

**UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS (UEA)
CENTRO DE ESTUDOS SUPERIORES DE PARINTINS (CESP)
CURSO SUPERIOR DE TECNOLOGIA EM DESIGN DIGITAL**

TIFFANY LEAL CARDOSO

**A CRIAÇÃO DE SITES E O USO DA FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA E/OU
RECURSO POTENCIALIZADOR PARA O TURISMO EM PARINTINS**

PARINTINS - AM

2025

TIFFANY LEAL CARDOSO

**A CRIAÇÃO DE SITES E O USO DA FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA E/OU
RECURSO POTENCIALIZADOR PARA O TURISMO EM PARINTINS**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Banca Examinadora da Universidade do Estado do Amazonas – UEA, como requisito obrigatório para a obtenção do título de graduação em Tecnologia em Design Digital.

Orientadora: Profa. Dra. Cândida Maria Nobre de Almeida Moraes

PARINTINS - AM

2025

Ficha Catalográfica

Ficha catalográfica elaborada automaticamente de acordo com os dados fornecidos pelo(a) autor(a).
Sistema Integrado de Bibliotecas da Universidade do Estado do Amazonas.

C268c Cardoso, Tiffany Leal
 A criação de sites e o uso da fotografia como ferramenta e/ou
 recurso potencializador para o turismo em Parintins / Tiffany Leal
 Cardoso . Manaus : [s.n], 2025.
 69 f.: color.; 21,0 cm.

 TCC - Graduação Superior de Tecnologia em Design Digital-
 Universidade do Estado do Amazonas, Manaus, 2025.
 Inclui Bibliografia.
 Orientador: Moraes, Cândida Maria Nobre de Almeida.

 1. Turismo. 2. Fotografia. 3. Design. 4. Criação de site. I. Moraes,
 Cândida Maria Nobre de Almeida (Orient.) II. Universidade do
 Estado do Amazonas. III. Título

CDU(1997)7.05

TIFFANY LEAL CARDOSO

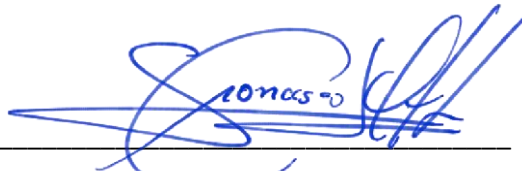
**A CRIAÇÃO DE SITES E O USO DA FOTOGRAFIA COMO FERRAMENTA E/OU
RECURSO POTENCIALIZADOR PARA O TURISMO EM PARINTINS**

APROVADO EM: 03/01/2025.

BANCA EXAMINADORA



Prof. Dra. Cândida Maria Nobre de Almeida Moraes / Orientadora
Universidade do Estado do Amazonas



Prof. Dr. Francisco Otávio Miranda
Membro interno

Universidade do Estado do Amazonas



Prof. Dr. Marcelo Rodrigo da Silva
Membro externo
Universidade Federal da Paraíba

AGRADECIMENTOS

Meus agradecimentos começam com minha mãe, que sempre me deu forças para continuar lutando pelo meu futuro. Com sua maneira de viver, me ensinou a ser forte e batalhadora, sempre acreditando em mim, mesmo nos momentos mais difíceis.

Sou grata também à minha avó, que sempre me cuidou com carinho e esteve ao meu lado em todos os momentos, assim como meu irmãozinho, que é um dos grandes pilares da minha vida. A presença deles torna tudo mais leve e me dá uma base sólida para seguir em frente.

A minha orientadora, Candinha Chuchu, merece um agradecimento especial por sua ajuda na construção deste trabalho. Sua orientação e paciência foram essenciais para que eu pudesse dar o melhor de mim.

Ao meu namorado, agradeço por estar ao meu lado, me acolhendo nos bons e maus momentos, sempre oferecendo apoio e compreensão enquanto eu escrevia e planejava o trabalho.

Por fim, sou profundamente grata a todos que fizeram parte dessa jornada, me ensinando o verdadeiro valor dessa graduação e tornando cada passo mais significativo. Obrigada a todos por estarem ao meu lado e me ajudarem a seguir em frente.

RESUMO

Este trabalho analisa a criação de sites turísticos e o uso estratégico da fotografia como ferramenta fundamental para a promoção de Parintins, no estado do Amazonas, um destino turístico de relevância crescente. Para o desenvolvimento desta pesquisa, utilizou-se uma abordagem qualitativa, baseada em análise documental e estudo de casos de sites de destinos turísticos semelhantes, com foco na análise do design, conteúdo visual e estratégias de comunicação empregadas. O estudo contou com o aporte teórico a partir de autores como Urry (2002), que discute o conceito de "gaze turístico", e Kotler (2017), sobre marketing de destinos, além de estudos sobre fotografia e comunicação visual, como Barthes (1984). O objetivo geral deste trabalho de conclusão de curso desenvolver um site turístico para Parintins que utilize a fotografia como ferramenta estratégica para promover o turismo na cidade, destacando suas características culturais, históricas e naturais. Para que pudéssemos alcançar o objetivo proposto, foram realizadas análises comparativas entre diferentes sites turísticos e entrevistas com profissionais da área de turismo e design gráfico. Dessa forma, o trabalho argumenta que a fotografia, ao lado de um bom design de site, é capaz de criar uma experiência imersiva para o visitante, potencializando o interesse pelo destino e estimulando a decisão de viajar. Por fim, o trabalho destaca a importância do uso consciente e criativo da fotografia, considerando seu impacto na construção de uma imagem desejada para o destino, e propõe que a combinação de um site bem projetado e imagens de alta qualidade são fatores decisivos para o sucesso na promoção do turismo em Parintins. Para fins deste trabalho link do site está disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

Palavras-chave: Turismo; Fotografia, *Design*, Criação de Site.

ABSTRACT

This study analyzes the creation of tourism websites and the strategic use of photography as a fundamental tool for promoting Parintins, a city in the state of Amazonas, which is an increasingly relevant tourist destination. The research employs a qualitative approach, based on document analysis and case studies of websites from similar tourist destinations, focusing on the analysis of design, visual content, and communication strategies. The theoretical framework includes authors such as Urry (2002), who discusses the concept of the "tourist gaze," and Kotler (2017), on destination marketing, as well as studies on photography and visual communication, such as Barthes (1984). The main objective of this final course project is to develop a tourism website for Parintins that leverages photography as a strategic tool to promote the city's cultural, historical, and natural features. To achieve the proposed objective, comparative analyses of different tourism websites and interviews with professionals in the fields of tourism and graphic design were conducted. The study argues that photography, combined with effective website design, can create an immersive experience for visitors, enhancing interest in the destination and encouraging travel decisions. Finally, it highlights the importance of the conscious and creative use of photography, considering its impact on shaping the desired image of the destination. It concludes that the combination of a well-designed website and high-quality imagery are decisive factors for successfully promoting tourism in Parintins. For the purposes of this work the website link is available at: <https://parintins2.wordpress.com/>

Keywords: Tourism; Photography; Design; Website Development.

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
CAPÍTULO I - ENTRE O OLHAR E O CLICK: A FOTOGRAFIA DIGITAL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE TURÍSTICA	15
1.1 A FOTOGRAFIA E O IMPACTO NO TURISMO A PARTIR DAS PLATAFORMAS DIGITAIS.....	17
1.2 DA CAPTURA À CONVERSÃO: O IMPACTO DA FOTOGRAFIA DIGITAL NO TURISMO	23
1.3 AS IMAGENS COMO RECURSO NECESSÁRIO PARA A VISUALIZAÇÃO DO LUGAR.....	24
CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA	29
2.1 PESQUISA DE CAMPO	29
2.1.1.1 <i>Etapa 1: Pesquisa e Coleta de Dados</i>	30
2.1.1.2 <i>Etapa 2: Planejamento e Protótipo</i>	31
2.1.1.3 <i>Etapa 3: Desenvolvimento do Site</i>	32
2.1.1. Objetivo e Público-Alvo	32
2.1.2. Procedimentos e Técnicas de Coleta de Dados	35
2.2 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES	36
2.2.1. Importância da Fotografia no Turismo	41
2.2.2. Conclusão	45
2.3 ANÁLISE/SUGESTÃO DO SITE.....	45
3. CAPÍTULO 3 - PRODUTO (Site)	46
3.3 CONSIDERAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO/ ESTUDO	53
CONSIDERAÇÕES FINAIS	62
Referências	65

INTRODUÇÃO

A crescente digitalização do turismo transformou a forma como destinos são percebidos e consumidos, tornando-se essencial a adoção de ferramentas tecnológicas como sites e recursos visuais para atrair viajantes. Parintins, localizada no coração da Amazônia, é uma cidade rica em tradições culturais e belezas naturais que, se divulgadas estrategicamente, têm o potencial de alcançar projeção internacional. Nesse sentido, a combinação entre fotografia e plataformas digitais, como sites, desponta como um caminho para fortalecer o turismo local. Segundo o Ministério do Turismo (2024), "a imagem é a primeira janela de contato do viajante com um destino, funcionando como uma ponte entre a curiosidade e a experiência concreta".

Ponderamos a fotografia como um dos principais elementos de divulgação, por considerarmos, enquanto expressão visual, a sua capacidade de representar por meio da imagem a identidade de um local e dialogar com os desejos do turista contemporâneo, cada vez mais interessado em vivências autênticas. Como destaca a empresa de engenharia de *software*, Limber, sobre as soluções digitais, "durante a pandemia, a fotografia foi essencial para manter a conexão emocional com produtos e serviços, mostrando o impacto que imagens bem elaboradas podem gerar em experiências virtuais" (Limber, 2024) Assim, também, consideramos que por meio de imagens que destacam a cultura, a natureza e os eventos de Parintins, é possível criar um site que não apenas informe, mas também inspire e engaje potenciais visitantes.

Neste sentido, propõe-se através da criação dessa plataforma digital, busca-se potencializar a visibilidade de Parintins como destino turístico, utilizando recursos visuais impactantes para atrair turistas e gerar uma experiência imersiva e autêntica, ao mesmo tempo em que se preserva e valoriza a identidade cultural local.

Para atender o objetivo proposto, traçou-se como objetivos específicos [I] analisar o impacto da utilização de fotografias na criação de sites turísticos para Parintins, considerando como as imagens podem influenciar a percepção do destino e atrair turistas, destacando as características culturais e naturais da cidade; [II] identificar as necessidades dos turistas e da comunidade local quanto às informações relativas à cidade; [III] desenvolver um site funcional e acessível que integre informações sobre Parintins de forma clara e envolvente, utilizando fotografias como

elemento central para promover o turismo local e facilitar o acesso a informações sobre a cidade, seus eventos e atrações.

A proposta fundamenta-se na relevância crescente das tecnologias digitais para o desenvolvimento do turismo contemporâneo. A era digital, marcada pela convergência de plataformas online e pelo protagonismo da imagem, redefiniu a forma como destinos turísticos são promovidos e percebidos pelos viajantes. Nesse sentido, explorar o potencial da criação de sites integrados a recursos visuais robustos, como a fotografia, apresenta-se como uma solução eficaz para ampliar a atratividade e acessibilidade de destinos como Parintins.

Conforme o site Turismo Digital (2024), o uso de ferramentas digitais no turismo é essencial não apenas para atrair visitantes, mas também para promover práticas sustentáveis e inclusivas. A criação de sites dedicados permite que informações sejam organizadas e apresentadas de forma acessível, fortalecendo o marketing turístico e facilitando a conexão com públicos diversificados. Oliveira e Pereira (2020) reforçam esse ponto ao destacar que recursos visuais, como a fotografia, são elementos centrais para cativar a audiência e comunicar a singularidade de um destino.

No caso de Parintins, uma cidade rica em manifestações culturais como o Festival dos Bois-Bumbás, a criação de um site com fotografias atraentes e informações detalhadas pode não apenas atrair mais visitantes, mas também fortalecer a valorização e a preservação de sua identidade cultural. Segundo Medeiros, Souza e Mendes (2021), sites turísticos eficazes são aqueles que combinam estratégias de comunicação visual com acessibilidade, garantindo que o público-alvo consiga acessar e compreender as informações de maneira intuitiva.

Ademais, o turismo digital também desempenha um papel estratégico na superação de barreiras geográficas e financeiras, ampliando o alcance de localidades com potencial turístico inexplorado. Estudos apontam que a fotografia é mais do que uma ferramenta de divulgação; ela atua como um catalisador emocional que move a descoberta de novos lugares (Silva, 2022).

Essa perspectiva permite compreender como a fotografia transcende a simples promoção, ao se tornar uma ponte entre o imaginário e a experiência real, potencializando a atração por meio de histórias visuais cativantes.

Nesse aspecto, Oliveira e Pereira (2020) ressaltam que imagens de alta qualidade têm o poder de comunicar histórias, emoções e sensações que vão além das palavras, transformando o interesse inicial em desejo de visitação.

O impacto da transforma o digital no turismo   amplamente reconhecido como um divisor de águas para a promo o e sustentabilidade da atividade. Stravel (2024) destaca que a combina o de tecnologias digitais e estratégias visuais não apenas aprimora a experiência do usuário, mas também abre novas possibilidades para a personaliza o e imersão no planejamento das viagens. Com isso, a cria o de um site para o turismo em Parintins se justifica tanto pela necessidade prática de ampliar sua visibilidade quanto pelo potencial acad mico de oferecer um estudo modelo para outras localidades.

Dessa maneira, propõe-se uma reflexão sobre os desafios e as oportunidades de promover o turismo em localidades culturalmente ricas, mas frequentemente sub-representadas nos grandes circuitos turísticos. Parintins   um exemplo de um destino turístico que possui uma identidade cultural forte, mas que ainda carece de estratégias digitais que amplifiquem sua visibilidade e atratividade nos cenários nacional e internacional. O desenvolvimento de iniciativas digitais inovadoras, portanto, surge como um caminho promissor para transformar esse contexto e impulsionar o turismo na cidade.

Localizada às margens do rio Amazonas, Parintins   amplamente reconhecida por ser o palco do Festival Folclórico de Parintins, uma das maiores manifesta es culturais do Brasil. Esse evento anual, que envolve competi es entre os bois-bumb s Garantido e Caprichoso, atrai milhares de turistas e representa uma janela para o mundo da rica cultura amazônica. No entanto, o turismo em Parintins ainda depende de mecanismos tradicionais de divulga o, e muito do seu potencial ainda está por ser explorado de maneira estratégica, principalmente no que se refere ao uso das tecnologias digitais.

Segundo Clifford Geertz (1989), as manifesta es culturais, e aqui traz-se como exemplo o Festival Folclórico, são "teias de significados" criadas e compartilhadas pelas comunidades. Elas são vitais não apenas para a constru o de uma identidade local, mas também para a constru o de um vínculo mais profundo com os visitantes. A rela o simbólica entre os bois-bumb s e a comunidade, que se reflete em uma competi o artística vibrante,   também um exemplo da força da tradi o como elemento de coesão e pertencimento.

A economia de Parintins, assim como a de outras cidades amazônicas, possui uma grande dependência do turismo cultural, principalmente no período do festival. Além de gerar renda direta, o evento estimula a economia local por meio do comércio, artesanato e setores relacionados à gastronomia e hospedagem. Howkins (2013) destaca a importância da economia criativa como motor de desenvolvimento sustentável, em que a preservação cultural e o crescimento econômico andam lado a lado. Portanto, o turismo em Parintins não é apenas uma fonte de renda, mas também uma forma de preservar e promover a cultura local, garantindo sua continuidade para as gerações futuras.

No contexto da Amazônia, a região enfrenta desafios únicos na promoção do turismo. A rica biodiversidade e a paisagem única da floresta amazônica representam uma atração natural para os turistas, mas a falta de infraestrutura e comunicação eficiente limita o acesso dos visitantes a essas experiências. De acordo com Bertha Becker (2004), a preservação ambiental na região deve ser complementada por práticas econômicas que envolvam a sociedade de maneira sustentável. É nesse cenário que a tecnologia pode oferecer soluções, como o desenvolvimento de sites e plataformas digitais, que não só promovem o turismo, mas também educam os turistas sobre as riquezas naturais e culturais da região.

O turismo, enquanto prática social e econômica, tem se transformado com o avanço das tecnologias digitais. Ferramentas como sites, redes sociais e fotografia digital têm desempenhado um papel central na maneira como os destinos turísticos se conectam com seus públicos. A fotografia digital, por exemplo, é uma poderosa ferramenta para criar narrativas visuais que capturam a essência do destino e geram emoções nos potenciais turistas. Segundo Perinotto, Santos e Santos (2017), as imagens não apenas documentam um lugar, mas também têm o poder de gerar uma sensação de pertencimento e atração, despertando o desejo de vivenciar aquela experiência pessoalmente.

Com isso, a criação de um site específico para o turismo em Parintins surge como uma resposta estratégica para aumentar a visibilidade da cidade. Esse site poderia integrar informações sobre o Festival Folclórico, opções de hospedagem, gastronomia local, serviços de transporte e opções de lazer. Além disso, a inclusão de recursos visuais impactantes, como fotografias de alta qualidade, ajudaria a construir uma narrativa envolvente que atraísse turistas de diferentes partes do mundo. A integração de tecnologias digitais pode, assim, não apenas ampliar o

alcance de Parintins como destino turístico, mas também promover um desenvolvimento sustentável que respeite a cultura local e as necessidades ambientais.

Este estudo propõe, portanto, uma reflexão sobre como as tecnologias digitais podem ser usadas para promover destinos turísticos de maneira sustentável e culturalmente sensível. Parintins, com sua rica tradição cultural e belezas naturais, possui um enorme potencial turístico, que pode ser mais bem explorado por meio da criação de plataformas digitais eficazes.

A motivação para este estudo reside no desejo de contribuir para a construção de uma prática turística que não apenas promova um destino, mas também conecte pessoas e culturas. A combinação de inovação tecnológica e valorização cultural pode, assim, fortalecer a identidade local, gerar novas oportunidades econômicas e, ao mesmo tempo, preservar o patrimônio cultural e ambiental de Parintins para as futuras gerações.

Este trabalho adota uma abordagem metodológica híbrida, unindo pesquisa bibliográfica a uma investigação de campo. Essa combinação permite não apenas compreender teoricamente a importância da fotografia e dos sites para o turismo, mas também aplicar essas práticas no desenvolvimento de um produto digital funcional e criativo. A Organização Mundial do Turismo aponta que a transformação digital não é apenas uma tendência, mas uma necessidade no setor, especialmente em um mundo pós-pandemia (Organização Mundial Do Turismo, 2023). Nesse contexto, a criação de um site voltado para o turismo em Parintins visa atender a essas demandas, aliando tecnologia à valorização cultural.

A estrutura deste trabalho divide-se em três capítulos, além da introdução. O primeiro discute os fundamentos teóricos sobre fotografia e criação de sites, com foco em seu impacto no turismo. O segundo apresenta a metodologia de pesquisa e os dados coletados, analisando as percepções e demandas dos potenciais usuários. Por fim, o terceiro capítulo descreve o desenvolvimento do site, detalhando sua interface, funcionalidades e alinhamento com as descobertas da pesquisa. Como produto, propõe-se um site que potencialize a divulgação de Parintins, ressaltando suas singularidades e contribuindo para o fortalecimento do turismo local.

Ao conectar teoria e prática, esta pesquisa não apenas aborda questões técnicas, mas também reflete sobre a capacidade das tecnologias digitais de humanizar e enriquecer a experiência turística. Assim, ao explorar as intersecções

entre fotografia, tecnologia e turismo, o estudo pretende oferecer contribuições significativas para o desenvolvimento de um turismo sustentável e inovador de Parintins.

O site “EnCantos Parintins” pode ser relacionado ao curso de Design Gráfico de diversas maneiras, especialmente na criação de materiais visuais que promovem e preservam a identidade cultural local. O design gráfico é fundamental para o desenvolvimento de elementos como cartazes, logotipos e banners para eventos culturais, como o Festival de Parintins. O branding cultural, que envolve a criação de uma identidade visual forte, também é essencial, pois o site pode ser uma ferramenta para fortalecer a imagem da cidade e de seus eventos. Por fim, o desenvolvimento digital, que inclui o design de websites, conecta diretamente o aprendizado do curso com a criação de plataformas online que têm um papel significativo na promoção da cultura de Parintins.

CAPÍTULO I - ENTRE O OLHAR E O CLICK: A FOTOGRAFIA DIGITAL NA CONSTRUÇÃO DA IDENTIDADE TURÍSTICA

As imagens digitais desempenham um papel central na construção das identidades culturais contemporâneas, especialmente no campo do turismo. Desde a popularização das plataformas de redes sociais, essas imagens não apenas documentam momentos, mas também transformam a percepção de lugares e experiências. O ato de tirar uma fotografia no turismo, muitas vezes em locais considerados icônicos, vai além da simples captura de um momento; ele está relacionado à construção de narrativas identitárias e ao consumo simbólico de um determinado espaço (Salgueiro, 2016).

De acordo com Erving Goffman (1956), em sua análise da apresentação do *self* na vida cotidiana, a fotografia digital pode ser entendida como uma ferramenta performática, onde o indivíduo encena sua identidade diante da câmera, fazendo parte de um processo de exibição e afirmação social. No contexto do turismo, essa performatividade é amplificada, pois as imagens se tornam uma forma de socialização, seja no ato de compartilhamento ou na busca por validação através das curtidas e comentários nas redes sociais. Goffman (1956, p. 50) argumenta que as interações sociais podem ser compreendidas como performances, nas quais os indivíduos assumem papéis específicos para construir uma impressão diante dos outros. Nesse sentido, as imagens digitais se integram a esse processo ao funcionarem como uma extensão da "fachada" descrita pelo autor, criando um jogo de espelhamento entre o que é real e o que é representado. A interseção entre a experiência turística e as imagens digitais produzidas nas redes sociais revela um fenômeno de consumo cultural cada vez mais complexo.

A busca por "*likes*" e pela validação social transforma a experiência de viajar em algo mediado pela imagem que se deseja projetar para o público. Em muitos destinos turísticos amplamente divulgados, as imagens postadas não são apenas reflexos da realidade, mas versões idealizadas, cuidadosamente construídas para atender às expectativas sociais. Nesses espaços, a verdadeira experiência do turista muitas vezes se mistura com o desejo de impressionar ou se integrar a um coletivo que compartilha da mesma estética visual. Como aponta Zygmunt Bauman (2007), a modernidade líquida impõe um novo formato de relação social, no qual as

experiências se tornam produtos constantemente moldados pela necessidade de serem consumidos e validados socialmente.

Esse processo é evidenciado em lugares que se tornaram símbolos de um turismo "instagramável", ou seja, locais cujo apelo visual e a promessa de uma experiência única são explorados, transformando o ato de viajar em parte de um ciclo de consumo simbólico. Nesses espaços, as imagens se tornam mais valiosas do que a própria vivência, uma vez que a socialização, mediada pelas redes sociais, amplia a experiência de viajar para além da imersão no lugar e das interações pessoais. Esse fenômeno reflete a crescente dependência das representações visuais na formação da identidade individual e coletiva. Além disso, o turismo se reconfigura como um produto a ser consumido, não apenas no sentido de usufruir de serviços e bens, mas como uma mercadoria simbólica, cujo valor é medido pela quantidade de "*likes*", compartilhamentos e comentários que as imagens geram na esfera pública digital.

Além disso, a fotografia digital também está intimamente ligada ao conceito de "lugar de consumo" descrito por David Harvey (1988, p.30) que discute como os espaços urbanos e turísticos são transformados por práticas culturais e consumistas. No contexto das imagens digitais, os lugares turísticos se tornam espaços de consumo simbólico, onde os turistas não só consomem a experiência de viajar, mas também criam imagens que reforçam certos estereótipos culturais ou romantizam o cotidiano desses lugares.

Pierre Bourdieu (1979, p.15) contribui com sua teoria de capital cultural ao explicar como as imagens, especialmente em redes sociais, funcionam como um tipo de "capital simbólico". Para Bourdieu, o capital cultural se manifesta de várias formas, e a imagem digital, como produto cultural, se torna um instrumento para o aumento do status social. O turismo, então, pode ser entendido como uma prática de acumulação de capital simbólico, onde o ato de compartilhar uma foto não é apenas uma forma de registrar a viagem, mas um meio de afirmar uma posição social na hierarquia cultural das redes sociais.

No que tange às redes sociais, Manuel Castells (2000, p. 84) reforça a ideia de que essas plataformas funcionam como "redes de significado" que conectam indivíduos globalmente. A partir da perspectiva das redes sociais digitais, as imagens servem como uma linguagem universal que transcende barreiras geográficas e culturais, promovendo uma troca de experiências visuais e sensoriais que definem, de certa forma, o que é considerado atraente, interessante ou digno de ser

compartilhado. Castells vê as redes sociais como espaços onde se reconfiguram as dinâmicas de poder e visibilidade, dando ao indivíduo comum a oportunidade de se tornar protagonista de suas próprias histórias visuais.

Por fim, o conceito de "*selfie*", tão comum nas redes sociais, tem sido amplamente discutido por autores como Sherry Turkle (2011, p.120), que analisa a interação do indivíduo com a tecnologia e a imagem digital. Para Turkle, as *selfies* são uma manifestação do desejo humano de construir e reconstruir constantemente o *selfie*, através da interação com a imagem refletida na tela do dispositivo móvel. No contexto do turismo, a *selfie* é uma prática que não só exhibe o indivíduo em lugares exóticos ou icônicos, mas também atua como uma afirmação de presença e identidade em um mundo digital saturado de imagens.

Em resumo, a fotografia digital e sua disseminação pelas redes sociais têm um impacto profundo na construção das identidades turísticas e culturais. Ela não apenas documenta a experiência do turista, mas também participa ativamente da produção e reprodução de significados sociais e culturais, transformando espaços e práticas de consumo em símbolos de status e pertencimento.

Assim, neste capítulo, será discutido como a fotografia digital e as plataformas digitais impactam o turismo contemporâneo, explorando as transformações geradas pela produção, compartilhamento e consumo de imagens online. Abordaremos como as redes sociais e os sites se tornaram ferramentas essenciais para a promoção de destinos turísticos, destacando as estratégias visuais que atraem consumidores e moldam percepções. Serão analisados os processos técnicos relacionados à captura, edição e composição de fotografias, além das implicações sociais, culturais e éticas dessas práticas na promoção do turismo. Por fim, o capítulo abordará como o uso estratégico de imagens digitais não só influencia o comportamento dos viajantes, mas também redefine o marketing e a experiência turística no cenário global conectado.

1.1 A FOTOGRAFIA E O IMPACTO NO TURISMO A PARTIR DAS PLATAFORMAS DIGITAIS

Atualmente, as plataformas de redes sociais se consolidaram como espaços essenciais para a interação, produção e consumo de conteúdo, transformando a maneira como as pessoas compartilham suas experiências e se relacionam com o

mundo ao seu redor. Segundo Castells (1999), a sociedade contemporânea é marcada pela centralidade da informação e pela interconexão digital, o que reflete na forma como nos comunicamos e consumimos cultura. Essa realidade é evidente no campo do turismo, onde as plataformas digitais são utilizadas para a divulgação de destinos, produtos e narrativas, moldando percepções e influenciando decisões de viagem.

As plataformas digitais, como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok*, têm se tornado ambientes privilegiados para a promoção turística. Através dessas redes, destinos podem ser apresentados com forte apelo visual, conectando-se emocionalmente com potenciais turistas. Raquel Recuero (2020) destaca que as redes sociais não apenas possibilitam a difusão de ideias e imagens, mas também reconfiguram as práticas culturais ao transformar usuários em produtores de conteúdo.

Além disso, as redes sociais desempenham um papel central na comunicação contemporânea, especialmente no Brasil, onde o acesso à internet já atinge grande parte da população. De acordo com o relatório *Digital 2024: Global Overview Report*, elaborado por *Meltwater* e *We Are Social*, aproximadamente 75% da população brasileira está conectada à internet, sendo que plataformas como *Instagram*, *Facebook* e *TikTok* configuram-se como os principais meios de interação digital. Além disso, pesquisas realizadas pela *Mobile Time/Opinion Box* apontam que essas redes sociais desempenham um papel estratégico na disseminação de conteúdos culturais e turísticos, indo além de seu propósito inicial de entretenimento (Meltwater; We Are Social, 2024; Mobile Time; Opinion Box, 2023).

Esse fenômeno se relaciona diretamente ao conceito de *user-generated content UGC* – (Conteúdo gerado pelo usuário), que se refere à produção espontânea de conteúdos pelos próprios usuários (Kaplan e Haenlein, 2010). Relatos de viagens, imagens de destinos turísticos e avaliações de experiências são amplamente divulgados, moldando percepções e influenciando decisões de consumo. A natureza descentralizada dessas plataformas permite que as narrativas sobre turismo sejam mais acessíveis e diversificadas, destacando tanto grandes atrativos quanto locais menos explorados.

Paralelamente, as plataformas de redes sociais têm incorporado ferramentas como algoritmos e sistemas de personalização, que direcionam conteúdos com base em interações anteriores. Essas tecnologias não apenas intensificam a visibilidade de determinados destinos, mas também levantam questões éticas, como o uso de dados

personais para fins comerciais. Contudo, é inegável que essa personalização enriquece a experiência dos usuários, conectando-os a destinos alinhados com suas preferências e interesses.

Embora as redes sociais desempenhem um papel central na promoção de destinos turísticos, os *sites* e *blogs* surgem como espaços complementares, oferecendo uma profundidade maior nas narrativas e informações sobre os locais. Ao contrário das redes sociais, que priorizam a interação rápida e visual, os sites oferecem uma plataforma para o desenvolvimento de conteúdos mais completos, como relatos de viagens detalhados, dicas de turistas e avaliações sobre os destinos. Além disso, muitos sites e blogs possuem seções de comentários, criando um espaço interativo onde leitores podem compartilhar suas experiências e dúvidas, promovendo uma troca de informações mais direta e específica.

Além de direcionar conteúdo personalizados, as redes sociais, têm contribuído para dar visibilidade a práticas de turismo sustentável e comunitário. Por meio das redes sociais, influenciadores e pequenos coletivos destacam experiências autênticas e conscientes, promovendo discussões sobre responsabilidade social e ambiental em um cenário global altamente conectado. Esses movimentos sugerem uma mudança de paradigma na maneira como o turismo é percebido e vivenciado. Esses movimentos sugerem uma mudança de paradigma na maneira como o turismo é percebido e vivenciado, trazendo à tona discussões sobre responsabilidade social e ambiental em um cenário global altamente conectado.

Ademais, *sites* e *blogs* também são bastante utilizados pelo grande público para registrar e até mesmo comercializar locais e pontos turísticos. Esse novo fenômeno se deu, principalmente, pelo surgimento da fotografia digital que fez com que os *blogs* se transformaram em diários de bordo, substituindo os antigos cadernos, repletos de registros visuais (Sebrae, 2022)

Este crescimento de publicações em blogs ou sites se dá pela facilidade que as pessoas têm de se expressar, publicar suas imagens e opiniões, além de possibilitar um novo espaço público para a livre exposição de problemas, projetos e reflexões. Ou seja, as redes sociais na internet devem ser compreendidas como agrupamentos complexos que surgem das interações sociais mediadas pelas tecnologias digitais de comunicação (Recuero, 2014). Essa perspectiva reforça a ideia de que esses ambientes virtuais oferecem um espaço acessível para que indivíduos

compartilhem ideias e construam relações, unindo aspectos humanos e tecnológicos que sustentam essas interações.

Além disso, o caráter democrático das redes digitais potencializa a diversidade de vozes e narrativas que antes tinham pouca ou nenhuma visibilidade. Blogs e sites transformaram-se em ferramentas que não apenas possibilitam a publicação, mas também criam redes de leitores e produtores de conteúdo que interagem entre si, fomentando debates e a troca de saberes. O sucesso desses espaços está diretamente relacionado à oportunidade de construção de uma identidade digital que reflete tanto o indivíduo quanto os coletivos aos quais ele pertence (Silva, 2024)

Ao examinar esses espaços, é fundamental considerar como a interação entre tecnologia e sociedade redefine não apenas a comunicação, mas também os modos de produção cultural e intelectual. Recuero (2014) ao abordar sobre os agrupamentos sociais mediadores ilustra como essas redes não apenas refletem, mas também constroem novas formas de organização social e política, destacando-se como uma extensão e um reflexo do que ocorre no espaço físico. Portanto, compreender essas dinâmicas é essencial para analisar os efeitos dessas plataformas nas práticas cotidianas de expressão e consumo de informação.

Além disso, a popularização dos *smartphones* e o aumento do acesso à internet no Brasil contribuem significativamente para a expansão desse fenômeno. De acordo com o relatório *Digital 2024: Brazil*, realizado pelo *Overview Report*, elaborado por *Meltwater e We Are Social*,¹ cerca de 77% da população brasileira está ativa em redes sociais, sendo o smartphone o principal dispositivo de acesso. Essa inclusão digital permite que uma parcela crescente da população participe ativamente da produção e consumo de conteúdos relacionados ao turismo, onde muitas pessoas utilizam destes sites ou blogs para tirarem dúvidas em relação aos destinos planejados de viagem. Alguns possuem um espaço destinado aos comentários, onde os leitores possam se manifestar sobre o conteúdo publicado ou até mesmo se comunicar com os demais viajantes ou com o autor do blog. Os blogs e sites de viagens acabam sendo um espaço de sociabilidade.

No contexto da cultura participativa, conforme descrito por Jenkins (2006), os usuários não apenas consomem conteúdo, mas também colaboram na sua produção

¹ We Are Social. Digital 2024: Brazil. 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/pt-br/digital-2024>. Acesso em: 9 set. 2024.

e disseminação. Essa dinâmica se manifesta na forma de postagens de viagens, avaliações de destinos e a popularização de hashtags, como *#ViagemDosSonhos* ou *#ExploreOInexplorado*, que criam redes de significado em torno de experiências turísticas.

As imagens e narrativas compartilhadas online têm o poder de moldar a imaginação coletiva e, muitas vezes, influenciam o planejamento de viagens. O estudo de Recuero (2020) aponta que as redes sociais funcionam como espaços de legitimação social, onde o registro e a exposição de vivências reforçam o status do indivíduo enquanto consumidor e explorador de novos lugares.

Sabemos que a informação é um fator de extrema importância para o setor do turismo pela forma intensiva, ativa e dinâmica com que as organizações a utilizam, manipulam e transmitem. As empresas turísticas utilizam a internet para difundir e divulgar informação sobre os seus produtos de natureza intangível, como complemento das viagens reais e com os mais variados recursos tecnológicos digitais: realidade virtual, computação interativa e multimídia.

Com os destinos cada vez mais empenhados em definir-se como uma marca, imagem ou identidade, verifica-se uma crescente utilização da internet por parte das suas organizações de marketing, como meio conveniente para a promoção.

Apesar das oportunidades que as redes sociais proporcionam para o turismo, existem desafios a serem considerados. A curadoria das imagens compartilhadas pode criar uma visão idealizada dos destinos, desconsiderando questões sociais e ambientais. Além disso, a dependência excessiva de plataformas digitais para a promoção pode resultar em uma homogeneização das narrativas, ignorando a diversidade cultural e histórica dos locais promovidos.

Para superar essas limitações, é essencial que os profissionais do turismo utilizem as redes sociais de maneira ética e inclusiva, promovendo representações autênticas e diversificadas. Também é importante que estudos sobre as dinâmicas digitais continuem a ser realizados, a fim de compreender melhor seus impactos sociais e culturais.

Nesta perspectiva, são cada vez menores as compras e as reservas presenciais nos balcões das companhias aéreas, nos hotéis, nos restaurantes e em todos os outros serviços desta natureza. A internet, através dos sites de pacotes turísticos, ajuda o turista na escolha do melhor lugar para aproveitar o passeio ou apreciar as férias. Por meio dos sites turísticos, o turista compara os preços, lê os

comentários dos outros em relação à experiência usufruída e elabora o seu pacote turístico, com base na informação que tem ao seu dispor. Numa questão de segundos, e de alguns cliques, realiza a sua compra.

Através de sites da internet é possível o turista efetuar planeamento, buscas, reservas, aquisição de serviços turísticos etc. Enfim, o consumidor é o próprio gestor de sua viagem, o que garante a ele maior autonomia desde o processo de escolha do destino até a forma em que se dará o deslocamento para ele. Se o cliente pode programar sua viagem sem sair de casa, a internet também tem modificado o posicionamento estratégico das empresas.

Ao considerar as redes sociais como instrumentos para a divulgação do turismo, é fundamental reconhecer sua capacidade de transformar práticas culturais e ampliar o alcance de narrativas. No entanto, é necessário um olhar crítico que contemple as implicações éticas e sociais dessa nova dinâmica. Assim, as redes sociais podem ser mais do que ferramentas de marketing, mas também meios de valorização cultural e construção de identidades.

A escolha de um site para a promoção de destinos turísticos, em vez de um perfil em redes sociais, surgiu da necessidade de um espaço mais controlado, duradouro e estruturado para a apresentação de conteúdo. Enquanto as redes sociais permitem um alcance rápido e amplo, elas muitas vezes oferecem um formato efêmero, onde as postagens podem se perder facilmente em meio ao fluxo constante de informações. No entanto, os sites permitem que o conteúdo seja organizado de forma mais acessível e com maior profundidade, com seções específicas para dicas, relatos de viagem, avaliações e links de reserva. Além disso, os sites proporcionam maior autonomia ao produtor de conteúdo, uma vez que não estão sujeitos a mudanças nos algoritmos das plataformas sociais, garantindo que a informação continue visível e acessível ao longo do tempo.

Essa escolha também reflete a intenção de oferecer um espaço mais focado na construção de uma identidade digital sólida e duradoura, onde o visitante possa explorar de forma tranquila e contínua as informações, sem a pressão da interatividade constante e superficial característica das redes sociais. Em um site, a experiência do usuário pode ser mais imersiva, guiada por uma narrativa estruturada, enquanto as redes sociais, embora eficazes para atrair atenção, frequentemente limitam a profundidade e a organização do conteúdo.

1.2 DA CAPTURA À CONVERSÃO: O IMPACTO DA FOTOGRAFIA DIGITAL NO TURISMO

A fotografia digital desempenha um papel central na produção de imagens utilizadas em estratégias de marketing online e na promoção do turismo. Imagens de alta qualidade não apenas captam a atenção, mas também influenciam a percepção de credibilidade e profissionalismo, elementos essenciais para atrair consumidores e turistas em potencial. Assim, torna-se indispensável abordar conceitos relacionados à estruturação de sites e à manipulação de imagens digitais, como a oferta do produto, a captura, edição e pós-produção. Esses processos incluem técnicas de iluminação, composição, edição para realce de detalhes e otimização de arquivos para garantir o carregamento rápido das páginas na web.

No marketing digital, fotografias são fundamentais para melhorar a experiência do usuário e o SEO (*Search Engine Optimization*)², ajudando sites a se destacarem em mecanismos de busca. Quando bem otimizadas, elas aumentam a visibilidade e atraem tráfego qualificado. Além disso, no setor turístico, imagens envolventes permitem que potenciais clientes se imaginem nos destinos ofertados, criando um apelo emocional que aumenta as chances de conversão (Mktimagens, 2024; Limber)

Atualmente, a fotografia digital também é crucial para transmitir confiança e qualidade em serviços turísticos. A criatividade no uso de cenários e composições contribui para destacar a identidade da marca e promover destinos de maneira única e atrativa (Limber, 2024).

Com a crescente transformação digital, investir em estratégias visuais eficientes não é apenas um diferencial, mas uma necessidade para empresas que desejam crescer no ambiente online. Utilizar fotos profissionais e bem elaboradas ajuda não apenas a divulgar produtos e serviços, mas também a fortalecer a presença digital e a fidelizar públicos diversificados (Propagatur, 2024).

² SEO (*Search Engine Optimization*) é o conjunto de técnicas e estratégias utilizadas para melhorar a visibilidade e o posicionamento de um site nos resultados orgânicos dos motores de busca, como o Google. O objetivo é aumentar o tráfego de qualidade para o site, tornando-o mais relevante e atraente para os usuários e os algoritmos de busca. Isso inclui otimização de palavras-chave, criação de conteúdo relevante, melhoria da estrutura do site e obtenção de backlinks de qualidade. Fonte: ROCK CONTENT. O que é SEO: como fazer para alcançar o topo do Google em 2024. Rock Content, 24 jun. 2024. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-seo/>. Acesso em: 17 set. 2024.

Diante disso, quando se fala em captura de Imagens Digitais, está se referindo ao processo de utilizar dispositivos eletrônicos, como câmeras digitais ou smartphones, para registrar imagens em formato digital. Para Guimarães (2022), envolve a seleção adequada de configurações da câmera, como abertura do diafragma, velocidade do obturador e sensibilidade ISO, para capturar a cena desejada com qualidade e precisão.

Já na edição de imagens, o processo foca em ajustar e modificar imagens digitais após sua captura, utilizando softwares de edição de imagem, como Adobe Photoshop ou Lightroom. Isso inclui a correção de cores, ajuste de exposição, recorte e redimensionamento da imagem, bem como a remoção de imperfeições ou elementos indesejados (Oliveira, 2005).

Além disso, também existem técnicas de iluminação, que, no contexto da fotografia, referem-se à maneira como a luz é utilizada para iluminar a cena ou o assunto fotografado. Isso pode incluir o uso de luz natural ou artificial, a direção e intensidade da luz, o uso de modificadores de luz, como refletores ou difusores, e a criação de efeitos de luz específicos para alcançar o resultado desejado na imagem final (Taylor-Haw, 2013).

Outro ponto relevante é a composição fotográfica, que envolve a organização dos elementos dentro do quadro da imagem para criar uma composição visualmente atraente e eficaz. Isso inclui considerações sobre o posicionamento do sujeito principal, o uso de linhas, formas, padrões e texturas, o equilíbrio de elementos na imagem e a aplicação de técnicas como a regra dos terços, simetria ou diagonais para criar uma composição harmoniosa. E por fim, a pós-produção, que por sua vez refere-se ao conjunto de processos realizados após a captura e edição inicial da imagem, com o objetivo de finalizar e melhorar a qualidade visual. Esse processo pode incluir ajustes finos de cor, contraste e nitidez, a aplicação de filtros ou efeitos especiais bem como a correção de imperfeições ou distorções, e a preparação da imagem para diferentes usos, como impressão ou publicação online (Ribas, 2019).

1.3 AS IMAGENS COMO RECURSO NECESSÁRIO PARA A VISUALIZAÇÃO DO LUGAR

A imagem também é um dos principais insumos para a venda dos destinos turísticos no Brasil. São as fotos de catálogos e guias de viagem, divulgadas em redes

sociais e sites especializados que encantam o turista e o fazem conhecer as manifestações artísticas e o patrimônio cultural do país.

Para Mullins (2014), as fotografias online enquadradas como selfies atuam como uma forma de representação visual orientada para questões ideológicas da atratividade, que molda como as pessoas veem as selfies e, desse modo, tendem a influir na construção da imagem de determinada destinação turística, permitindo o surgimento da referida memória visual mesmo anteriormente ao contato físico direto com dada destinação, seus atrativos, seus elementos constituintes e suas paisagens.

O autor corrobora as ideias de Lo, Mckercher e Cheung (2011) quando afirma que tal forma de registro também indica a consciência de nossa aparência e de que somos observados, constituindo uma forma de “compartilhar” nossa aparência com os demais da forma como queremos ser vistos, participando da ânsia e atuando no sentido da construção da própria identidade. É o surgimento da possibilidade de digitalização das fotografias, integrante e associado às novas tecnologias digitais, que possibilita novos mecanismos de reflexões sobre o espaço social (Mullins, 2014).

A fotografia desperta a sensibilidade no espectador, pois cada pessoa sente a foto de uma maneira diferente. Nesse sentido, é praticamente impossível visualizar uma fotografia sem que esta desperte algum tipo de sentimento ao sujeito, seja este de desprezo, raiva, paixão, empatia, entre várias outras sensações inerentes à espécie humana.

A relação entre turismo e fotografia tem se consolidado ao longo do tempo, especialmente entre os séculos XIX e XX. Segundo Foster (2017), a fotografia tornou-se uma parte fundamental da experiência turística, ajudando a criar uma "construção imagética do turismo" (Foster, 2017, p. 89), sendo amplamente divulgada por meio de cartões postais e das fotos compartilhadas pelos turistas, especialmente em suas redes sociais.

Para Urry (2001, p. 187), a fotografia desempenha um papel essencial ao "dar forma à viagem", enquanto Pérez (2012) argumenta que as imagens turísticas se configuram como práticas sociais que resultam na vivência e na formação do olhar do turista. Esse "olhar do turista" – conceito desenvolvido por Urry (2001) – se manifesta por meio das fotografias, que capturam e eternizam momentos de contemplação e experiência.

[...] As imagens fotográficas organizam nossas expectativas ou nossos devaneios sobre lugares que poderíamos contemplar. [...] Escolhemos parcialmente para onde ir, a fim de capturar imagens em um filme. A obtenção de imagens fotográficas organiza em parte nossas experiências enquanto turistas. Nossas recordações dos lugares onde estivemos são estruturadas em grande medida através das imagens fotográficas e do texto, sobretudo verbal, que tecemos em torno dessas imagens quando as mostramos para os outros. Assim, o olhar do turista envolve irredutivelmente a rápida circulação das imagens fotográficas (Urry, 2001, p.187).

No trabalho de Urry (2001), é ressaltada a importância das imagens fotográficas na formação das expectativas e vivências turísticas. O autor sugere que, ao escolhermos destinos, muitas vezes nos orientamos pela busca de uma imagem visual que se conecta com nossos desejos ou fantasias. Assim, as fotografias não apenas capturam a realidade, mas desempenham um papel ativo na construção das nossas percepções e na forma como relembramos as experiências turísticas.

Urry (2001) também destaca o papel fundamental da circulação dessas imagens no compartilhamento das experiências. As fotos não são simplesmente registradas, mas se espalham entre as pessoas, moldando tanto a maneira como nos enxergamos em relação ao destino quanto como ele é visto pelos outros. Esse processo de disseminação é rápido e contínuo, evidenciando a dinâmica da comunicação visual no turismo. Portanto, as imagens deixam de ser apenas recordações pessoais e se tornam elementos que ajudam a criar narrativas coletivas, influenciadas pela troca de olhares entre turistas e não turistas.

A reflexão de Urry (2001) sugere que a fotografia ultrapassa sua função de simples registro, transformando-se em uma ferramenta ativa na construção das experiências e memórias. Ela contribui para um ciclo incessante de criação e consumo de imagens, que redefine o conceito de "turismo", ao transformar a experiência do turista em algo compartilhado, amplamente visível e sempre sujeito a novas interpretações.

A conexão entre fotografia e turismo é de grande relevância, especialmente na forma como as imagens podem modificar as percepções e os comportamentos dos turistas. Foster (2017) argumenta que fotografia e turismo funcionam como uma espécie de "jogo" destinado a transformar discursos, rituais e organizações. Nesse processo, as imagens atuam como ferramentas que geram desejos e constroem valores, influenciando práticas e movimentando economias, pois envolvem diversos elementos e processos diferentes (Foster, 2017, p. 92). A autora também destaca que

a fotografia se popularizou por meio de uma indústria que a torna acessível a todos, criando produtos fotográficos fáceis de usar e de baixo custo.

Carrera (2012) enfatiza a importância das imagens nas redes sociais e outras plataformas digitais, observando que elas desempenham um papel crucial na construção da realidade social e emocional dos indivíduos. As imagens compartilhadas nessas redes não apenas facilitam o contato entre os usuários, mas também ajudam a definir posições sociais ao situar as experiências de cada um no tempo e no espaço. Cavalcanti (2011) também aponta que a internet tem um papel importante nesse processo, conectando o consumidor diretamente ao produto turístico. O turista, por meio de suas experiências e opiniões, contribui para a valorização do destino, tornando suas impressões mais valiosas do que a própria divulgação corporativa. O marketing de experiências, baseado em imagens e feedbacks de visitantes anteriores, torna-se um dos principais motores de atração de turistas.

Emidio, Celestino & Perinotto (2014) afirmam que a forma como as informações turísticas circulam nas diversas comunidades sociais tem sido fundamental para o turismo, pois os turistas não são apenas consumidores passivos de imagens, mas também produtores delas, ajudando a formar a imagem do destino. Antes da era digital, a intermediação da informação turística era um processo mais linear, onde o turista buscava informações de forma direta, mas com o advento da internet, ele se torna ativo na escolha de seu destino, influenciado pelas opiniões e imagens compartilhadas por outros turistas. Assim, a fotografia digital tornou-se a primeira forma de contato com o destino, seja impressa, seja compartilhada em redes sociais, aproximando ou distanciando o turista do local desejado.

A fotografia tem sido um elemento fundamental para divulgar destinos turísticos, ajudando a construir a identidade visual desses locais. Nos últimos anos, houve uma popularização das imagens, que evoluíram com as novas tecnologias, fazendo com que as fotografias se tornassem uma ferramenta poderosa na comunicação turística. A facilidade de divulgar imagens na internet e nas redes sociais acelerou ainda mais esse processo. Santaella (2021) explica que a internet e o ciberespaço formam um sistema global de comunicação eletrônica que facilita a interação entre usuários e dados, tornando as informações mais acessíveis e permitindo a rápida disseminação de imagens turísticas.

No contexto do marketing digital, a fotografia digital tem um papel fundamental na promoção de destinos turísticos, especialmente em plataformas como o Instagram, que facilitam a criação de uma conexão emocional com o público. Segundo Perinotto, Santos & Santos (2017), a fotografia digital no Instagram não só atrai turistas, mas também ajuda a fidelizá-los, criando uma relação contínua com os destinos. A presença de imagens impactantes nas redes sociais tem uma influência decisiva na decisão de compra de serviços turísticos. A qualidade visual das imagens é importante não só para atrair visitantes, mas também para melhorar a visibilidade nos motores de busca, impactando positivamente no SEO (Urry, 2020).

Urry & Crawshaw (2020) ressaltam que as imagens não apenas representam destinos turísticos, mas também funcionam como uma forma de consumo visual, com as redes sociais atuando como espaços de marketing de experiências. O consumo visual no turismo, facilitado pela fotografia digital, é uma tendência crescente, onde os turistas querem ver o "produto turístico" visualmente antes de decidirem visitá-lo.

Portanto, a fotografia digital não é apenas uma questão estética, mas uma estratégia de marketing vital para a indústria do turismo. A criação de imagens envolventes e de alta qualidade é essencial para atrair visitantes, e a manipulação cuidadosa dessas imagens, com técnicas apropriadas de iluminação e composição, é crucial para garantir que a mensagem desejada seja transmitida de forma eficaz.

CAPÍTULO 2 - METODOLOGIA

O capítulo presente abordará o procedimento metodológico adotado na pesquisa para a criação do site "EnCantos de Parintins", cujo objetivo é promover o turismo na cidade, destacando seus atrativos culturais, naturais e econômicos. A metodologia utilizada na pesquisa combina abordagens qualitativas e quantitativas, com o objetivo de garantir uma análise abrangente e detalhada. A pesquisa qualitativa foi essencial para captar as percepções e experiências de empresários locais e turistas, utilizando entrevistas semiestruturadas como ferramenta principal. Já a abordagem quantitativa contribuiu com a coleta de dados estatísticos sobre o fluxo turístico e a relevância dos principais pontos de interesse da região.

Além disso, o capítulo descreverá a pesquisa de campo, que incluiu o mapeamento dos atrativos culturais e naturais, a análise do comportamento digital do público-alvo, bem como o registro fotográfico para compor o conteúdo visual do site. O planejamento do site seguiu etapas como a seleção criteriosa das informações a serem destacadas, a criação de protótipos e o alinhamento visual e textual para atender ao perfil do público visitante (Munari, 2005). Assim, este capítulo não apenas expõe o percurso metodológico, mas também reflete sobre a importância de um trabalho interdisciplinar que combina história, turismo e tecnologia para a valorização de Parintins.

2.1 PESQUISA DE CAMPO

A crescente utilização da internet e das tecnologias digitais no setor do turismo tem transformado profundamente as práticas de marketing e promoção de destinos. Dentro deste contexto, a criação de sites turísticos e o uso de fotografia digital se destacam como ferramentas essenciais para atrair visitantes e proporcionar uma experiência mais envolvente e acessível. Parintins, um município no estado do Amazonas, famoso pelo seu festival cultural, o Festival de Parintins, tem buscado se afirmar como um destino turístico crescente. No entanto, a promoção do município, especialmente durante eventos como o festival, ainda enfrenta desafios significativos relacionados à visibilidade digital e à integração de informações sobre seus atrativos turísticos. O uso eficaz de plataformas digitais, aliado à produção de imagens

atrativas, pode ampliar o alcance e a fidelização de turistas, como demonstrado por Perinotto, Santos e Santos (2017) e Silva e Almeida (2020).

Em um cenário cada vez mais competitivo, onde os turistas buscam, principalmente nas plataformas digitais, informações rápidas, confiáveis e visualmente agradáveis, o design de sites turísticos desempenha um papel fundamental. Para Urry (2002), o consumo visual no turismo, através de imagens e representações, é uma das formas mais poderosas de atrair visitantes, uma vez que as imagens transmitem experiências sensoriais e emocionais que despertam o desejo de conhecer um destino. Nesse sentido, a fotografia digital não apenas ilustra um destino, mas contribui para a construção de sua identidade visual e, portanto, de sua marca no mercado turístico.

A criação de um site específico para o turismo em Parintins, portanto, busca integrar informações cruciais sobre a cidade e seus atrativos, com ênfase na visualização de locais e produtos por meio de fotografias. Esse site tem como objetivo servir tanto para empresários locais quanto para turistas, funcionando como um veículo de promoção e de disseminação de informações sobre o município. Segundo Kotler et al. (2017), as plataformas digitais desempenham um papel vital na promoção do turismo, sendo um ponto de contato direto entre o destino e o público-alvo. Assim, o uso da fotografia de alta qualidade e do design acessível e funcional torna-se essencial para criar uma plataforma eficiente, que não apenas atraia os turistas, mas também contribua para o fortalecimento do turismo local.

Assim, buscamos, por meio dessa pesquisa de campo, identificar e registrar os principais atrativos culturais, naturais e econômicos de Parintins, compreendendo como eles se conectam com as experiências de turistas e moradores locais. Essa etapa foi fundamental para reunir informações que subsidiassem a construção do site "EnCantos de Parintins", garantindo que ele fosse uma plataforma representativa e atrativa para o público-alvo. Além disso, almejamos, com esse levantamento, fomentar o turismo na região, valorizando as peculiaridades do município e contribuindo para o fortalecimento de sua identidade cultural e para o desenvolvimento socioeconômico local.

2.1.1.1 Etapa 1: Pesquisa e Coleta de Dados

A primeira fase no desenvolvimento do site "EnCantos de Parintins" consistiu na realização de uma pesquisa detalhada para entender o público-alvo, as

necessidades dos turistas e as expectativas da comunidade local. As atividades realizadas nessa etapa foram:

1. Entrevistas: Condução de conversas informais e bate-papos com turistas que já visitaram Parintins, com o objetivo de identificar o que mais os atraiu, as dificuldades encontradas e suas sugestões para melhorias no turismo local.

2. Análise de concorrentes: Estudo de sites turísticos de outros destinos amazônicos e culturais globais, buscando identificar boas práticas, pontos fortes e áreas de melhoria, especialmente em aspectos como design, usabilidade, e a abordagem do conteúdo visual e textual.

3. Mapeamento de dados culturais e naturais: Levantamento e catalogação dos principais atrativos turísticos de Parintins, como o Festival dos Bois-Bumbás, o artesanato local, a gastronomia e as paisagens naturais. Durante essa fase, também foram realizadas fotografias em alta resolução dos pontos turísticos, a fim de captar sua essência.

4. Estudo de comportamento digital: Análise de ferramentas como Google Trends para entender o interesse global por temas relacionados a Parintins, e avaliação de tráfego nas redes sociais para identificar tipos de conteúdo que mais geram engajamento e atratividade.

2.1.1.2 Etapa 2: Planejamento e Protótipo

Com as informações coletadas, a segunda fase envolveu o planejamento e criação do protótipo do site:

1. Definição de objetivos: Além de promover o turismo, o site foi projetado para educar os visitantes sobre a cultura local, gerar uma conexão emocional por meio da fotografia e oferecer informações práticas sobre hospedagem, transporte e eventos.

2. Arquitetura da informação: Estruturação das páginas do site com categorias claras, como "Conheça nossa cultura", "Belezas naturais", "Vida noturna", "O que fazer em Parintins em um dia" e "Sobre Parintins". Cada seção foi projetada para facilitar a navegação e fornecer informações detalhadas aos usuários.

3. Criação do protótipo: Desenvolvimento de um mockup digital que apresentou o layout e a disposição dos elementos no site. A fotografia teve um papel central, com galerias visuais destacando os principais pontos turísticos e culturais.

4. Testes iniciais com usuários: Apresentação do protótipo a grupos de turistas e moradores locais para avaliar a usabilidade, navegabilidade e obter feedback sobre o design.

2.1.1.3 Etapa 3: Desenvolvimento do Site

Após a validação do protótipo, iniciou-se a construção do site em si:

1. Escolha da plataforma e ferramentas: Utilização de plataformas como *WordPress* ou *Figma* ou a opção por uma solução personalizada, dependendo do orçamento e das funcionalidades necessárias, garantindo uma plataforma fácil de manter.

2. Integração de recursos visuais: As imagens coletadas durante a pesquisa foram otimizadas para a web e incorporadas ao site, criando um apelo visual forte.

3. Implementação de funcionalidades interativas: Desenvolvimento de mapas interativos para guiar os turistas pela cidade e inclusão de formulários de contato para suporte. Também foi prevista a integração com redes sociais, permitindo que o conteúdo fosse facilmente compartilhado.

4. Otimização para SEO: O conteúdo do site foi ajustado com foco em palavras-chave específicas relacionadas a Parintins e ao turismo na Amazônia, garantindo maior visibilidade nos motores de busca.

Essas etapas são essenciais para garantir que o site "EnCantos de Parintins" não apenas promova o turismo local de maneira eficaz, mas também estabeleça uma conexão emocional com os visitantes por meio de imagens e conteúdo autêntico, como evidenciado pelos estudos de Urry (2002) e Kotler et al. (2017), que destacam a importância do consumo visual e das plataformas digitais na promoção do turismo.

2.1.1. Objetivo e Público-Alvo

O principal objetivo da pesquisa foi a coleta de dados para a construção de um site que centralizasse informações essenciais sobre Parintins, incluindo detalhes sobre os estabelecimentos comerciais e atrações turísticas. O público-alvo da pesquisa foi composto por empresários locais e turistas que frequentam a cidade durante o período do festival Folclórico de Parintins.

O Festival Folclórico de Parintins é um dos maiores eventos culturais do Brasil, realizado anualmente na cidade de Parintins, no Amazonas. Celebrado geralmente no último fim de semana de junho, o festival atrai milhares de visitantes e tem como foco a apresentação de dois bois-bumbás rivais: o Garantido, representado pela cor vermelha, e o Caprichoso, identificado pela cor azul.

A celebração acontece no Bumbódromo, uma arena com capacidade para mais de 35 mil espectadores, onde as apresentações são realizadas com grande teatralidade. Cada boi-bumbá apresenta um espetáculo de três noites, mesclando música, dança, encenações e elementos da cultura amazônica. As performances são avaliadas por jurados em quesitos como evolução, alegorias, coreografia e harmonia.

O festival é uma manifestação cultural que celebra a riqueza das tradições indígenas, ribeirinhas e caboclas da região amazônica, misturando lendas, rituais e histórias que compõem a identidade local. Entre os personagens tradicionais das apresentações estão a Cunhã-Poranga (a mulher mais bonita da tribo), o Pajé (líder espiritual) e o Amo do Boi (narrador das histórias).

Além do espetáculo, o Festival Folclórico de Parintins movimenta a economia local, incentivando o turismo, o artesanato e a culinária típica. É também uma oportunidade de reafirmação cultural e de valorização da Amazônia, tornando-se um símbolo de resistência e preservação das tradições regionais.

O evento transcende a competição entre os bois, representando um elo emocional e identitário para a população de Parintins e para todos os que acompanham a celebração, seja ao vivo ou pela televisão.

Segundo Urry (2002), o turismo moderno é fortemente influenciado pelo consumo de imagens e pela presença digital, sendo fundamental que os destinos possuam uma representação virtual que conecte os turistas a informações de maneira prática e atrativa.

A construção do site tem como propósito não apenas divulgar o Festival Folclórico de Parintins, mas também consolidar a cidade como um destino turístico completo, valorizando tanto as tradições culturais quanto as oportunidades econômicas locais. Nele, além de conteúdos relacionados ao festival, estarão disponíveis seções dedicadas a estabelecimentos comerciais, como restaurantes, pousadas e lojas de artesanato, bem como atrações turísticas, incluindo trilhas, passeios de barco e pontos históricos de Parintins.

O site também se propõe a ser um espaço interativo, permitindo que turistas e empresários locais compartilhem experiências e opiniões sobre Parintins. Essa interação não apenas engaja o público, mas também contribui para o aprimoramento contínuo do site, ajustando-se às necessidades e preferências dos usuários. Em um cenário de constante evolução digital, a adaptação e o feedback constante são essenciais para garantir que o site se mantenha relevante e útil, funcionando como uma plataforma dinâmica de troca de informações.

Essa iniciativa está alinhada com as ideias de Urry (2002), que destaca o papel do consumo de imagens e da representação virtual no turismo moderno, enfatizando a importância de proporcionar uma experiência digital atrativa e prática. Além disso, de acordo com Castells (2013), a sociedade em rede potencializa a interação entre cultura e tecnologia, tornando essencial que manifestações culturais locais sejam digitalmente acessíveis para alcançar públicos globais.

A utilização de imagens de alta qualidade será um dos pilares do site, seguindo as tendências apontadas por autores como Kotler et al. (2011), que destacam a importância do apelo visual para atrair turistas e criar uma experiência imersiva. As imagens selecionadas terão como objetivo não apenas representar visualmente o Festival Folclórico de Parintins, mas também capturar a essência da cidade, suas paisagens naturais, cultura local e o calor humano da população. A escolha cuidadosa de cada imagem permitirá que o site evoque emoções e desperte o desejo de visita.

No campo da economia criativa, autores como Howkins (2013) ressaltam que projetos que unem cultura e inovação, como um site turístico, não apenas promovem a identidade local, mas também estimulam o desenvolvimento econômico, gerando novas oportunidades para a comunidade. Dessa forma, a proposta do site não se limita a fornecer informações: ele se torna um agente ativo na valorização e preservação do patrimônio cultural de Parintins.

Além disso, o site será desenvolvido com foco na acessibilidade e no design responsivo, garantindo que qualquer visitante, independentemente do dispositivo utilizado, tenha uma experiência de navegação fluida e agradável. O uso de ferramentas como o design adaptativo não só é uma exigência técnica, mas também uma forma de demonstrar compromisso com a inclusão digital, permitindo que todos, desde turistas locais até internacionais, possam acessar e se beneficiar das informações sobre Parintins de forma igualitária e sem barreiras.

2.1.2. Procedimentos e Técnicas de Coleta de Dados

A pesquisa de campo foi realizada entre os dias 18 e 26 de junho de 2024, e envolveu diversas atividades, como entrevistas semiestruturadas e coleta de fotografias. Foram realizados questionários com os proprietários de estabelecimentos comerciais e turistas, além de registros fotográficos que serviram como base para o conteúdo visual do site. As entrevistas buscaram compreender como as empresas percebem o potencial de um site turístico e como ele poderia beneficiar seu negócio. A coleta fotográfica teve como objetivo capturar imagens dos locais e produtos, utilizando técnicas de fotografia corporativa para garantir que as imagens fossem de alta qualidade e representassem fielmente o ambiente de Parintins (Santos, 2019).

As entrevistas foram realizadas com os proprietários de dois estabelecimentos-chave: *Paris Beer e Toc Toc*, e contou com duas turistas durante o Festival Folclórico de Parintins. O uso de diários de bordo foi essencial para registrar com precisão as informações obtidas durante as entrevistas. Para a parte fotográfica, foi utilizado um celular com câmera de alta definição, buscando capturar imagens que transmitissem não apenas a qualidade dos produtos, mas também a atmosfera do local, um fator crucial no turismo contemporâneo (Perinotto; Santos; Santos, 2017).

Durante as entrevistas com os proprietários dos estabelecimentos, foi possível observar que a maioria reconhecia o valor de uma plataforma online como meio de divulgação e atratividade para novos clientes, especialmente durante eventos de grande porte como o Festival Folclórico de Parintins. A maioria destacou que um site bem estruturado, com imagens de alta qualidade e informações claras, poderia aumentar a visibilidade de seus negócios, não apenas durante o evento, mas também fora da temporada turística.

As respostas dos turistas durante a pesquisa mostraram um interesse crescente por informações acessíveis e organizadas, especialmente quando se trata de escolher quais estabelecimentos e atrações visitar. Muitos mencionaram que a qualidade das imagens visíveis nas plataformas digitais impacta diretamente sua percepção sobre o destino e seus negócios, reforçando a ideia de que o uso de fotografia eficaz é um recurso poderoso para a atração e a fidelização do público.

Além disso, a coleta fotográfica se revelou essencial não apenas para a documentação visual dos espaços, mas também como um elemento chave para a criação de conteúdo que traduz a experiência única de Parintins. As imagens capturadas refletiram a diversidade cultural e natural da cidade, buscando transmitir a energia do festival, a autenticidade dos produtos locais e o acolhimento das pessoas, elementos que são atraentes para turistas que buscam uma experiência imersiva e autêntica.

2.2 LEVANTAMENTO E ANÁLISE DAS INFORMAÇÕES

Durante o processo de coleta de dados, também foi realizada uma pesquisa sobre as plataformas disponíveis para a construção do site. A escolha da ferramenta ideal levou em consideração a funcionalidade, a facilidade de uso e a possibilidade de integrar as informações de maneira clara e acessível para os usuários. Esse levantamento envolveu o uso de ferramentas como o Google Acadêmico e orientações especializadas sobre design de sites turísticos (Silva; Almeida, 2020). A análise das informações coletadas das entrevistas e da pesquisa de campo visou identificar as necessidades dos empresários e das empresas locais, destacando os pontos positivos e negativos que deveriam ser considerados na construção do site.

A primeira parte da pesquisa contou com o apoio de duas turistas do sexo feminino, de 18 anos e 23 anos, que chamaremos de Layla e Maria, respectivamente, ambas vieram do Rio de Janeiro e 2024 foi o primeiro ano das duas visitando a cidade. Elas responderam a perguntas direcionadas durante um diálogo breve. Ao realizar essa abordagem à turistas sobre como foi à busca e o meio para chegar a Parintins as duas descreveram dificuldades em encontrar informações detalhadas e atualizadas sobre horários, preços e disponibilidade das passagens fluviais.

Outra dificuldade observada foi referente ao pagamento, alguns transportes fluviais ainda não aceitam cartões de crédito ou pagamentos online, dificultando a compra antecipada de passagens. E as variações na qualidade das embarcações e nas condições de segurança também é uma preocupação para os turistas. Quanto a hospedagem, ambas ressaltaram que tiveram, durante o Festival Folclórico, grande dificuldade de encontrarem um lugar, pois a sua grande maioria já estava alugado e os que havia disponíveis apresentavam preços exorbitantes.

Sendo que a variedade de opções de hospedagem pode ser limitada, especialmente em termos de hotéis ou acomodações específicas como pousadas. Além disso, também esteve presente no discurso das entrevistadas que existe uma grande falta de informações detalhadas e avaliações confiáveis sobre as opções de hospedagem.

Ademais, a questão da alta demanda por hospedagem durante o Festival Folclórico expõe uma vulnerabilidade no setor turístico de Parintins. A ausência de uma plataforma online eficiente, que permita reservas antecipadas com transparência, pode aumentar a concorrência por acomodações, elevando os preços e dificultando a experiência do visitante. A implementação de soluções digitais, como a integração de sistemas de reservas e avaliações confiáveis, poderia amenizar esses problemas, tornando a estadia mais acessível e planejável para os turistas.

Sobre passeios e atividades turísticas encontraram-se algumas dificuldades, por exemplo, Layla relata que tentou visitar lugares diferentes por indicação de amigos, porém ela não encontrou divulgações, informações ou detalhes relevantes que lhe indicassem mais sobre esses lugares, como exemplo ela citou que queria almoçar no restaurante *Toc Toc*, porém não achou informações que a levassem a esse lugar.

Além disso, a escassez de divulgação online de estabelecimentos como o Toc Toc reflete uma lacuna no uso de estratégias de marketing digital no setor turístico local. Embora o restaurante ofereça uma experiência gastronômica única e de alta qualidade, a falta de presença nas plataformas digitais limita sua visibilidade, o que impede que turistas, como as entrevistadas, possam descobrir a diversidade de opções gastronômicas da cidade. Investir em uma comunicação digital mais eficaz pode ajudar os empresários a ampliarem o alcance e atrair mais visitantes.

Maria deu ênfase na escassez de guias turísticos qualificados que falem idiomas estrangeiros e conheçam bem a região. Vale ressaltar aqui a sua queixa ao transporte local (já que Parintins não possui transporte público).

A falta de uma infraestrutura digital robusta para o setor de turismo em Parintins pode ser um fator limitante para o crescimento e atratividade da cidade enquanto destino turístico. A criação de um site que centralize informações não só sobre o Festival Folclórico, mas também sobre serviços de transporte, hospedagem e opções de lazer, é uma oportunidade significativa para melhorar a experiência dos

turistas. Isso pode resultar na redução de frustrações, como as vividas pelas entrevistadas, e na otimização do planejamento da viagem.

A segunda parte da pesquisa se deu através das entrevistas breves com os empresários da cidade.

Para conhecer um restaurante regional em Parintins destacando suas características, cardápio, ambiente e a experiência gastronômica oferecida aos clientes, o restaurante escolhido para esta análise foi o *Toc Toc*, conhecido por sua cozinha tradicional e uso de ingredientes locais. O restaurante *Toc Toc* está localizado no final da estrada do Parananema, s/nº, bairro Parananema. Sua trajetória iniciou em 2001, o proprietário é Gerson Mascarenhas, trabalhou como chefe de cozinha em outros estados no serviço de hotelaria como chefe de cozinha, seu último emprego foi no Hotel Tropical em Manaus Amazonas, após sua saída do emprego decidiu investir no seu próprio negócio, quando começou já tinha em mente o nome do restaurante devido ter trabalhado com caranguejo, por isso o nome *Toc Toc*.

Outro fator relevante é a falta de uma abordagem integrada entre os diversos setores turísticos da cidade. Enquanto o Festival Folclórico é amplamente divulgado, outras opções de lazer e cultura local, como restaurantes e passeios alternativos, acabam sendo menos visíveis para o público. A promoção desses serviços de forma conjunta, por meio de um portal turístico digital, pode ajudar a diversificar a experiência dos visitantes e atrair mais turistas ao longo do ano, além de fortalecer a economia local, aproveitando ao máximo o potencial da cidade como destino turístico.

Figura 1: Memórias *Toc Toc*, 2024.



Fotografia: Tiffany Leal

O ambiente do restaurante é acolhedor e rústico, com uma decoração que remete à cultura regional. Elementos como artesanato local, móveis de madeira, um pequeno museu com peças diversas, mosaicos produzidos pelo proprietário, criando uma atmosfera autêntica e convidativa. Funciona nos dias de terça a domingo para almoço, oferece serviço de bar e restaurante, suas comidas são feitas em panelas de barro. Também dispõe de jantar e eventos privados sob reservas. O cardápio do *Toc Toc* é diversificado e se destaca pelos pratos típicos da culinária amazônica. Entre as especialidades, encontram-se:

Entrada: bolinho de piracuí; macaxeira, pirarucu empanado.

Prato Principal: Tambaqui frito; galinha caipira

Acompanhamentos: Arroz, macarrão e farofa

Bebidas: Sucos naturais (cupuaçu, graviola, taperebá), refrigerantes, cervejas e drinks (caipirinha e caipirosca).

Todos os ingredientes são frescos e, sempre que possível adquirido de produtores locais. O atendimento no *Toc Toc* é cortês e eficiente. Os funcionários estão bem treinados e demonstram conhecimento sobre os pratos servidos, proporcionando uma experiência informativa e agradável aos clientes. Os preços são competitivos e justos, considerando a qualidade dos pratos e a experiência oferecida. Há opções de refeições completas a preços acessíveis, o que atrai um público variado.

A segunda entrevista realizada foi com Gabriel Nunes, proprietário do *Paris Beer*, localizado na estrada do Macurany, nº 1216, bairro Djard Vieira. O objetivo da entrevista foi obter uma visão detalhada sobre a trajetória do bar, suas estratégias de negócios, funcionamento e serviços oferecidos. Iniciou como uma distribuidora no ano de 2020, no bairro de Santa Rita de Cassia, no período da pandemia. E o atendimento aos clientes era somente através do serviço de delivery. Após dois anos começou a funcionar no endereço atual, apenas com serviço de bar. O funcionamento é de terça-feira a domingo, a partir das 18 horas até às 03 horas.

A entrevista foi conduzida de forma presencial no próprio ambiente, permitindo uma interação mais rica e a oportunidade de observar de perto o atendimento e a qualidade do serviço. Segundo o entrevistado o *Paris Beer* para continuar melhorando teve que passar por mudanças e foi implementado um novo ambiente com mais espaço, conforto e novos serviços, com som ao vivo aos finais, com cardápio de petiscos variados, por exemplo: filé com fritas, bolinho de piracuí, calabresa acebolada, camarão empanado, frango a passarinho e farofa de charque que é o carro

chefe e novo catálogo de drinks (caipirinhas, caipiroscas, taça de gin, lagoa azul, *moscow mule*, e outros). E continua com a distribuidora e serviço de *delivery*.

Figura 2: Paris Beer, 2024



Fotografia: Tiffany Leal

Para divulgação do *Paris Beer* o empresário divulgar somente em algumas redes sócias, como *facebook*, *instagram* e *whatsApp*. Sua localização, ambiente, cardápio de petiscos variado e bom atendimento contribuem para a sua popularidade e sucesso.

A análise realizada revelou várias dificuldades enfrentadas por turistas que visitaram Parintins no período do festival folclórico de 2024. As duas entrevistadas, Layla e Maria, relatam problemas significativos. Em relação às passagens fluviais, ambas encontraram dificuldades em obter informações detalhadas e atualizadas sobre horários, preços e disponibilidade. Além disso, a limitação nos métodos de pagamento online e a variação na qualidade e segurança das embarcações foram pontos críticos mencionados. Quanto à hospedagem, a alta demanda durante o Festival Folclórico dificultou a reserva de acomodações, com muitos locais já ocupados e os disponíveis apresentando preços elevados.

A falta de informações detalhadas e avaliações confiáveis sobre opções de hospedagem também foi um problema. Além disso, as turistas enfrentaram desafios ao procurar atividades e passeios alternativos à festa do boi-bumbá. A falta de informações e divulgação sobre atrações e serviços, como o restaurante *Toc Toc*, foi

uma preocupação. A escassez de guias turísticos qualificados e a limitação no transporte local também foram destacadas.

A falta de divulgação digital do restaurante *Toc Toc* foi apontada como uma área a ser melhorada, mesmo que o local disponha de um excelente ambiente, comida fresca e boa e uma ótima localização ainda há lacunas significativas quanto a divulgação do lugar. Por outro lado, o bar *Paris Beer* demonstrou uma evolução significativa desde seu início como distribuidora, com melhorias no ambiente e no cardápio. Apesar de sua popularidade crescente, a presença nas redes sociais ainda é limitada. A análise dos resultados sugere a necessidade de um sistema de informações mais integrado e acessível para turistas.

2.2.1. Importância da Fotografia no Turismo

À medida que a tecnologia se desenvolve, as imagens tornaram-se mais do que simples registros de lugares; elas são agora ferramentas poderosas de comunicação que têm o potencial de transformar a percepção dos turistas sobre um destino. A utilização estratégica de imagens, especialmente nas plataformas digitais, ajuda a construir narrativas visuais que podem ser extremamente eficazes na atração de visitantes. A fotografia, portanto, não só serve para promover um destino, mas também para criar uma experiência emocional que conecta o turista à essência daquele local.

A criação de imagens atrativas para o setor turístico vai muito além da simples captura de paisagens. As fotografias são fundamentais para criar um cenário que desperta o desejo de vivenciar o que é mostrado. Quando bem executadas, essas imagens podem transmitir a experiência de um lugar, suas cores, texturas e atmosferas. Em um mercado competitivo, onde os turistas têm acesso imediato a uma infinidade de opções, as imagens digitais se tornam decisivas. Como apontado por Perinotto, Santos e Santos (2017), as imagens não apenas capturam a realidade, mas criam uma conexão emocional entre o destino e o visitante, fazendo com que o turista visualize sua experiência antes mesmo de partir.

O marketing turístico, ao investir em fotografias de alta qualidade, busca despertar o desejo de explorar não apenas o que é visto, mas também o que não é visível à primeira vista. As fotos de uma praia paradisíaca, por exemplo, podem evocar sentimentos de tranquilidade, paz e aventura, e transformar uma simples viagem em

uma jornada de descoberta pessoal. Além disso, as imagens podem destacar elementos culturais, gastronômicos e naturais de um destino, tornando-o mais atraente para uma variedade de públicos. Esse apelo visual ajuda a construir uma identidade para o destino, influenciando diretamente as escolhas dos turistas.

Com o advento das redes sociais, as fotografias tornaram-se um dos principais meios de promoção no turismo. O Instagram, em particular, é uma plataforma onde a fotografia tem um impacto direto na tomada de decisão dos turistas. Milhões de usuários compartilham suas experiências de viagem diariamente, criando um ciclo de influência entre as imagens postadas e os destinos que se tornam populares devido a isso. Uma imagem bem capturada pode se tornar viral, gerando uma publicidade orgânica e autêntica que atinge um público global.

Essa forma de marketing digital é altamente eficaz porque os consumidores estão cada vez mais buscando experiências pessoais e autênticas, em vez de abordagens tradicionais de marketing. Imagens de pessoas reais em destinos reais, vivenciando momentos genuínos, geram um nível de confiança que os anúncios pagos frequentemente não conseguem atingir. Além disso, a popularização de influenciadores digitais, que compartilham suas próprias experiências de viagem, aumentou ainda mais o poder da fotografia digital. Essas imagens funcionam como recomendações pessoais, influenciando diretamente as escolhas dos turistas.

O marketing de conteúdo, baseado em imagens de alta qualidade, também tem sido uma estratégia eficaz para destinos menos conhecidos ou que buscam se destacar em meio a destinos turísticos populares. Ao criar uma narrativa visual consistente e emocionante, os destinos podem conquistar uma base de turistas que, de outra forma, poderiam não ser atraídos. Fotografias que destacam os aspectos únicos de uma região ou cidade ajudam a construir uma imagem distinta, tornando-a memorável para os turistas que buscam algo mais do que o turismo convencional.

As imagens digitais não apenas ilustram um destino, mas também contam histórias. Elas têm o poder de transmitir as nuances culturais e sensoriais de um lugar de forma imediata. O papel da fotografia no marketing turístico vai além da simples representação de pontos turísticos. Ela se torna uma ferramenta para transmitir o espírito de um local, seu ritmo, suas tradições e até mesmo os sons e cheiros que os turistas podem experimentar. Ao capturar esses elementos, as imagens tornam-se uma extensão da própria identidade do destino, permitindo que os turistas sintam uma conexão com o lugar antes mesmo de visitá-lo.

Por exemplo, uma fotografia de um mercado local pode não apenas mostrar as cores vibrantes das frutas e vegetais, mas também evocar a energia do mercado, o movimento das pessoas e a conversa no ar. Imagens de um jantar em um restaurante típico podem capturar a essência da gastronomia local, destacando a textura e o sabor dos pratos. Essas imagens sensoriais são mais do que simples representações; elas convidam o espectador a vivenciar uma experiência por meio da fotografia.

Além disso, as imagens digitais podem ser usadas para destacar o patrimônio cultural e histórico de um destino. Fotografias de monumentos, eventos culturais e tradições locais podem oferecer aos turistas uma visão mais profunda e enriquecedora do local que estão visitando. Isso cria uma conexão emocional, tornando a viagem mais do que apenas uma escapadela, mas uma oportunidade de imersão cultural. Assim, as imagens não são apenas um atrativo visual, mas também um convite à reflexão e ao aprendizado sobre o destino.

O avanço da tecnologia na fotografia digital também tornou as ferramentas de captura mais acessíveis, permitindo que qualquer pessoa, de turistas a fotógrafos amadores, crie imagens impressionantes. Com o uso de smartphones com câmeras de alta qualidade, não apenas os profissionais de marketing, mas também os próprios turistas, têm o poder de criar e compartilhar conteúdo visual que contribui para a visibilidade de um destino. Essa democratização da fotografia tem impacto direto na forma como os destinos são promovidos e como as experiências de viagem são compartilhadas.

A utilização de imagens geradas pelos turistas é uma estratégia eficaz para aumentar a autenticidade do marketing. Imagens feitas por visitantes reais tendem a ser mais confiáveis para outros turistas, pois representam uma visão não editada e genuína do destino. Esses conteúdos têm uma autenticidade que os anúncios comerciais não conseguem replicar. Isso leva os destinos a incentivarem os turistas a compartilharem suas próprias fotos nas redes sociais, criando um ciclo de promoção espontânea e orgânica que beneficia tanto os turistas quanto os empresários locais.

Com isso, a fotografia digital tornou-se uma das principais formas de construir e promover destinos turísticos. Desde imagens de paisagens naturais deslumbrantes até cenas do cotidiano local, as fotografias têm o poder de capturar a essência de um lugar e transmiti-la ao mundo. O uso eficaz dessas imagens nas plataformas digitais não só aumenta a visibilidade dos destinos, mas também contribui para criar uma narrativa emocional que atrai turistas, promove o turismo e fortalece a identidade

cultural de cada região. Ao investir em fotografia de qualidade e nas ferramentas digitais disponíveis, o setor turístico tem a oportunidade de alcançar um público global e estabelecer uma conexão duradoura com os turistas, transformando a experiência de viagem em algo inesquecível.

Figura 3: A Parintins Cotidiana, 2024.



Fotografia: Tiffany Leal

Figura 4: Orla de Parintins, 2024.



Fotografia: Tiffany Leal

As fotografias realizadas durante a pesquisa foram utilizadas para compor o conteúdo visual do site, sendo escolhidas de acordo com seu potencial para transmitir a identidade única de Parintins. A utilização dessas imagens no contexto digital é uma estratégia comprovada para fidelizar turistas, uma vez que as fotos geram uma

conexão emocional com o destino, algo que é fundamental no processo de tomada de decisão (Silva; Almeida, 2020).

2.2.2. Conclusão

A pesquisa de campo permitiu uma compreensão aprofundada das necessidades de empresários e turistas em relação à criação de um site turístico para Parintins. A coleta de dados por meio de entrevistas e questionários, aliada à fotografia digital, forneceu informações essenciais para o desenvolvimento de um site que seja funcional e visualmente atrativo. A análise dos dados destacou a importância de um conteúdo bem estruturado, com informações claras e acessíveis, e a necessidade de imagens que representem a autenticidade e a beleza de Parintins. Esses elementos, combinados, têm o potencial de aumentar a visibilidade do destino e atrair mais turistas, além de fortalecer o relacionamento com os clientes locais.

2.3 ANÁLISE/SUGESTÃO DO SITE

A pesquisa realizada foi fundamental para a ideia de criação do site “EnCantos de Parintins” por várias razões. Primeiramente, ela revelou problemas significativos enfrentados pelos turistas, como a dificuldade em obter informações detalhadas sobre passagens fluviais e hospedagem, além da falta de opções para atividades alternativas ao Festival Folclórico. Esses problemas evidenciaram a necessidade de uma plataforma que centralize e ofereça informações abrangentes e atualizadas sobre transporte, acomodações e atrações locais.

Além disso, as entrevistas com proprietários de estabelecimentos como o restaurante *Toc Toc* e o bar *Paris Beer* mostraram que, apesar de oferecerem experiências valiosas, esses locais enfrentam desafios na divulgação digital. O site proposto pode resolver esse problema ao proporcionar um espaço para que esses estabelecimentos sejam promovidos de maneira eficaz, aumentando sua visibilidade para os turistas.

Outro ponto importante destacado pela pesquisa é a melhoria da experiência do turista. A dificuldade em encontrar informações sobre passeios e serviços indicou a necessidade de um site que ofereça detalhes claros e recursos interativos, como

mapas e avaliações, para ajudar os visitantes a planejarem e aproveitar melhor sua estadia.

Finalmente, a pesquisa reforçou a importância da presença digital para atrair turistas e promover o destino. Um site bem planejado, com imagens de alta qualidade e um design intuitivo, pode melhorar a percepção de Parintins como um destino atraente e acessível. Assim, o site “EnCantos de Parintins” se apresenta como uma ferramenta essencial para resolver os problemas identificados e facilitar a divulgação dos atrativos da cidade.

Em resumo, os resultados da pesquisa de campo não apenas mostraram as necessidades do público-alvo, mas também, Parintins e suas belezas naturais e culturais que pode apresentar algumas dificuldades, principalmente relacionadas à compra de passagens fluviais, disponibilidade de hospedagem e planejamento de roteiros turísticos. No entanto, com a melhoria das infraestruturas digitais, maior oferta de serviços turísticos e promoção de experiências, esses desafios podem ser superados, proporcionando aos turistas uma visita inesquecível à cidade amazônica. Pode-se concluir que diferentes abordagens são relevantes para orientar decisões estratégicas para o desenvolvimento turístico em Parintins. Portanto, a criação do site “EnCantos de Parintins” torna-se fundamental para trazer um novo olhar sobre as belezas pouco exploradas na cidade.

3. CAPÍTULO 3 - PRODUTO (Site)

3.1 PROCESSO

No contexto do turismo contemporâneo, a presença digital não é apenas uma ferramenta estratégica, mas uma necessidade. Viajantes de todas as partes do mundo utilizam a internet como principal recurso para planejar suas jornadas, pesquisar destinos e compartilhar experiências. No caso de Parintins, a ausência de uma plataforma digital robusta, dedicada e bem estruturada que reúna informações culturais, naturais e práticas sobre a cidade, representa uma lacuna significativa para a promoção de sua rica herança e potencial turístico.

Este capítulo detalha a concepção de um site turístico para Parintins, abordando as etapas de planejamento, desenvolvimento e uso de dados coletados ao longo do processo. A proposta não se limita a criar uma ferramenta informativa; busca,

sobretudo, valorizar a essência cultural da cidade, representá-la de forma autêntica e engajar tanto os moradores locais quanto turistas em uma experiência digital que reflete as tradições e belezas amazônicas. A partir desse objetivo, cada etapa foi cuidadosamente pensada para integrar tecnologia, criatividade e envolvimento comunitário, permitindo que o site atenda às necessidades do público e contribua para o fortalecimento da economia local.

O processo de criação de um site turístico exige uma compreensão aprofundada do público-alvo, do contexto cultural e das necessidades práticas do destino. No caso de Parintins, a riqueza cultural e natural da cidade apresenta uma oportunidade única de utilizar a tecnologia para conectar tradições locais a um público global. Este capítulo explora em detalhes as etapas de concepção, desenvolvimento e aperfeiçoamento de um site turístico, enfatizando como os dados coletados ao longo do processo podem contribuir para criar uma plataforma eficaz, acessível e envolvente.

3.1.1 Identificação do Problema

A ausência de uma plataforma digital unificada que organize e apresente informações sobre Parintins, combinada com a sub-representação da cidade nos grandes circuitos turísticos, resulta em desafios para a promoção local. Apesar de eventos como o Festival Folclórico atrair atenção pontual, a cidade ainda carece de visibilidade contínua no cenário turístico global. Dessa forma, o problema central a ser resolvido é: Como desenvolver uma ferramenta digital que amplie a visibilidade de Parintins, valorizando sua cultura e natureza enquanto atende às demandas do turismo moderno?

3.1.2 Resultados Esperados

Os resultados esperados desse processo de criação de um site turístico para Parintins são amplos e têm o potencial de gerar impactos significativos tanto para a comunidade local quanto para os visitantes. Em primeiro plano, o site visa aumentar a visibilidade de Parintins como um destino turístico, com um enfoque estratégico na promoção de suas riquezas culturais, históricas e naturais. Embora o Festival Folclórico de Parintins seja o principal atrativo, o projeto visa dar destaque a outros pontos de interesse da cidade, como suas tradições, festas populares, patrimônio

arquitetônico e belezas naturais. Dessa forma, o site não se limita a promover o festival, mas também trabalha para garantir que o turismo em Parintins se mantenha ativo durante todo o ano, com iniciativas que despertem o interesse de turistas de diferentes perfis e origens. A ideia é tornar a cidade não apenas um ponto de visitação pontual, mas um destino turístico perene, que atraia turistas em diversas épocas, diversificando a economia local.

Outro objetivo crucial desse projeto é o fomento ao turismo sustentável. A preservação ambiental e o respeito às comunidades locais devem ser princípios norteadores de todas as ações relacionadas ao turismo. O site busca divulgar práticas e iniciativas que promovem a sustentabilidade, conscientizando tanto os turistas quanto os próprios moradores sobre a importância de proteger o meio ambiente e valorizar a cultura local. Essa abordagem visa garantir que o crescimento do turismo seja harmônico, gerando benefícios econômicos e sociais para a população sem causar danos irreparáveis ao ecossistema da região ou às tradições da comunidade.

Além disso, a criação de uma plataforma digital integrada facilitará o acesso a informações sobre Parintins, tornando o processo de planejamento de viagem mais fluido e acessível. O site reunirá de forma intuitiva dados completos sobre os pontos turísticos, a infraestrutura da cidade, os serviços locais e eventos culturais, como o Festival Folclórico, além de oferecer informações sobre a logística de viagem, como opções de transporte e hospedagem. Ao centralizar essas informações em um único local, o site proporcionará aos turistas uma experiência mais prática e satisfatória, permitindo que planejem suas visitas de maneira eficaz e sem imprevistos. Isso certamente contribuirá para uma maior valorização da cidade, já que turistas bem-informados tendem a ter uma experiência mais enriquecedora e positiva.

Outro impacto significativo do site será o estímulo à economia local. A melhoria no fluxo de turistas tende a impulsionar diretamente os setores de comércio e serviços, como a hotelaria, alimentação, transporte e o comércio de produtos locais. A presença constante de turistas também gerará novos empregos, desde guias turísticos até profissionais das áreas de tecnologia, comunicação e marketing, todos envolvidos na manutenção e no gerenciamento do site e na prestação de serviços aos visitantes. O efeito multiplicador do turismo em uma cidade pequena como Parintins pode ser substancial, resultando em um crescimento econômico sustentável e na melhoria da qualidade de vida da população.

Porém, o processo de criação de um site turístico para Parintins é mais do que um simples exercício técnico de desenvolvimento de uma plataforma digital. Trata-se de uma iniciativa estratégica que combina tecnologia, cultura e comunicação. O projeto visa atender às exigências do turismo contemporâneo, que demanda informações rápidas, acessíveis e de qualidade. A utilização de ferramentas digitais para conectar turistas e o destino de forma eficiente é uma tendência crescente, e Parintins, ao adotar essa estratégia, posiciona-se como uma cidade inovadora que utiliza a tecnologia para valorizar sua cultura e ao mesmo tempo atrair turistas de maneira sustentável.

Um aspecto fundamental para o sucesso do site será a sua capacidade de integrar dados e feedback ao longo de todas as suas etapas de implementação e operação. A construção de uma plataforma que evolua de acordo com as necessidades dos turistas e da comunidade local é essencial para garantir sua relevância e funcionalidade. Além disso, é importante que o site seja dinâmico, com atualizações constantes sobre eventos, novidades e informações relevantes. Isso assegura que o conteúdo se mantenha fresco e atrativo, acompanhando as tendências e as mudanças no comportamento do turista, que está cada vez mais conectado e exigente.

Em última análise, a criação deste site turístico tem como pilares centrais a valorização da identidade cultural local e a promoção de um turismo sustentável. A plataforma não só divulgará os atrativos de Parintins, mas também fortalecerá a percepção de sua autenticidade cultural, estimulando os visitantes a conhecerem, respeitarem e se encantarem pela cidade de forma consciente. Ao integrar práticas sustentáveis e promover a conscientização sobre a importância da preservação, o site ajudará a criar um modelo de turismo que respeita o patrimônio ambiental e cultural da cidade, gerando benefícios a longo prazo tanto para a população local quanto para os turistas.

Assim, o impacto desse projeto pode ser considerado transformador, pois ao mesmo tempo em que ele impulsiona a economia, fortalece a cultura local e preserva o meio ambiente, estabelece Parintins como um destino turístico de relevância nacional e internacional, baseado em valores sólidos e sustentáveis que servirão de exemplo para outras cidades brasileiras e até mesmo para destinos internacionais.

3.2 ANÁLISE DE INTERFACES: CONSIDERANDO O ESTUDO/PESQUISA

A análise de interfaces digitais desempenha um papel crucial em contextos culturais, especialmente em plataformas que buscam promover, preservar ou revitalizar identidades locais. Essas interfaces atuam como mediadoras entre o conteúdo cultural e os usuários, exigindo uma abordagem que priorize tanto a acessibilidade quanto a estética para fomentar engajamento e inclusão digital.

Segundo o Design da Informação, conforme proposto por Petterson (2002), as interfaces digitais devem equilibrar funcionalidade, estética, e princípios cognitivos. Isso envolve clareza na apresentação do conteúdo, harmonia visual e simplicidade na navegação. Esses princípios são essenciais para tornar a interação mais intuitiva e significativa, especialmente em projetos que têm o objetivo de democratizar o acesso à cultura (Petterson, 2002).

Por outro lado, o conceito de design centrado no usuário destaca a necessidade de interfaces que atendam às necessidades e expectativas dos usuários, promovendo experiências enriquecedoras. Como aponta Sutcliffe (1995), a interação não deve apenas transmitir informação, mas criar experiências que potencializem a forma como os usuários interagem com o conteúdo. No contexto cultural, isso significa valorizar a história e as narrativas locais, permitindo que o usuário seja tanto consumidor quanto produtor de conteúdo (Sutcliffe, 1995; Oliveira & Miranda, 2021).

No caso de plataformas como blogs culturais ou sites de acervos regionais, a interface deve atender a critérios específicos: arquitetura da informação clara, uso estratégico de elementos visuais e valorização da identidade cultural local. Por exemplo, cores, fontes e imagens devem refletir a tradição e os valores da comunidade que a plataforma representa, como observado em iniciativas que destacam o Boi Bumbá e outras manifestações folclóricas de Parintins (Silva et al., 2005; Parintins, 2024).

Além disso, a inclusão digital é um aspecto ético indispensável nesse contexto. Interfaces inclusivas não apenas facilitam o acesso ao conteúdo, mas também promovem cidadania digital, permitindo que indivíduos de diversas origens se conectem e compartilhem suas narrativas (Silva et al., 2005). Para isso, é necessário que os projetos integrem ferramentas responsivas, adaptem-se a dispositivos variados e incluam recursos de acessibilidade, como legendas e descrições textuais para conteúdos visuais.

Por fim, uma análise de interfaces em projetos culturais deve considerar o impacto da interação na experiência do usuário. Interfaces mal projetadas podem alienar o público, enquanto aquelas bem estruturadas têm o poder de engajar, educar e preservar tradições culturais. Assim, o estudo da interação entre design, tecnologia e cultura deve se basear em métodos interdisciplinares, incorporando abordagens da ciência da informação, antropologia e design (Sutcliffe, 1995; Oliveira & Miranda, 2021).

A interface do site EnCantos Parintins pode ser analisada à luz das teorias contemporâneas de comunicação e de preservação cultural digital, especialmente considerando o contexto amazônico, onde práticas culturais e tradições históricas estão frequentemente à margem dos grandes centros de produção cultural. O site se torna um elo significativo entre as práticas culturais locais e um público global, desempenhando papel central na divulgação de tradições como o Boi-Bumbá e outros elementos essenciais da identidade parintinense.

De acordo com a teoria de Pierre Lévy (1999) sobre a inteligência coletiva, a internet e suas interfaces permitem que as comunidades contribuam para a construção de saberes que não são exclusivamente dominados por fontes de autoridade centralizadas. O EnCantos Parintins se encaixa nesse modelo, permitindo uma interação entre diferentes camadas sociais e culturais, dando voz à comunidade local e proporcionando uma experiência em que a memória histórica se encontra com novas formas de expressão. O acesso digital cria um espaço de troca constante, em que qualquer indivíduo pode se conectar, aprender e até mesmo contribuir para a preservação dessas culturas.

A teoria de Lucia Santaella (2021) sobre a interface como um espaço de significação em constante construção é especialmente pertinente aqui. A interface do site EnCantos Parintins não apenas facilita a navegação, mas também cria um ambiente envolvente que permite aos usuários não só acessar informações sobre Parintins, mas também sentir-se parte da cultura, mesmo à distância. O uso de vídeos, imagens e textos interativos contribui para a criação de um sentido de pertencimento, onde o usuário pode experimentar um pedaço da cultura de Parintins, engajando-se com sua história de maneira imersiva. A disposição do layout, a escolha das cores, e o modo como os conteúdos são apresentados são pensados para criar uma experiência estética e educativa, alinhando-se à tradição da festa do Boi-Bumbá enquanto oferece uma leitura moderna e acessível de suas narrativas.

Essa abordagem também pode ser vista à luz da reflexão de Boaventura de Sousa Santos (2002) sobre as "sociologias das ausências", que trata da sub-representação de culturas e saberes que não se ajustam ao padrão dominante. No caso de Parintins, as tradições locais, em especial o Boi-Bumbá, são frequentemente ofuscadas por narrativas mais centradas nas grandes cidades. O site, então, se posiciona como uma plataforma de resistência cultural, permitindo que as tradições amazônicas ganhem visibilidade fora de seu contexto original, ao mesmo tempo em que afirmam sua relevância e autenticidade.

A função do EnCantos Parintins vai além de um simples repositório de informações. Ele atua como um espaço vivo de construção identitária, refletindo a dinâmica de um mundo digital onde o local e o global se entrelaçam de maneiras complexas. As interfaces digitais, como a do site, permitem que práticas culturais como o Boi-Bumbá, que tradicionalmente dependem do espaço físico da cidade e de encontros presenciais, sejam agora compartilhadas de forma contínua, promovendo um diálogo intercultural. Além disso, ao incorporar uma abordagem interativa, o site permite que usuários do mundo todo participem, comentem e compartilhem suas próprias experiências, criando uma rede de colaboração que respalda e reforça o sentido de comunidade em torno dessa expressão cultural.

No sentido mais amplo, o EnCantos Parintins exemplifica como o design da interface pode ser uma ferramenta poderosa para a promoção e preservação da cultura, destacando-se como um exemplo de como a tecnologia pode potencializar as práticas culturais locais. Ao oferecer uma plataforma interativa e acessível, o site contribui para uma democratização da cultura e para o fortalecimento de identidades regionais que podem, por vezes, ser ignoradas em outros contextos. Isso também se conecta com a ideia de que a interface não é um simples reflexo de um conteúdo pré-existente, mas um campo de significação que se constrói na interação do usuário com o sistema. Nesse processo, a própria cultura de Parintins é reforçada e repensada, criando novas formas de ressignificação, enquanto a comunidade global é convidada a compreender e a se conectar com as raízes culturais amazônicas.

Portanto, o EnCantos Parintins, por meio de sua interface digital, não apenas oferece um conteúdo informativo, mas atua como um facilitador da comunicação e preservação cultural em um contexto de globalização, onde o tradicional e o moderno se encontram para reconfigurar a relação entre o local e o global. A análise da interface deste site revela o potencial da tecnologia como mediadora da memória

coletiva, permitindo que tradições como o Boi-Bumbá de Parintins ultrapassem fronteiras geográficas e se mantenham vivas e pertinentes para as novas gerações.

3.3 CONSIDERAÇÃO DA INVESTIGAÇÃO/ ESTUDO

Durante a pesquisa, foram abordados dois grupos principais: turistas e empresários locais. As experiências de ambos ajudaram a identificar desafios e oportunidades para o setor de turismo em Parintins.

Turistas:

1. Layla (18 anos) e Maria (23 anos), ambas do Rio de Janeiro e visitantes pela primeira vez em 2024, relataram dificuldades na obtenção de informações detalhadas sobre passagens fluviais, incluindo horários, preços e disponibilidade. A falta de opções de pagamento online e a variação na qualidade das embarcações também foram questões mencionadas. Quanto à hospedagem, a alta demanda durante o Festival Folclórico dificultou a reserva de acomodações, com preços elevados e pouca disponibilidade. A falta de informações confiáveis sobre as opções de hospedagem e a dificuldade em encontrar alternativas de lazer e gastronomia, como o restaurante Toc Toc, foram pontos críticos. Maria também ressaltou a escassez de guias turísticos qualificados e a limitação de transporte local, já que Parintins não possui transporte público.

2. Marcelo (32 anos) de Roraima e Rodrigo (39 anos) de Manaus, visitaram a cidade a trabalho e se conheceram na lancha vindo para Parintins em um período após o Festival Folclórico. Rodrigo que já conhecia a cidade ajudou Marcelo a encontrar uma hospedagem, pois era a sua primeira vez visitando Parintins e durante a sua busca ele teve dificuldade em encontrar hotéis e informações pela internet. Relataram também que tiveram dificuldades em encontrar eventos e lugares novos para conhecer na cidade, pois durante a busca no google sempre aparecia os mesmos pontos turísticos e poucas informações sobre a vida noturna da cidade. Sentiram a necessidade da existência de um site mais completo que atendesse a necessidades dos turistas em outras épocas do ano.

Empresários:

1. Gerson Mascarenhas (Restaurante Toc Toc): Gerson fundou o Toc Toc em 2001, após sua experiência como chefe de cozinha em Manaus. O restaurante é conhecido pela sua cozinha regional e pelo uso de ingredientes locais. O ambiente é

acolhedor e com elementos que remetem à cultura local, mas Gerson enfrenta a dificuldade de uma divulgação digital limitada. A falta de uma plataforma integrada que promova tanto o Festival Folclórico quanto outros serviços turísticos locais compromete a visibilidade do restaurante, afetando sua capacidade de atrair turistas.

2. Gabriel Nunes (Paris Beer): Gabriel iniciou o Paris Beer como uma distribuidora durante a pandemia, e em 2022 abriu o bar no bairro Djard Vieira. Com a expansão, o bar passou a oferecer um ambiente mais confortável, com música ao vivo e um cardápio de petiscos variados. A divulgação do estabelecimento é feita principalmente por redes sociais como Facebook, Instagram e WhatsApp. Apesar de seu crescimento e popularidade, Gabriel enfrenta desafios em aumentar a visibilidade e atrair turistas de maneira mais ampla. Ele também destacou a falta de uma integração mais eficaz com os outros serviços turísticos da cidade, como transporte e hospedagem.

O estudo em questão revela a importância de estratégias digitais e do uso da fotografia na promoção do turismo em Parintins, Amazonas, destacando como essas ferramentas podem contribuir para superar desafios estruturais e ampliar a visibilidade do destino no cenário turístico. Ao identificar lacunas relacionadas à divulgação, acesso à informação e infraestrutura turística, o trabalho propõe soluções práticas e acessíveis que podem beneficiar empresários locais e melhorar a experiência dos visitantes.

Ademais, a construção de uma plataforma digital como o “EnCantos de Parintins” não deve ser vista apenas como uma forma de transmitir informações, mas como uma ferramenta estratégica que permite aos turistas vivenciarem uma experiência imersiva do destino antes mesmo da visita. Segundo Pine e Gilmore (1999), no contexto da economia de experiências, os consumidores não buscam apenas produtos ou serviços, mas experiências que os envolvam emocionalmente, criando memórias e sentimentos que perduram após a vivência. Ao aplicar esses conceitos ao turismo, é possível entender como o uso da fotografia digital, vídeos imersivos e outros recursos multimídia pode transformar um simples site em uma extensão da experiência turística, onde os visitantes podem antecipar o que vivenciarão ao chegarem ao local.



Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

Conheça Parintins além do festival

Navegando pelo rio Amazonas, você encontra Parintins, a ilha da Magia. Localiza-se no interior do Amazonas as margens do maior rio de água doce do mundo, o Amazonas, no norte do Brasil. Está distante 369 km da capital Manaus, o que equivale a uma hora de voo, e de 8 a 12 horas de lancha ou barco regional.

O nome Parintins é uma homenagem a etnia Parintintins, que só foi adotado quando a sede se tornou categoria de cidade, em 30 de outubro de 1980. Viajando pela história, não seria forçoso afirmar que Parintins simboliza resistência a opressão e as injustiças, e pelo acolhimento da diversidade sociocultural. Tá no sangue, nos saberes, nos traços físicos, nos costumes, nas expressões, na culinária, na criatividade dos povos mestiços e dos povos indígenas que resistem.



O que fazer em Parintins em

Conheça a nossa cultura

Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>



O que fazer em Parintins em um dia?

Em várias épocas do ano há muitas possibilidades para se conhecer na Ilha Tupinambarana: balneários, a culinária regional e os encantos culturais indígenas permeiam as ruas do município amazonense.



Conheça a nossa cultura

Nossa cultura vai muito além do festival folclórico e a primeira parada desse roteiro inicia pelo café da manhã, com visita a Feira do Produtor. Na feira é possível encontrar as diversidades da culinária amazônica e o destaque fica com o famoso x-caboquinho, um delicioso sanduíche que conta com camadas de tucumã, queijo coalho e pão francês e fica localizado na Rua Boulevard 14 (de Maio), Parintins, AM, 69151-598.

Pontos turísticos

Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

Essa abordagem vai além da simples exibição de informações turísticas; ela busca criar uma conexão emocional com o público, refletindo não só a beleza do lugar, mas também a sua identidade cultural, como explicam Makkar e Yap (2018), ao afirmarem que a criação de um conteúdo digital envolvente é essencial para despertar o desejo de explorar e vivenciar a autenticidade de um destino. Dessa forma, o site pode funcionar como um ponto de entrada para a narrativa do destino, permitindo ao turista sentir-se imerso na atmosfera de Parintins desde o primeiro acesso. A utilização de imagens de alta qualidade, textos que descrevem não apenas os pontos turísticos, mas também as histórias e tradições locais, e vídeos que capturam a vivência cultural, pode engajar o visitante, criando uma narrativa visual que o faça se imaginar no local, o que é um ponto crucial na decisão de viagem.

As imagens digitais, especialmente as relacionadas ao turismo, são mais do que representações da realidade; elas operam como símbolos de desejos e promessas de experiências. Isso se aplica diretamente à promoção de Parintins, pois ao exibir imagens que capturam a essência do Festival Folclórico e da vida cotidiana

da cidade, o site não apenas apresenta o destino, mas também cria uma visão idealizada do que é viver essa experiência. Essa manipulação das imagens, como sugere Urry (2002), é essencial para a construção de um turismo que não é apenas informativo, mas que seduz o público e o envolve emocionalmente.

Pontos turísticos



Belezas naturais

Parintins é uma ilha rodeada por um verde de uma vegetação predominante da Floresta Amazônica, e oferece uma paisagem deslumbrante do rio Amazonas.



Restaurantes

Descubra o sabor irresistível do nosso prato regional: o Charuto! Uma combinação perfeita de temperos únicos, trazendo o melhor da nossa cozinha direto para a sua mesa.



Vida noturna

Fins de semana em Parintins são puro som, sabor e diversão! Chama os amigos e vem curtir os nossos shows ao vivo e experimentar nosso cardápio de petiscos. Aqui, cada momento vira memória boa.

Serviços

Localização

Parintins é uma ilha que fica localizada no interior do Amazonas, no norte do Brasil. Está distante 369 km da capital Manaus, o que equivale a uma hora de voo, e de 8 a 12 horas de lancha ou barco regional.

Dicas

Quando vier à Parintins, não se esqueça de trazer protetor solar, pois essa época do ano é bastante quente.
Caso venha de barco, não se esqueça de trazer uma corda para artar sua rede.
Na cidade também é possível se locomover de triciclo.

Como chegar?

Site: EnCantos Parintins: Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

Serviços

Localização

Parintins é uma ilha que fica localizada no interior do Amazonas, no norte do Brasil. Está distante 369 km da capital Manaus, o que equivale a uma hora de voo, e de 8 a 12 horas de lancha ou barco regional.

Como chegar?

O modo de chegar ao município é por barco, lancha ou avião. Há voos regulares que saem de Manaus (AM) e Santarém (PA) com duração de mais ou menos 1 hora. As companhias aéreas que fazem o trajeto atualmente são a GOL e a Azul.

De barco e lancha o trajeto é mais uma aventura, podendo durar de 8 a até 24 horas, dependendo do tipo de embarcação e trecho escolhido.

Dicas

Quando vier à Parintins, não se esqueça de trazer protetor solar, pois essa época do ano é bastante quente.
Caso venha de barco, não se esqueça de trazer uma corda para artar sua rede.
Na cidade também é possível se locomover de triciclo.

Sobre o festival

O Festival Folclórico de Parintins é uma celebração anual que ocorre no mês de junho. Composto pelos bois Garantido e Caprichoso, marcando uma intensa rivalidade que move a torcida vermelha e a torcida azulada. O festival é reconhecido como Patrimônio Cultural do Brasil pelo Instituto de Patrimônio Histórico e Artístico Nacional.



Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

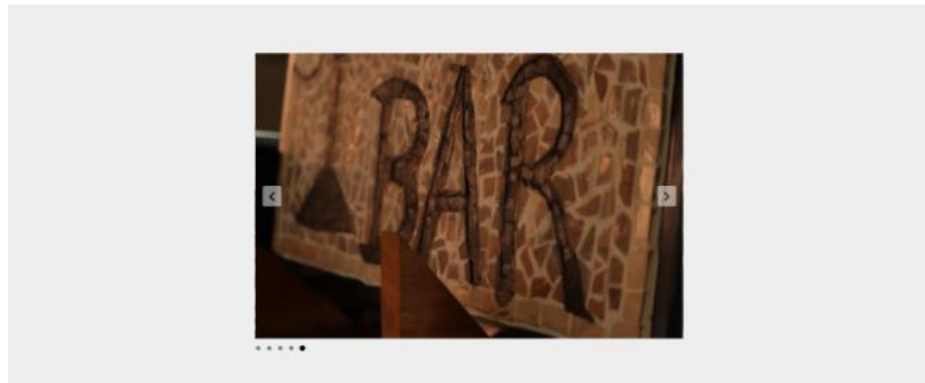
Feedbacks

Vinicius S.
@vin3e_

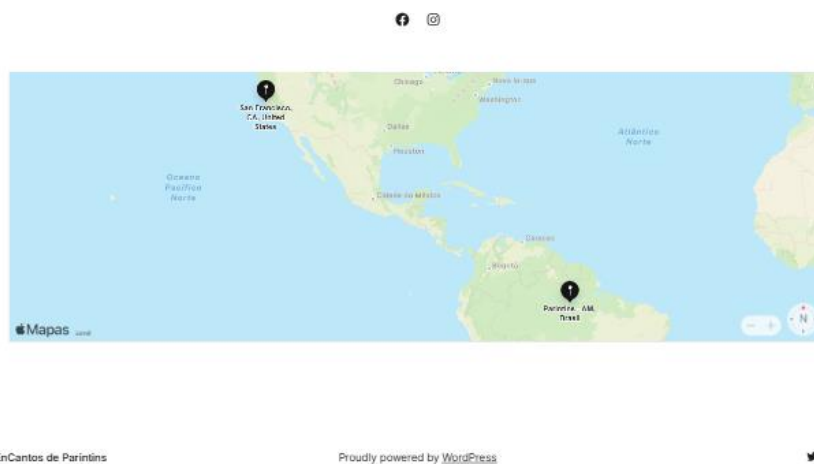
Tem sido bom a busca no site, graças à sua interface intuitiva e midia, tornando o site interativo e criativo.

Samuel O.
@samuel88

Tem imagens bonitas.



Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>



Site: EnCantos Parintins. Disponível em: <https://parintins2.wordpress.com/>

O layout de um site é um elemento crucial para criar uma experiência agradável e convidativa para os usuários. No caso do site "EnCantos de Parintins", a organização visual e o uso de imagens são essenciais para transmitir a rica cultura e beleza natural do destino, ajudando o público a visualizar e se conectar com o local, gerando um desejo de conhecê-lo. Um site bem estruturado, com imagens cativantes, não só embeleza a interface, mas também facilita a navegação e a compreensão das informações, criando um vínculo emocional entre o visitante e o destino.

De acordo com Don Norman (2013), a estética visual desempenha um papel fundamental na interação do usuário com plataformas digitais. Ele argumenta que o design de um site não deve ser apenas funcional, mas também agradável, facilitando a navegação e criando uma experiência emocional positiva. Imagens agradáveis ajudam a tornar a navegação mais fluida, atraindo a atenção do usuário de forma eficaz. No caso de um site turístico, como o de Parintins, as imagens não apenas decoram, mas também constroem uma história visual que permite ao visitante se imaginar no destino, gerando uma conexão afetiva com o local.

Além disso, segundo Kotler (2011), o marketing turístico se baseia na criação de experiências emocionais e sensoriais que incentivam a decisão de compra, neste caso, a decisão de visitar o destino. Imagens de alta qualidade, que destacam a beleza natural, as tradições culturais e os momentos de lazer no local, têm um impacto direto na formação da imagem que o turista terá do destino. Um estudo de Bigné, Sánchez e Andreu (2008) confirma que imagens que correspondem às expectativas emocionais dos turistas aumentam a percepção de valor sobre o destino e influenciam positivamente a intenção de visita.

A NBR 6023:2018 da ABNT também ressalta a importância de um uso adequado de imagens em sites, enfatizando que elas devem ser acompanhadas de legendas explicativas que forneçam o contexto necessário. Isso não só facilita a compreensão do conteúdo, mas também torna o site mais acessível e informativo. No caso do site "EnCantos de Parintins", as imagens do Festival de Parintins e das paisagens amazônicas devem ser contextualizadas para que o público compreenda a importância cultural e histórica do local, além de poder visualizar as experiências que o aguardam.

A utilização de imagens agradáveis não é apenas uma escolha estética, mas uma ferramenta poderosa para influenciar o comportamento do visitante. De acordo com o princípio de "design emocional" proposto por Norman, a imagem é capaz de criar uma resposta emocional imediata que afeta a decisão do usuário. As imagens utilizadas no site de Parintins devem, portanto, ser cuidadosamente selecionadas para criar uma experiência sensorial completa, refletindo tanto a beleza do destino quanto a riqueza cultural e histórica de Parintins.

Um site com um layout bem elaborado e imagens que sejam ao mesmo tempo agradáveis e informativas consegue, assim, transformar a experiência de navegação em algo mais do que uma simples consulta de informações. Ele se torna uma porta

de entrada para uma experiência imersiva, onde o usuário é convidado a explorar e se conectar com o destino de maneira emocional e intelectual. No contexto do turismo, como no caso de Parintins, isso pode resultar não apenas em visitas ao local, mas também em uma valorização da cultura local e em um aumento do fluxo turístico.

Portanto, o uso dessas ferramentas digitais é fundamental para a construção de uma narrativa visual que, de forma estratégica, antecipa a experiência física do turista, gerando expectativas que, quando atendidas, podem resultar em maior satisfação e fidelização. Essa construção simbólica da identidade de um destino turístico, aliada ao uso de plataformas digitais, tem o potencial de reposicionar Parintins como um destino de interesse nacional e até internacional, desde que aliada a um esforço contínuo de renovação do conteúdo e adaptação às novas demandas do público.

A análise reforça que a presença digital, especialmente por meio de um site turístico como o “EnCantos de Parintins”, é essencial para atender às demandas do turista contemporâneo, que valoriza a praticidade, a acessibilidade e a qualidade das informações disponibilizadas. Conforme apontam Kotler et al. (2017), plataformas digitais bem estruturadas conectam destinos aos públicos-alvo, influenciando decisões de viagem e promovendo a fidelização. Em consonância, Urry (2002) sublinha o papel central das imagens no consumo turístico, ressaltando como a fotografia digital pode construir narrativas visuais que evocam emoções e despertam o desejo de explorar.

Os resultados obtidos indicam que o site proposto pode funcionar como uma solução integradora, reunindo informações sobre transporte, hospedagem e atrações culturais, enquanto valoriza os aspectos visuais e emocionais de Parintins. Além disso, ao oferecer espaço para a divulgação de estabelecimentos locais, como o restaurante *Toc Toc* e o bar *Paris Beer*, a plataforma fortalece a conexão entre o turismo e a economia local. Essa abordagem está alinhada às recomendações de Silva e Almeida (2020), que destacam a importância de criar ferramentas digitais que combinem funcionalidade e estética para atrair e engajar usuários.

O desenvolvimento de um site turístico para Parintins exige mais do que a apresentação de informações sobre o município; trata-se de criar um espaço digital que seja ao mesmo tempo funcional e cativante, capaz de refletir a riqueza cultural e natural da região. Esse processo requer um olhar atento às especificidades da cidade, alinhado às demandas de um público em constante transformação. A criação de

narrativas que explorem as histórias, as tradições e as belezas locais deve ser feita de forma estratégica, utilizando recursos como imagens de alta qualidade, vídeos imersivos e textos que despertem o interesse e a curiosidade do visitante. Além disso, a interface precisa ser intuitiva, permitindo ao usuário navegar facilmente pelas informações e encontrar com agilidade o que busca, seja detalhes sobre o Festival Folclórico, opções de passeios ecológicos ou a culinária local.

A integração de ferramentas interativas, como calendários de eventos, mapas personalizados e sugestões de roteiros, amplia o potencial do site como um canal não apenas informativo, mas também inspirador, capaz de influenciar diretamente na escolha de Parintins como destino turístico. O site também deve atender às necessidades dos empresários locais, oferecendo espaço para divulgação de produtos e serviços, como hospedagem, gastronomia e artesanato, valorizando a economia criativa da cidade. Essa conexão entre as dimensões cultural, econômica e tecnológica evidencia que a criação de um site não é apenas uma ação isolada, mas parte de um esforço maior para reposicionar Parintins no cenário turístico regional e nacional.

A pesquisa também enfatiza a necessidade de adaptação às especificidades regionais e culturais. Por exemplo, o registro das dificuldades enfrentadas por turistas, como a falta de informações atualizadas sobre passagens fluviais e opções de hospedagem, aponta para a necessidade de maior profissionalização e inovação no setor. A inclusão de mapas interativos, avaliações confiáveis e fotografias autênticas no site pode, assim, oferecer aos turistas uma visão mais clara e atrativa do destino.

Dessa forma, a proposta não apenas aborda problemas identificados, mas também vislumbra oportunidades para o desenvolvimento turístico sustentável e competitivo em Parintins. O “EnCantos de Parintins” apresenta o potencial de transformar os desafios em possibilidades, contribuindo para consolidar a cidade como um destino cultural e natural único, capaz de cativar visitantes e fortalecer sua identidade no mercado turístico.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

A criação de sites para promover o turismo é um dos meios mais eficazes de atrair visitantes para qualquer destino. Em um cenário digital repleto de opções, o uso estratégico de elementos visuais, como a fotografia, se torna essencial para destacar a identidade do destino e criar uma experiência imersiva para o usuário. O site de Parintins, um exemplo de promoção turística por meio da web, utiliza a fotografia de forma eficaz para exibir a riqueza cultural e as belezas naturais do município, gerando uma conexão emocional com o visitante e potencializando sua intenção de visitação.

O EnCantos Parintins é mais do que um simples site informativo; é uma plataforma pensada para ser uma experiência sensorial para o usuário. Com um design intuitivo e visualmente impactante, o site não só organiza informações essenciais sobre o Festival de Parintins e as atrações locais, mas também as apresenta de maneira envolvente. O uso de imagens imersivas, vídeos e interatividade visa despertar uma conexão emocional com o destino, tornando o visitante mais propenso a explorar e, eventualmente, planejar sua viagem. Ao oferecer uma navegação fluida e conteúdos bem estruturados, o site se posiciona como uma ferramenta estratégica para transformar o interesse inicial em uma decisão de viagem concreta, tornando Parintins acessível de forma envolvente e única.

De acordo com Kotler (2011), o turismo envolve não apenas a busca por serviços, mas a criação de uma experiência que mexe com os sentidos e as emoções dos turistas. O uso de imagens de Parintins, especialmente das festividades locais, cria uma narrativa visual que convida o visitante a se imaginar participando dessas celebrações. Além disso, a imagem do local, com suas exuberantes paisagens naturais e o contexto cultural, permite que o site construa uma identidade própria e memorável para o destino, o que é vital para o marketing de qualquer região. Assim, a fotografia torna-se uma ferramenta de comunicação eficaz, capaz de transmitir não apenas o que o destino oferece, mas o que ele representa.

Outro aspecto relevante no uso da fotografia é a sua capacidade de contextualizar a cultura local. A NBR 6023:2018 da ABNT estabelece que imagens devem ser acompanhadas de legendas ou explicações, o que garante que o público compreenda o conteúdo visual e o contexto em que ele se insere. No caso de Parintins, isso é crucial para destacar a relevância cultural de suas tradições, como o Boi-Bumbá, e para educar os turistas sobre a história e a importância do Festival. As

imagens do site devem, portanto, ser cuidadosamente selecionadas e acompanhadas de informações que ajudem a interpretar a cultura e o significado dos elementos retratados. Essa abordagem não só atrai turistas, mas também contribui para a valorização e o respeito pela cultura local, promovendo um turismo mais consciente.

Além de atrair visualmente os visitantes, as imagens desempenham um papel importante na percepção que o turista tem do destino. De acordo com Bigné, Sánchez e Andreu (2008), as imagens que atendem às expectativas emocionais do visitante podem aumentar a percepção de valor do destino e, conseqüentemente, sua intenção de visitaçãõ. Ao apresentar imagens de paisagens deslumbrantes e de momentos únicos de celebração, como as apresentações do Boi-Bumbá, o site de Parintins cria uma visão positiva e desejada do destino, estimulando o interesse dos turistas. A percepção de um destino como sendo autêntico, vibrante e exclusivo pode ser, muitas vezes, o fator decisivo na escolha de uma viagem.

Contudo, o impacto das imagens não se limita à estética. A forma como elas são organizadas e apresentadas no site também é um fator importante para a experiência do usuário. Krug (2006) defende que a usabilidade de um site é um dos fatores mais importantes para garantir que o visitante tenha uma experiência positiva. Um site bem-organizado, com imagens bem distribuídas e que não sobrecarregam o usuário, oferece uma navegação agradável e fluida. O layout do site de Parintins deve, portanto, ser limpo, com uma navegação intuitiva, onde as imagens desempenham um papel complementar às informações práticas, como horários de eventos, opções de hospedagem e pontos turísticos. A estética visual deve estar sempre em sintonia com a funcionalidade, criando uma experiência completa para o visitante.

Além de promover Parintins de forma eficaz, o uso da fotografia também contribui para a construção de uma marca para o destino. No marketing de destinos turísticos, a identidade visual é um dos pilares para a construção de uma marca forte e atraente. As imagens de Parintins, que retratam suas belezas naturais e o colorido Festival de Parintins, ajudam a criar uma imagem visual coesa e memorável do destino. Como destacam Morgan e Pritchard (2004), a marca de um destino é construída por meio de uma série de associações visuais, emocionais e culturais, e as imagens desempenham um papel essencial nesse processo. Portanto, ao criar um site para Parintins, é necessário que as imagens utilizadas reforcem a autenticidade e a originalidade do destino, criando um vínculo emocional com os turistas e tornando a marca do destino inesquecível.

Por fim, a criação de um site de turismo para Parintins, que utiliza a fotografia como um recurso potencializador, vai além da simples promoção do destino. O uso estratégico de imagens ajuda a construir uma identidade visual forte, criar uma conexão emocional com o público, educar o visitante sobre a cultura local e proporcionar uma experiência de navegação agradável. Ao integrar essas imagens com um layout funcional e uma navegação simples, o site não apenas atrai turistas, mas também contribui para o fortalecimento da marca de Parintins como um destino turístico único e inesquecível.

Em síntese, a criação de sites turísticos, especialmente para destinos como Parintins, se beneficia enormemente do uso de fotografia como recurso estratégico. As imagens, quando escolhidas com cuidado e contextualizadas adequadamente, têm o poder de atrair visitantes e proporcionar uma experiência emocional única. Um site bem projetado, com imagens de alta qualidade e um layout funcional, pode não apenas promover o destino de maneira eficaz, mas também construir uma identidade forte e desejada para Parintins, ajudando a consolidar a cidade como um destino turístico de destaque no Brasil.

GOFFMAN, Erving. A apresentação do self na vida cotidiana. University of Edinburgh Social Sciences Research Centre, 1956.

HARVEY, David. A Condição Pós-Moderna: Uma Pesquisa Sobre as Origens da Mudança Cultural. São Paulo: Loyola, 1989.

HOWKINS, John. The creative economy: how people make money from ideas. London: Penguin, 2013.

JENKINS, Henry. Cultura Participativa: A Nova Mídia e os Jovens. São Paulo: Editora Senac, 2006.

KAPLAN, Andreas M.; HAENLEIN, Michael. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. Business Horizons, v. 53, n. 1, p. 59-68, 2010. Disponível em: <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>. Acesso em: 1 dez. 2024.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, Gary; SAUNDERS, John; WONG, Veronica. Princípios de marketing. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

KOTLER, P.; BOWEN, J.; MAKENS, J. Marketing para o Setor de Hospedagem e Turismo. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

KRUG, S. Don't Make Me Think: A Common Sense Approach to Web Usability. 2006.

LIMBER SOFTWARE. A fotografia pode ser aliada no turismo pós-pandemia. 2024. Disponível em: <https://limbersoftware.com.br/blog/fotografia-no-turismo-pos-pandemia/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

MAKAR, T.; YAP, G. Digital Transformation in Tourism. London: Routledge, 2018.

MEDEIROS, Teresa; SOUZA Mariana; MENDES, José. A Importância Das Tecnologias De Informação E Comunicação No Turismo Sênior: Uma Revisão Sistemática. Tur., Visão e Ação, v23, n3, p579-594, Set./Dez. 2021 - Balneário Camboriú, Santa Catarina, Brasil. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/tva/a/Hn8rKMV97pDScmcLSGJjM3D/?format=pdf&lang=pt>. Acesso em: 10 set. 2024.

MELTWATER; WE ARE SOCIAL. Digital 2024: Global Overview Report. Disponível em: <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>. Acesso em: 9 dez. 2024.

MINISTÉRIO DO TURISMO. O papel da fotografia na divulgação dos destinos turísticos. Brasília: Ministério do Turismo, 2024. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/o-papel-da-fotografia-na-divulgacao-dos-destinos-turisticos>. Acesso em: 23 nov. 2024.

MKTIMAGENS. A importância da fotografia no marketing digital. Disponível em: <https://marketingdigitalavancado.com.br/a-importancia-da-fotografia-no-marketing-digital/> Acesso em: 24 nov. 2024.

MOBILE TIME; OPINION BOX. Panorama Mobile Time/Opinion Box – Uso de Apps no Brasil. Disponível em: <https://www.mobiletime.com.br/pesquisas/uso-de-apps-no-brasil-abril-de-2024/>. Acesso em: 9 dez. 2024.

MORGAN, N.; PRITCHARD, A. Advertising in Tourism and Leisure. 2004.

MUNARI, Bruno. Design e comunicação visual. São Paulo: Martins Fontes, 2005.

NORMAN, D. A. The Design of Everyday Things. 2013.

OLIVEIRA, C.; MIRANDA, L. "Bases Teóricas do Design da Informação". 14º Congresso Brasileiro de Pesquisa em Design, 2021.

OLIVEIRA, Emanuelle Aparecida de; PEREIRA, Joyce Kimarce do Carmo. Marketing turístico e internet: um estudo de caso do site Estrada Real como ferramenta de promoção da rota turística. Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo, v. 15, n. 2, agosto/2020. Disponível em: <https://www.bing.com/ck/a?!&p=2a0a547d993655cb1175be27b765af54631f73aa380b5558b81eedad40e4294eJmltdHM9MTczNTI1NzYwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=07f64091-4c2f-6afe-15e0-55a64d786b80&psq=Marketing+tur%3%adstico+e+internet%3a+um+estudo+de+ca+so+do+site+Estrada+Real+como+ferramenta+de+promo%3%a7%3%a3o+da+rota+tur%3%adstica.+Revista+Acad%3%aamica+Observat%3%b3rio+de+Inova%3%a7%3%a3o+do+Turismo%2c+v.+15%2c+n.+2%2c+agosto%2f2021&u=a1aHR0cHM6Ly9wdWJsaWNhY29lcy51bmlncmFucmlvLmVkdS5ici9yYW9pdC9hcnRpY2xlL2Rvd25sb2FkLzY1MjQvMzYyMS8xOTM2Mw&ntb=1>. Acesso em: 10 out. 2024.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. Transformação digital no turismo: tendências e impactos. 2023. Disponível em: <https://www.ipdt.pt/impacto-transformacao-digital-setor-turismo/>. Acesso em: 23 nov. 2024.

PERINOTTO, André; SANTOS, Jaqueline M.; SANTOS, Gabriel A. Instagram como ferramenta para fidelização de clientes: Fotografia, redes sociais e turismo. ResearchGate, 2017. Disponível em: <https://www.researchgate.net/profile/Andre-Perinotto>. Acesso em: 24 nov. 2024.

PETTERSON, R. Design da Informação. São Paulo: Editora X, 2002.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage. Boston: Harvard Business Review Press, 1999.

PROPAGATUR. A importância no marketing digital no turismo. Disponível em: <https://propagatur.com.br/a-importancia-no-marketing-digital-no-turismo/>. Acesso em: 24 nov. 2024.

RECUERO, Raquel. Redes sociais na internet: a interação mediada pelo computador. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 2014.

RECUERO, Raquel. Redes Sociais na Internet: Estudo de Plataformas Digitais e Seu Impacto na Comunicação. Rio de Janeiro: UERJ, 2020.

ROCK CONTENT. O que é SEO: como fazer para alcançar o topo do Google em 2024. Rock Content, 24 jun. 2024. Disponível em: <https://rockcontent.com/br/blog/o-que-e-seo/>. Acesso em: 17 dez. 2024.

SALGUEIRO, Ana. (2016). Viajando com Imagens. Construção Identitária, Fotografia e Novos Media. Pensardiverso. Viagens.

SANTAELLA, Lúcia. Tecnologias que importam para a educação: uma análise crítica. Revista Educação, 5 jul. 2021. Disponível em: <https://revistaeducacao.com.br/2021/07/05/lucia-santaella-tecnologias/>. Acesso em: 1 dez. 2024.

SANTOS, Boaventura de Sousa. Para uma sociologia das ausências e uma sociologia das emergências. 2002. Disponível em: https://www.boaventuradesousasantos.pt/media/pdfs/Sociologia_das_ausencias_RC_CS63.PDFcom. Acesso em: 1 dez. 2024.

SANTOS, Maria A. Fotografia corporativa: Estratégias visuais no marketing digital. 2. ed. São Paulo: Editora Marketing, 2019.

SEBRAE. Saiba como usar o marketing turístico a seu favor. Sebrae, 26 out. 2022. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/artigosMercado/saiba-como-usar-o-marketing-turistico-a-seu-favor,552c42e533a6f710VgnVCM100000d701210aRCRD>. Acesso em: 17 dez. 2024.

SILVA, A. J., JAMBEIRO, O., LIMA, T., & BRANDÃO, J. "Inclusão Digital e Cidadania". Revista Ciência da Informação, Brasília, DF, 2005.

SILVA, Elma da. As consequências da propaganda eleitoral na era tecnológica: a proteção da democracia em uma sociedade digital. Jus.com.br, 13 dez. 2024. Disponível em: <https://jus.com.br/artigos/112242/as-consequencias-da-propaganda-eleitoral-na-era-tecnologica-a-protecao-da-democracia-em-uma-sociedade-digital>. Acesso em: 17 dez. 2024.

SILVA, José A.; ALMEIDA, Marcos F. O papel da fotografia no marketing turístico: Uma abordagem digital. Revista de Marketing Turístico, v. 10, n. 2, 2020. Disponível em: <https://www.revistadeturismo.com.br>. Acesso em: 24 nov. 2024.

SILVA, P. G. Fotografia como ferramenta de atração para o turista: um estudo sobre o Parque Witeck. Repositório UFSM, 2022. Disponível em: <http://repositorio.ufsm.br>. Acesso em: 23 nov. 2024.

SUTCLIFFE, A. Design de Interação e Interfaces. Londres: Taylor & Francis, 1995.

TURISMO NO DIGITAL. **Turismo digital sustentável: como viajar de forma consciente com a ajuda da tecnologia.** Disponível em: <https://turismonodigital.com.br/turismo-digital-sustentavel-como-viajar-de-forma->

consciente-com-a-ajuda-da-tecnologia/?utm_source=chatgpt.com. Acesso em: 15 dez. 2024.

TURKLE, Sherry. *Sozinho Juntos: Porque as Pessoas Preferem os Dispositivos Eletrônicos à Conversa Pessoal*. São Paulo: Senac, 2011.

URRY, John. O turismo e o consumo visual. In: CRAWSHAW, Carol (Org.). *Turismo e Sociedade: Uma abordagem interdisciplinar*. Lisboa: Edições Almedina, 2002. p. 103-115.

URRY, John. *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. 2. ed. London: Sage Publications, 2002.

WE ARE SOCIAL. *Digital 2024: Brazil*. 2024. Disponível em: <https://wearesocial.com/pt-br/digital-2024>. Acesso em: 9 set. 2024.