

WEB TOUR VIRTUAL DOS PRINCIPAIS ATRATIVOS TURÍSTICOS DA CIDADE DE SÃO BERNARDO DO CAMPO

Adriano Santos Werlang

Daiane della Torre Ballo

Eduardo Alves da Silva

João Apostulo Neto

Prof. Sueli Aparecida Loddi



RESUMO. Turismo gera desenvolvimento, trabalho e renda para diversas cidades brasileiras. Cria diversas oportunidades, por isso é importante investir em gestão de tecnologias que promovam o crescimento econômico. A cidade de São Bernardo do Campo (SBC) faz parte do maior parque industrial da América Latina. Com o PIB superior a alguns estados do país, a cidade possui diversos segmentos de turismo como o turismo de negócios e o industrial, monumentos arquitetônicos, locais de lazer, infraestrutura esportiva, gastronômica, rede hoteleira e um comércio desenvolvido na região. Este projeto apresenta um sistema web com os principais atrativos de SBC, com informações em 360 graus dinâmicos dos principais pontos turísticos. Tem por objetivo despertar no usuário o interesse de conhecer a cidade, possibilitando assim, uma ampla divulgação dos atrativos turísticos. O público-alvo são turistas, comerciantes locais, munícipes, empresas e profissionais do ramo de turismo. Foi definido após uma pesquisa bibliográfica com base em autores da área de turismo, novas tendências tecnológicas, além de fatores econômicos e sociais. Será utilizada a plataforma de gerenciamento de conteúdo Wordpress, banco de dados MySQL, programação PHP, HTML5 e CSS, além dos programas Gimp, Fireworks, Dreamweaver e Action Director. O equipamento usado nas gravações foi a câmera Samsung Gear 360. O projeto visa divulgar atrativos turísticos como o Parque Estoril e o Parque Ecológico Imigrantes, utilizando recursos de responsividade, usabilidade, acessibilidade, oferecendo uma experiência imersiva ao turista virtual. Espera-se obter um aumento no acesso às informações turísticas de SBC, gerando maior interesse dos turistas aos atrativos mostrados.

Palavras-chave: Web Tour Virtual. Turismo Virtual. Tour 360 Graus. Negócios.

ABSTRACT. Tourism generates development, work and income for several Brazilian cities. It creates many opportunities, so it is important to invest in technology management that promotes economic

growth. The city of São Bernardo do Campo (SBC) is part of the largest industrial park in Latin America. With GDP exceeding some states in the country, the city has several tourism segments such as business and industrial tourism, architectural monuments, leisure places, sports, gastronomic infrastructure, hotel chain and a developed commerce in the region. This project presents a web system with the main attractions of SBC, with dynamic 360-degree information of the main sights. Its purpose is to arouse the user's interest in knowing the city, thus allowing a wide dissemination of tourist attractions. The target audience is tourists, local merchants, residents, businesses and tourism professionals. It was defined after a bibliographic research based on authors gives tourism area, new technological trends, as well as economic and social factors. We will use the Wordpress content management platform, MySQL database, PHP, HTML5 and CSS programming, as well as Gimp, Fireworks, Dreamweaver and Action Director programs. The equipment used in the recordings was the Samsung Gear 360 camera. The project aims to promote tourist attractions such as Estoril Park and Imigrantes Ecological Park, using responsiveness, usability, accessibility, offering an immersive experience to the virtual tourist. It is expected to increase access to SBC tourist information, generating greater interest from tourists to the attractions shown.

Keywords: Virtual Web Tour. Virtual Tourism. Tour 360 Degrees. Business.

INTRODUÇÃO

A cidade, que faz parte do maior parque industrial da América Latina, foi escolhida no governo Juscelino nos anos de 1950, onde foram construídas instalações de grandes corporações do ramo automobilístico. Com o PIB superior a alguns Estados do país, a cidade dispõe de diversos segmentos de turismo nos quais são destacados o turismo de negócios e o turismo industrial. A cidade conta com monumentos arquitetônicos históricos, dezenas de locais de lazer, infraestrutura esportiva, gastronomia, rede hoteleira e um comércio conhecido em toda a região.

O objetivo deste projeto é a elaboração de um web site de turismo virtual, específico para a cidade de SBC, com informações turísticas relevantes e gravações 360 graus dinâmico dos principais pontos turísticos, que proporciona uma experiência imersiva e realística da cidade mesmo à distância, sejam eles ligados a lazer, a negócios ou a tecnologia, permitindo aos próprios moradores e turistas conhecer um pouco de tudo que a cidade tem a oferecer.

Todo o ambiente gráfico do web site será implementado utilizando a plataforma Wordpress, linguagem HTML5, CSS, com conceitos de responsividade, usabilidade e mobilidade, câmera 360 graus e software de edição.

A temática é pioneira na área de turismo e poderá impulsionar e alavancar o setor, possibilitando assim a divulgação dos atrativos. Dessa forma, a importância deste projeto é possibilitar a inclusão da cidade nos itinerários dos turistas brasileiros. No início de 2019, a cidade foi classificada como Município de Interesse Turístico no Estado de São Paulo e isso vai gerar divisas ao município, pois o governo do Estado fará um repasse financeiro para ser investido na área de turismo.

FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Beni (2002) conceitua o turismo como sendo um difícil processo sobre algumas decisões relevantes de escolha sobre o que visitar no local, como fazer o planejamento e quanto custará. Nesse processo são avaliados critérios de satisfação pessoal e social, de caráter motivacional, econômico, cultural, ecológico e científico.

O turismo economicamente é multiplicador de renda, de empregos, de produtos, de importações e de receitas para o governo, causando impactos como: aumento da renda do local visitado; estimula investimento, gerando empregos; e redistribui riquezas (LAGE e MILONE, 2000).

O turismo é dividido em diversos segmentos, derivados de razões específicas em relação aos seus visitantes. Suas principais divisões são: turismo cultural; turismo religioso; turismo esportivo; turismo empresarial ou de negócios; turismo de aventura; turismo ecológico, entre outros (PANOSSO NETTO e GAETA, 2010).

Segundo Costa (2009) o objetivo final do turismo cultural é a visitação de bens que são derivados do patrimônio cultural da localidade receptora, no entanto é reforçado também pela ideia de ocasionar experiências a partir de um processo educativo que ajude na evolução pessoal de cada visitante, e por consequência, na manutenção dos meios culturais visitados.

De acordo com o Ministério do Turismo (2015) eventos como Copa do Mundo e Olimpíadas consolidam imagem do país no turismo esportivo. Em 2014 o esporte motivou a viagem doméstica de 5 milhões pessoas, sendo a maior parte gerada pela Copa do Mundo, que atraiu aproximadamente 1 milhão de estrangeiros de 203 países, o que gerou para o país US\$ 1,58 bilhão. O desenvolvimento para venda de novos produtos esportivos agrega mais valor à economia produtiva. Atividades relacionadas com experiências de feiras e congressos criam perspectivas de desenvolvimento do turismo esportivo.

De acordo com Oliveira et al. (2014) o turismo ecológico está direcionado à sustentabilidade ambiental, à utilização consciente e responsável de recursos naturais, que será unida ao desenvolvimento da economia local, justiça social e ao ato de preservar e conservar o meio ambiente. O turismo ecológico pode ser também um instrumento de economia verde, incluindo um valor econômico de trabalho e renda para os locais preservados.

SBC faz limite com as cidades de São Vicente, Cubatão, Santo André, São Caetano do Sul, Diadema e São Paulo, possuindo um território de 408,45 km², sendo 118,21 km² em zona urbana, 214,42 km² em zona rural, além de ter 75,82 km² pertencentes à represa Billings (MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO, 2017).

De acordo com Selicani (2019), SBC entra na rota de turismo como Município de Interesse Turístico (MIT). Este título beneficiou a cidade de SBC com uma verba aproximada de 700 mil reais por ano, proveniente do Fundo de Turismo do Estado, com intuito de investir no setor. Os métodos de avaliação para a cidade se tornar um Município de Interesse Turístico foram preenchidos pelos critérios de ter potencial turístico, infraestrutura básica, plano diretor de turismo e um conselho para o turismo.

Segundo Prefeitura de São Bernardo do Campo (2019) o município de SBC possui diversos atrativos históricos, religiosos, culturais, esportivos, arquitetônicos, gastronômicos, ecológicos entre outros. Podem ser citados alguns exemplos.

- **Ecológicos:** Polo Ecoturístico Caminhos do Mar, Rota Ecoturística Caminho do Sal, Rota Ecoturística Caminhos do Capivari, Parque Natural Municipal Estoril, Prainha do Riacho Grande, Represa Billings, Parque Estadual Serra do Mar, Parque Ecológico Imigrantes.
- **Religiosos:** Capela Nossa Senhora da Boa Viagem (1825), Capela Santa Filomena (1881), Santuário de Nossa Senhora Aparecida - Capela da Record, Mesquita Abu Bakr Assidik;

- **Culturais:** Câmara de Cultura Antonino Assumpção, Pinacoteca de SBC, Pavilhão Vera Cruz (futuras instalações do Sesc SBC), Auditório Dr. Attílio Zóboli (CENFORPE);
- **Lazer:** Cidade da Criança, shopping Metrópole, shopping Golden Square Garden e shopping São Bernardo;
- **Esportivo:** Ginásio Poliesportivo Adib Moysés Dib, Estádio Primeiro de Maio;
- **Gastronômico:** bares da Avenida Kennedy, rota do frango com polenta, rota do peixe.

Conforme Ramos (2017), o Brasil é uma das dez maiores economias de turismo do mundo, apresentando crescimento substancial nos últimos anos tendo como estímulo a tecnologia e a inovação. O mercado de turismo vem sofrendo transformações que interferem nos modelos tradicionais de negócios, sendo ditadas pela mudança no hábito de consumo dos turistas, os quais estão buscando por turismo que seja sustentável, econômico e que agreguem valor ao desenvolvimento pessoal e cultural. A inovação tecnológica oferece um elo de ligação direta entre o turista e quem oferta o serviço, fazendo com que as empresas de turismo falem direto com o seu cliente sem que haja necessidade de intermediários.

De acordo com Bach (2016), tour virtual é um passeio entre diversos ambientes de um determinado local, permitindo que as pessoas o conheçam por visualizações de imagens e ou vídeos. Atualmente a realidade mostrada em 360 graus está presente em diversos segmentos, e as gerações mais recentes nem sequer conheceram uma realidade sem a existência da internet e seus benefícios. A câmera a ser utilizada no projeto é a Samsung Gear 360, modelo 2017. O software possui a opção de realizar vídeos ou tirar fotos panorâmicas de 360 graus.

Horta (2018) explica que, diante de todos esses adventos tecnológicos, é necessário decidir quais as páginas principais, definir o seu objetivo, produção de conteúdo, escolher um tema, tornar o site responsivo, escolher uma ferramenta de administração do web site, escolher o domínio, entre outras coisas.

METODOLOGIA

Para o embasamento teórico deste capítulo, foram utilizadas as contribuições de Gonsalves (2007) e de Lakatos e Marconi (2011). Toda a redação desta monografia baseia-se nas normas da ABNT, obtidas a partir do Manual de Normalização de Projeto de Trabalho de Graduação da Fatec SBC (RICCI, CARVALHO e PEREIRA, 2017).

A seguir são apresentadas as fases metodológicas previstas para o desenvolvimento deste TCC.

Primeira fase - criação e/ou aquisição e escolha do template (modelo) de site responsivo do tipo HTML5 no padrão da plataforma Wordpress a ser utilizado, uso de linguagem HTML e ferramentas para tratamento de estilos do tipo CSS através de software para edição do site e tratamento dos arquivos vetoriais, logotipos e arquivos de vídeo;

Segunda fase – início da fase de desenvolvimento do web site, processo de decisão e compra do domínio, contratação do plano de hospedagem ideal para o projeto com suporte para utilização em tempo real da plataforma Wordpress;

Terceira fase - pesquisa das locações e sites a visitar, definições do tempo médio de cada vídeo; criação e edição dos vídeos em 360 graus; definição e implementação da identidade visual adequada ao nicho escolhido;

Quarta fase - inscrição do web site nas principais ferramentas de buscas utilizando mecanismo de otimização de buscas adequado ao projeto, uso de técnicas de marketing digital para atrair novos usuários de redes sociais através de impulsionamento;

Quinta fase - testes no ambiente em busca de problemas técnicos como inatividade do web site, contingência, problemas com links externos, e início dos trabalhos com edição, revisão e upload dos vídeos em 360 graus;

Sexta fase - otimização do carregamento do web site, implementação de soluções de ajuda ao usuário através de chats, formulários e outros canais de suporte para melhoria da experiência do usuário;

Sétima fase - disponibilização do web site para um grupo de usuários de teste já em ambiente de produção; implementação de política de atualizações e manutenções;

Oitava fase - montagem do time administrativo, de conteúdo e seus devidos tipos de acessos; teste de painel de controle no backend para controle de indicadores e métricas do web site, além da realização dos testes finais;

Nona fase - conclusão do projeto com a entrega e inauguração do web site.

DESENVOLVIMENTO DO PROJETO

(Em desenvolvimento)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

(Em desenvolvimento)

REFERÊNCIAS

BACH, D.; **Como fazer um tour virtual 360 graus** - Todos os passos necessários. 2016. Disponível em: <http://www.360tourvirtual.net/como-fazer-um-tour-virtual-360-graus/>. Acesso em 23 abr. 2019.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 7 ed. São Paulo: Senac São Paulo, 2002.

COSTA, F. R. **Turismo e patrimônio cultural**: Interpretação e qualificação. São Paulo: Senac São Paulo, 2009.

GONSALVES, E. P. **Conversas sobre iniciação à pesquisa científica**. 4 ed. Campinas: Alínea, 2007

HORTA, F. **Negócios, tecnologia e inovação**: essas são as premissas da web summit em Lisboa. 2018. Disponível em: <https://digitalks.com.br/artigos/negociostecnologia-e-inovacao-essas-sao-as-premissas-da-web-summit-em-lisboa/>. Acesso em 19 abr. 2019.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. **Economia do turismo**. 5 ed. Campinas: Papirus, 2000.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Metodologia científica**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Esportes movimentam o turismo no Brasil**. 2015. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/964-esportes-movimentam-o-turismo-no-brasil.html>. Acesso: 26 mar. 2019.

MUNICÍPIO DE SÃO BERNARDO DO CAMPO. **Cidade**. 2017. Disponível em: <https://www.saobernardo.sp.gov.br/web/sbc/cidade>. Acesso em: 19 mar. 2019.

OLIVEIRA, A. et al. **Cadernos de educação ambiental: Ecoturismo**. 2 ed. São Paulo: s.n., 2014.

PANOSSO NETTO, A.; GAETA, C. **Turismo de experiência**. São Paulo: Senac São Paulo, 2010.

PREFEITURA DE SÃO BERNARDO DO CAMPO. **Turismo e eventos**. 2019. Disponível em: <http://www.saobernardo.sp.gov.br/web/sbc/turismo-e-eventos>. Acesso: 10 abr. 2019.

RAMOS, B. A. F. **A importância da tecnologia para o turismo**. 2017. Disponível em: <https://sebraemgcomvoce.com.br/a-importancia-da-tecnologia-para-o-turismo/>. Acesso em: 19 mar. 2019.

RICCI, D.; CARVALHO, E. S.; PEREIRA, S. R. **Manual de normalização de projeto de trabalho de graduação da Fatec SBC**: Material didático para utilização nos projetos de graduação, dos cursos de Tecnologia em Automação Industrial e Tecnologia em Informática para Negócios. 5. Ed. São Paulo: Faculdade de Tecnologia de São Bernardo do Campo Adib Moisés Dib, 2017. Disponível em: http://fatecsbc.edu.br/wp-content/uploads/2017/02/Manual_TCC_-_Revis%C3%A3o_2017_-_fev2017.pdf. Acesso em: 21 abr. 2019.

SELICANI, V. **Assembleia aprova lei que põe SBC na rota do turismo**. Metro Jornal. ABC, p.6, 7 fev. 2019. Foco.