrimônio cultural. Estudo sobre a ferrovia brasileira a partir da região dos Campos Gerais (PR). 2006. Tese (Doutorado em Geografia) – Programa de Pós-Graduação em Geografia, Centro de Filosofia e Ciências Humanas, UFSC, Florianópolis – SC.

SOUSA, Mariana. Aplicativo gratuito incentiva turismo cultural em Mariana (MG). **CicloVivo**, São Paulo, p. 1-2, 2 mar. 2016. Disponível em: <<http://ciclovivo.com.br/vida-sustentavel/bem-estar/aplicativo-gratuito-incentiva-turismo-cultural-em-mariana-mg/>>. Acesso em: 12 jan. 2018.

SHELLER, Mimi; URRY, John. **Tourism mobilities**: places to play, places in play. New York: Taylor & Francis, 2004.

WARNIER, Jean Pierre. **A mundialização da cultura**. Tradução de Viviane Ribeiro. Bauru, SP: Editora da USC, 2000.