

TURISTANDO

Área temática: Comunicação

Franthesca Mendes Campagna¹
Giuliana Mendonça de Faria²

Resumo – Nos últimos anos juntamente com o crescimento do turismo, acompanha-se uma grande evolução das ferramentas de Internet como impulsionadores de negócios, principalmente no que tange a capacidade de se gerar negócios e de facilitar o processo de comunicação. Esse projeto buscou utilizar a internet como uma ferramenta de divulgação de conteúdos relacionados a atividade turística e ações do Curso de Turismo da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul. Iniciativas como essas são de suma importância para a divulgação do Curso de Turismo – Empreendedorismo e Políticas Públicas da UEMS, contribuindo entre outras coisas para a visibilidade do Curso na cidade de Campo Grande - MS. A utilização de ambiente virtual tem sido um dos principais recursos utilizados pelo homem para poder se comunicar e interagir com os demais, bem como para expor e promover ideias, disseminar o conhecimento e mesmo entender seu mundo. Nesse sentido, ela está presente em todos os ambientes e seu estudo e domínio, podem levar o usuário à ascensão profissional, pessoal e acadêmica, tendo em vista que a tecnologia tem sido uma ferramenta eficaz.

Palavras-chaves: Divulgação, Turismo, Internet, UEMS.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é considerado uma das indústrias do futuro, fazendo com que traga grandes benefícios para a sociedade como um todo, principalmente através da alavancagem econômica direta ou indireta. Entretanto são poucas as informações sobre a vivência do curso de turismo que encontram-se nas redes sociais, este projeto tem como meta informar os benefícios que o setor do turismo traz à sociedade, como, por exemplo, a geração de empregos e a movimentação na economia que tem o intuito de transformar seus atrativos em receita, e desta maneira, fazer com que a profissão cresça e posteriormente seja uma alternativa de escolha no ensino superior.

¹ Acadêmica de Turismo, Campo Grande, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul.

² Doutorado, Campo Grande e Dourados, Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul, giudefaria@gmail.com.

Para Silva e Nascimento (2005), a internet e as demais tecnologias interativas promovem mudanças no mercado que permitem a distribuição global dos serviços turísticos.

Segundo Sant'anna (2007), a internet, representa uma das principais tecnologias de informação e comunicação. Essa nova ferramenta trabalha, por meio de milhares de computadores interconectados, em diversas partes do mundo, permitindo a troca de dados e informações disponibilizados em uma ampla rede. Sendo assim, no decorrer do projeto buscamos fornecer o máximo de conteúdo para as pessoas que se identificam com a área do turismo, entre elas discente e docentes, fazendo com que o curso ganhe uma maior visibilidade.

O projeto teve como objetivos gerais promover a inserção dos acadêmicos do Curso de Turismo da Universidade Estadual de MS - U.U. Campo Grande no ambiente virtual; fomentar a busca por materiais referentes ao setor turístico. E objetivos específicos: propagar a profissão do turismólogo; expandir informações e conhecimentos na área do turismo; impulsionar o Curso de Turismo – Empreendedorismo e Políticas Públicas da Universidade Estadual de Mato Grosso do Sul – UUCG; transmitir conteúdo sobre a instituição; salientar a importância do marketing para o setor turístico.

2. DESENVOLVIMENTO

Hoje o mundo encontra-se em constantes transformações em vários âmbitos: político, social, econômico, tecnológico entre outros. Esse projeto buscou unir a comunicação ao turismo, promovendo a divulgação do curso, mostrando que o Brasil é um potencial turístico e a profissão de bacharel em turismo está em ascensão. O turismo se beneficiou muito com o incremento da internet, e não se podem ignorar os meios de comunicação, tal como as redes sociais. E uma das vantagens de utilizar a internet, é que são veículos de comunicação de longo alcance. A Internet torna-se um excelente veículo comunicacional, uma vez que permite uma comunicação mais eficaz, através da utilização de vídeo, som e imagem além do texto.

As atividades desenvolvidas ocorreram todas no ambiente virtual, por meio da rede social facebook, através de um pagina nominada de Turistando – UEMS. Onde alunos, professores, pessoas interessadas em turismo, puderam ter acesso aos conteúdos publicados. Os conteúdos foram de preferência referentes ao turismo, informar os benefícios que o setor do turismo traz à sociedade, como, por exemplo, a geração de empregos e a movimentação na economia que tem o intuito de transformar seus atrativos em receita, e desta maneira, fazer com que a profissão cresça e posteriormente seja uma alternativa de escolha no ensino superior; foi também publicado ações do curso de turismo da UEMS- UUCG, como por exemplo, aulas práticas, visitas de campo, palestras, entre outro; e também informações e notícias sobre a instituição UEMS.

Ocorrem também publicações sobre eventos culturais da cidade Campo Grandes – MS, notícias importantes relacionadas à cultura, turismo, gastronomia, etc. As publicações aconteciam de acordo com a criação do conteúdo, geralmente durante o dia, todos os dias da semana.

3. ANALISE E DISCUSSÃO

Apesar do mercado turístico contribuir de maneira significativa à economia de países desenvolvidos e em desenvolvimento, gerando mudanças sociais e políticas na vida das comunidades envolvidas, ainda é grande a dificuldade de conscientizar as pessoas sobre os benefícios trazidos por esse mercado. As informações sobre o curso de Turismo geralmente são poucas e incompletas, muitas vezes não sendo vistas todas as suas potencialidades.

No decorrer do projeto foi evidente a procura pela página, através do aumento no número de pessoas seguindo o Turistando UEMS. A utilização de uma rede social faz com que aconteça um estreitamento dos laços e uma maior aproximação do público alvo.

Através da página Turistando UEMS pode-se notar o interesse das pessoas envolvidas com o turismo, de acordo com o que elas foram interagindo com as publicações. E foi evidente a integração entre as quatro turmas do curso de

turismo da unidade Campo Grande, pois através da página foi divulgada algumas atividades realizadas pelas turmas.

4. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com o desenvolvimento desse projeto pode-se observar que o ambiente virtual, mais especificadamente a rede social facebook é uma ferramenta fortíssima, que pode estar agregando muito no meio da educação/informação, o aumento do número de pessoas curtindo a página foi notório, demonstrando o interesse das pessoas pelo assunto, com isso foi possível fazer com que o curso de turismo da UEMS-CG, tivesse mais visibilidade, e também que os alunos tivesse mais contato com assuntos e notícias relacionadas com o turismo.

5. REFERÊNCIAS

a) Livros:

O'CONNOR, P. Distribuição da Informação Eletrônica em Turismo e Hotelaria. Porto Alegre: Bookman, 2001.

b) Dissertações e teses:

SOUZA, Rodrigo A. M. O potencial mercadológico do comércio eletrônico via Internet e o setor de turismo. FEA-USP/RP Monografia de conclusão de curso, Ribeirão Preto, 1998.

c) WWW (World Wide Web):

MIRANDA, Claudio de Souza; POLO, Rodrigo Balsalobre. A Internet como ferramenta de comunicação no Turismo: um estudo exploratório da utilização de e-mails pelo trading em Ribeirão Preto e seus impactos no Turismo local. Revista Turismo & Pesquisa, Ribeirão Preto, v. 3, n. 1, p.1-11, nov. 2004. Disponível em: <<http://sistema.simead.com.br/8simead/resultado/trabalhosPDF/159.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

OLIVEIRA, José Emilson de Souza; RESENDE, Marcos Guimarães. AS MUDANÇAS NO TURISMO COM O ADVENTO DA TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO. Revista de Iniciação Científica Cairu, Salvador, v. 1, n. 1, p.140-152, jun. 2014. Disponível em: <http://www.cairu.br/riccairu/pdf/artigos/10_MUDANCAS_TURISMO.pdf>. Acesso em: 02 ago. 2017.

SANT'ANNA, Adriano Lins Pinheiro; JARDIM, Gabriel de Sena. Turismo on-line: oportunidades e desafios em um novo cenário profissional. Observatório de

Inovação do Turismo. Revista Acadêmica. Vol. 2, n. 3, set. 2007. Disponível em: <<http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5671>>. Acesso em: 02 de ago. de 2017.

SERRA, Jaime. As Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo: a emergência do e-tourism. Évora, Portugal, v. 1, n. 1, p.1-9, out. 2008. Disponível em: <<https://dspace.uevora.pt/rdpc/bitstream/10174/2671/1/Artigo-economia-sociologia-e-tourism.pdf>>. Acesso em: 02 ago. 2017.

SILVA, Dilceia Novak. A Utilização das Ferramentas de Tecnologia de Informação nas Agências de Viagens: um estudo de caso. Monografia (Especialização). Universidade de Brasília, Centro de Excelência em Turismo. Brasília, 2005. Disponível em: <http://bdm.bce.unb.br/bitstream/10483/599/1/2005_DilceiaNovakSilva.pdf>. Acesso em: 02 de ago de 2017.