



**UFRRJ**

**INSTITUTO DE FLORESTAS**

**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PRÁTICAS EM  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

**DISSERTAÇÃO**

**FORTALECIMENTO DO TURISMO COMUNITÁRIO NO RIO DE  
JANEIRO COM O DESENVOLVIMENTO DE UM SITE INTERATIVO  
PARA DIVULGAÇÃO**

**CAMILLA RIBEIRO DA SILVA LIRIO**

**2017**



**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE FLORESTAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PRÁTICAS EM  
DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL**

**FORTALECIMENTO DO TURISMO COMUNITÁRIO NO RIO DE  
JANEIRO COM O DESENVOLVIMENTO DE UM SITE INTERATIVO  
PARA DIVULGAÇÃO**

**CAMILLA RIBEIRO DA SILVA LIRIO**

*Sob orientação do Professor*  
**Dr. André Felipe Nunes-Freitas**

Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências** no Programa de Pós-Graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável da Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro.

Seropédica, RJ,  
Novembro de 2017

Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro  
Biblioteca Central / Seção de Processamento Técnico

Ficha catalográfica elaborada  
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

L768 Lirio, Camilla Ribeiro da Silva , 1990-  
FORTALECIMENTO DO TURISMO COMUNITÁRIO NO RIO DE  
JANEIRO COM O DESENVOLVIMENTO DE UM SITE INTERATIVO  
Lirf PARA DIVULGAÇÃO / Camilla Ribeiro da Silva Lirio. -  
2017.  
57 f.: il.

Orientador: André Felipe Nunes-Freitas.  
Dissertação(Mestrado). -- Universidade Federal Rural  
do Rio de Janeiro, PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM  
PRÁTICAS EM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL, 2017.

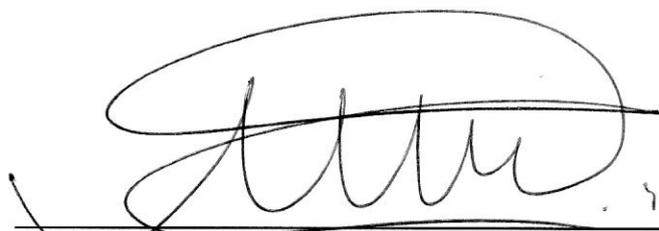
1. Desenvolvimento de website. 2. Turismo de Base  
Comunitária. 3. Formação de Redes. I. Nunes-Freitas,  
André Felipe , 1972-, orient. II Universidade  
Federal Rural do Rio de Janeiro. PROGRAMA DE PÓS  
GRADUAÇÃO EM PRÁTICAS EM DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL  
III. Título.

**UNIVERSIDADE FEDERAL RURAL DO RIO DE JANEIRO  
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO EM PRÁTICAS EM DESENVOLVIMENTO  
SUSTENTÁVEL**

**CAMILLA RIBEIRO DA SILVA LÍRIO**

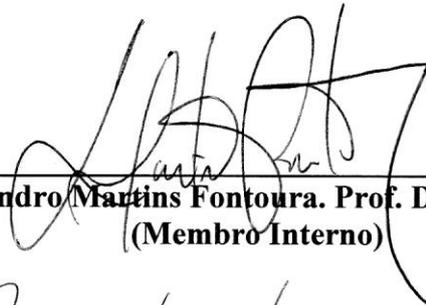
Dissertação submetida como requisito parcial para obtenção do grau de **Mestre em Ciências**, no Programa de Pós-Graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável da UFRRJ.

**DISSERTAÇÃO APROVADA EM 22/11/2017**



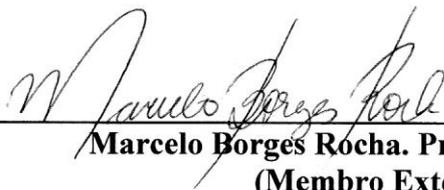
---

**André Felipe Nunes de Freitas. Prof. Dr. UFRRJ  
(Orientador)**



---

**Leandro Martins Fontoura. Prof. Dr. UFRRJ  
(Membro Interno)**



---

**Marcelo Borges Rocha. Prof. Dr. – CEFET  
(Membro Externo)**

A

Todos que amam a diversidade cultural do Brasil.

Cada comunidade do Rio de Janeiro que luta para que suas culturas sobrevivam e ganhem força, ganhem voz, principalmente por meio do Turismo de Base Comunitária.

Jovens que amam a tecnologia e enxergam nela a possibilidade de ascender à ancestralidade de suas culturas.

Quem ama viajar e aprender com o diferente, respeitando sempre o próximo, tornando o mundo melhor mesmo que com pequenas ações.

## AGRADECIMENTOS

A Deus que sempre me deu forças para continuar, me inspirou, me direcionou para que meu trabalho contribuísse de fato para quem precisa de ajuda. A Ele que clareou meus pensamentos trazendo clareza mental e me deu paz para entender que tudo tem seu tempo de amadurecimento.

Aos meus pais, Márcia e Ricardo e ao meu irmão Ricardo Jr, que mesmo sem entender minhas preocupações e angústia, minha falta de tempo e alguns picos de estresse, acreditavam nas minhas ideias e me admiravam pelo caminho que decidi trilhar, sempre me incentivando.

À ONG Guardiões do Mar e aos meus amigos e colegas de trabalho, Mário Motta, Graça Bispo, Guilherme Rodrigues, Rose Baranda, Ana Gonzalez, Helensandra Mattos, que me encorajaram a fazer parte do programa de mestrado e se disponibilizaram a me ajudar com o que eu precisasse, e em especial a Pedro Belga, Sabrina Sodr e e Rodrigo Gai o que participaram de todo o processo ativamente, lutando junto comigo pela conquista de um sonho, sem eles muito do realizado não teria sido possível.

 s lideranças comunitárias que me apresentaram uma nova realidade, um mundo em que me apaixonei e me deram todo o apoio para tornar esse trabalho realizado, em especial Chico Pescador e Flávio Lontro.

Ao meu orientador, André Nunes que teve muita paciência e confiou em mim desde o início, mesmo com a constante mudança de foco, embarcando comigo em cada uma delas, me respeitando, entendendo que para mim, o mais importante é que o trabalho fosse colocado em prática fazendo a diferença na vida das pessoas.

A todos os membros da banca que aceitaram prontamente participar desse momento tão importante para mim, em especial ao Professor Marcelo Rocha por ter participado também da banca de qualifica o dando excelentes sugestões.

À Turma do Mestrado PPGPDS T5 que foi muito amiga e companheira, uma verdadeira família. Turma que me fez crescer como pessoa ao entender ainda mais o valor da multiplicidade de competências, personalidades, pensamentos e opiniões. Ajudaram-me a ser mais paciente e a valorizar cada pessoa com seu jeito. Muita gratidão, em especial   minha amiga Josiele Cruz, que escutou meus desabafos, leu e opinou meus trabalhos, sempre estando ao meu lado nos momentos de fraqueza e também nos de sucesso.

Aos meus amigos do grupo BIONOSES (Mazza, Nuno, Ana Helena, Aninha, Catharina, Gabi, Belisa, Alessandra, Ver nica, Biomed, Júlia e Neca) que desde a gradua o estiveram diariamente comigo, tornando todos os meus dias mais leves e mais felizes, felicidade essa que usei de combustível para dar andamento a essa disserta o.

Aos meus amigos Ana Paula e Francisco, que sempre estiveram do meu lado e me apoiaram de suas maneiras nesses dois anos.

  minha amada prima, amiga e comadre Ana Carolina Tavares que ocupa em minha vida o papel de irmã mais velha, sendo para mim um exemplo de pessoa, profissional e acad mica, sempre um passo   minha frente, me explicando com carinho como fez, me ajudando a seguir.

Ao Padre Éric e ao Renan, meus grandes amigos, que me escutaram, aconselharam e me animaram ao acreditarem nas minhas ideias, tendo sempre a certeza de que tudo daria certo acreditando mais em mim do que eu mesma.

Ao meu primo Rômulo Rosa que me ajudou com muitas ideias e fazendo todo o serviço de design, inclusive a arte da logomarca.

*"Em cada alma foi depositada a semente de um grande futuro,  
mas a semente nunca germinará, muito menos atingirá a maturidade,  
se não se tornar útil e não desenvolver a prática".*

*Napoleon Hill*

## RESUMO

LIRIO, Camilla Ribeiro da Silva. **Fortalecimento do Turismo Comunitário no Rio de Janeiro com o Desenvolvimento de um site interativo para Divulgação**. 2017. 58p Dissertação (Mestrado em Práticas em Desenvolvimento Sustentável). Instituto de Florestas, Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

A União da tradição e ancestralidade à tecnologia e ao novo utilizando a internet como um canal interativo pode ser um caminho para o fortalecimento de culturas e comunidades tradicionais. O uso tecnológico das redes é um dos mais discutidos atualmente, já que a internet ultrapassa fronteiras geográficas e consolida os cidadãos globais conjugando a universalidade. Muitas comunidades tradicionais vêm buscando como uma opção alternativa de renda o trabalho com o turismo de base comunitária (TBC). Essa modalidade turística é muito nova e pouco conhecida pela população em geral e percebeu-se a necessidade do seu fortalecimento, especialmente no estado do Rio de Janeiro (RJ) que é a área de estudo deste trabalho. As comunidades tradicionais do RJ encontram-se pouco conectadas, principalmente pelo fato de estarem localizadas em pontos distantes umas das outras, o que causa problemas de logística e uma grande demanda de tempo e energia para estarem juntos. O que se propõe aqui é a criação de uma ferramenta, um site, que transporte uma rede física para tecnológica, de forma que comunidades tradicionais que já trabalhem com o TBC, localizadas em diferentes pontos, possam estar conectadas e as fronteiras sejam ultrapassadas. O site possibilita a perpetuação de culturas que outrora foram consideradas ameaçadas pela modernização e globalização, unindo o conhecimento dos jovens com a riqueza e sabedoria do conhecimento ancestral. Além de fornecer espaço para comunicação e diálogo, o site estimulará os visitantes por meio da interatividade, de forma que o lúdico possa atrair a atenção até mesmo de quem não conhece o TBC, funcionando também como um canal de divulgação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de Base Comunitária, Rede, Tecnologia

## ABSTRACT

LIRIO, Camilla Ribeiro da Silva. **Strengthening of Community Tourism in Rio de Janeiro with the Development of an interactive website for divulgation.** 2017. 58p Dissertation (Master's in Practices in Sustainable Development). Forestry Institute, Federal Rural University of Rio de Janeiro, Seropédica, RJ, 2017.

The Union of tradition and ancestry to technology and to the new using the internet as an interactive channel can be a way to strengthen traditional cultures and communities. The technological use of networks is one of the most discussed today, as the Internet goes beyond geographical boundaries and consolidates global citizens combining universality. Many traditional communities have been seeking as an alternative income option work with community based tourism (TBC). This tourist modality is very new and little known by the population in general and it was perceived the necessity of its strengthening, especially in the state of Rio de Janeiro (RJ) that is the study area of this work. Traditional communities in RJ are poorly connected, mainly because they are located far away from each other, causing logistical problems and a great demand for time and energy to be together. What is proposed here is the creation of a tool, a website, that transports a physical to technological network, so that traditional communities that already work with the TBC, located in different points, can be connected and the borders are crossed. The site allows the perpetuation of cultures that were once considered threatened by modernization and globalization, uniting the knowledge of young people with the wealth and wisdom of ancestral knowledge. In addition to providing space for communication and dialogue, the site will stimulate visitors through interactivity, so that the playful can attract attention even from those who do not know the TBC, also functioning as a divulgation channel.

**KEY WORDS:** Community-Based Tourism, Networking, Technology

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: O círculo dos contrastes entre os dois polos. A vida das cores simples entre o nascimento e a morte	12
Figura 2: Logomarca ilustrativa da Rede de Turismo Comunitário do Rio de Janeiro (TUCRJ)	14
Figura 3: Representação da Visão Geral do site contendo todas as abas públicas	16
Figura 4: Representação da primeira aba do site, onde está é exibido roteiro interativo para montagem do roteiro personalizado	17
Figura 5: Segunda aba do site contendo informações sobre a Rede e comunidades participantes	18
Figura 6: terceira aba do site. Loja virtual, onde são expostos os produtos vendidos pela rede e disponibilizados para a venda	19
Figura 7: Quarta aba do site. Em evidencia estão representados os destaques e eventos da Rede	20
Figura 8: Quinta aba do site, onde são expostos os contatos da Rede	20
Figura 9: Representação do início da montagem do roteiro na etapa da escolha das comunidades para visita	21
Figura 10: Representação dos serviços disponíveis no roteiro para inclusão destes pelo visitante no seu roteiro personalizado	22
Figura 11: Alerta pelo auxiliar do site para a participação do visitante no jogo sugerindo a escolha de uma das Rotas para iniciar (Rota da Costa Verde, Rota Costa Azul, Rota Baía de Guanabara)	23
Figura 12: Com a participação no jogo, a rota personalizada é evidenciada no mapa com pontilhados	24
Figura 13: representação do roteiro pela área administrativa, onde os administradores podem incluir estabelecimentos no mesmo, eventos ou alterarem o fórum	25
Figura 14: Representação de como o administrador pode adicionar serviços em uma determinada paisagem do roteiro	26
Figura 15: Página principal do fórum com os tópicos-chave evidenciados (Assuntos Gerais, Ribeirinhos, Quilombolas e Caiçaras)	27
Figura 16: Representação dos subtópicos (assuntos) de um tópico-chave (Ribeirinhos)	27
Figura 17: representação da área interna do sub-tópico (assunto) onde os membros que interagem podem ser visualizado e identificados por seus nomes	28

## LISTA DE SIGLAS

APA – Áreas de Proteção Ambiental

CONFREM – Comissão Nacional de Fortalecimento das Reservas Extrativistas Costeiras e Marinhas

DST – Doença Sexualmente Transmissível

ODS - Objetivos do Desenvolvimento Sustentável

ONG – Organização Não Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

PPGPDS – Programa de Pós Graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável

RDS - Reserva de Desenvolvimento Sustentável

RESEX – Reserva Extrativista

REJ – Reserva Ecológica de Juatinga

RPG – Registro Geral da Atividade Pesqueira

UCs – Unidades de Conservação

WWF - World Wide Found for Nature

TBC – Turismo de Base Comunitária

TC – Turismo Comunitário

TUCRJ -Rede de Turismo Comunitário do Rio de Janeiro

TURISOL – Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário

TUCUM – Rede Cearense de Turismo Comunitário

## SUMÁRIO

**Lista de Figuras**

**Lista de Siglas**

<b>1 INTRODUÇÃO</b>	1
1.1 Objetivo	3
1.1.1 Objetivo geral	3
1.1.2 Objetivos específicos	3
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b>	4
2.1 Redes Sociais, Digitais e o Turismo Comunitário	4
2.2 Tecnologia Fortalecendo as Comunidades Tradicionais	5
<b>3 METODOLOGIA</b>	7
3.1 Preparação para Funcionamento do Site	7
3.1.1 Passos preparatórios para funcionamento do site	7
3.2 Passos para Criação de um Site Interativo de TBC	8
3.3 Sites Pesquisados	10
3.4 A Proposta para o Site	10
3.5 Emoções, Sentimentos e Valores	10
3.6 O Significado das Cores	11
<b>4 RESULTADOS</b>	13
4.1 Conhecendo o Produto Proposto	13
4.1.1 A logomarca	13
4.1.2 O site	14
4.1.3 Montando o roteiro	21
4.1.4 O jogo	22
4.1.5 Estabelecimentos cadastrados à rede	24
4.2 Gestão da Ferramenta	24
4.2.1 Área administrativa 1	24
4.2.2 Área administrativa 2 – fórum	26
<b>5 RESULTADOS ESPERADOS COM O FUNCIONAMENTO DO SITE</b>	29
<b>6 DISCUSSÃO</b>	30
<b>7 CONCLUSÃO</b>	32
<b>8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	33
<b>ANEXOS</b>	
<b>A - Idealizadores da necessidade do fortalecimento do TBC no RJ - A CONFREM</b>	36
<b>B - Análise do relatório do I Encontro Estadual da CONFREM RJ</b>	37
<b>C - Quadro 1: Descrição dos 5 eixos temáticos prioritários da CONFREM-RJ e suas ações</b>	38
<b>D - Quadro 2: 5 eixos temáticos CONFREM-RJ e suas ações prioritárias</b>	41
<b>E - Percepção da necessidade do aumento de comunicação</b>	43
<b>F- A escolha do tema TBC para o desenvolvimento do trabalho</b>	44



## 1 INTRODUÇÃO

Na sociedade globalizada em que vivemos, com grande circulação de informações, avanços tecnológicos, mudanças culturais e crescimento econômico, a internet se solidifica como um meio da rede global de computadores, em que milhões de pessoas estão interligadas para estudar, trabalhar, comprar, viajar, como se o planeta se tornasse um mundo tribal, uma chamada aldeia global (TOREZANI, 2007).

Com o aparecimento da tecnologia da informação, as culturas populares, na realidade do capitalismo, sofreram e sofrem transformações para se adequarem às exigências de mercado. Ainda nesse contexto, é possível perceber as influências de outras culturas que chegam contagiando os jovens, adultos, crianças e idosos por diferentes meios (LÓSSIO, 2004).

Segundo BERTOLO (2015), em entrevistas com caiçaras os mesmos afirmaram que os jovens não se interessam mais pela cultura local devido à modernidade, e que esta ainda contribui para o aumento da criminalidade e uso de drogas.

Apesar dessa visão negativa em relação à tecnologia e globalização, hoje muito se vem pensando sobre como essa dupla pode justamente contribuir para o fortalecimento das culturas tradicionais ao invés de acabar com as mesmas.

É uma novidade o fato de que as tradições populares utilizam e transformam os seus investimentos com o uso da tecnologia na era pós-industrial no mundo da tecnologia da informação (LÓSSIO, 2004).

Segundo MONTIEL (2003), essa globalização das comunicações, facilitada pelo desenvolvimento das tecnologias da informação e a criação de redes mundiais, tem potencializado enormemente os intercâmbios de bens culturais. Esse fenômeno fez com que o setor dos bens culturais se tornasse um dos ramos que mais cresce na economia mundial.

Pode-se dizer que a tradição popular vem se refuncionalizando e se transformando para sobreviver em tempos de concorrência. Unir tradição e tecnologia era o pensamento do folclorista Mário Souto Maior, que gostava de misturar o novo para resgatar e divulgar as tradições populares (LÓSSIO, 2004).

A noção de rede é utilizada em diversas áreas do conhecimento, como por exemplo a biológica, territorial e social. Na compreensão de CAPRA (2002), uma rede é uma teia de relações que conectam processos vitais, os quais serão distintos em diferentes níveis e dimensões. Já no campo das ciências sociais, a noção de rede compreende um conjunto finito de “nós” que podem ser indivíduos, instituições ou comunidades, que estabelecem vínculos sociais ou conexões específicas (BURGOS; MERTENS, 2015). Conexões essas que ocorrem por meio da comunicação (CAPRA, 2002).

O uso tecnológico das redes é dos mais discutidos atualmente, sendo englobado nesse campo o núcleo de tecnologias da informação, ou seja, grupos que utilizam o termo rede no sentido de meio de acesso a informações, contato com grupos ou pessoas através de redes de computadores (ACIOLI, 2007).

TOREZANI (2007) explica que, com a rede global integrando e conectando pessoas e instituições em tempo real, a internet ultrapassa fronteiras geográficas para consolidar os cidadãos globais conjugando a universalidade. Além disso, o processo de globalização é acelerado por dois instrumentos ligados à comunicação: o acesso e o uso mundial da informática, através de computadores em rede, e o aumento de páginas virtuais, de alcance mundial através da Internet. Para CASTELLS (2007), a internet está alterando a forma em que as empresas e os fornecedores se relacionam com seus compradores.

Muitas comunidades tradicionais vêm buscando como uma opção alternativa de renda o trabalho com o turismo de base comunitária (TBC). O TBC é uma das estratégias de

desenvolvimento e resistência das comunidades tradicionais, pois questiona o mito do turismo como gerador de emprego e renda e denuncia as políticas centradas na atração de investimentos que não levam em consideração a participação e o desenvolvimento das comunidades locais (FONTOURA, 2009).

A proposta do TBC surgiu da necessidade da criação de novas formas de turismo, construídas em um modelo mais justo e equitativo, que levasse em consideração a sustentabilidade ambiental e que colocasse as populações locais no centro do processo turístico, ou seja, desde o planejamento das atividades passando pela implementação, execução até monitoramento destas (BARTHOLO JUNIOR, 2009). A partir do final do século XX, começam a aparecer inúmeras iniciativas de turismo de base comunitária, que buscam como estratégia para o seu fortalecimento a articulação por meio da construção de redes (BURGOS;MERTENS, 2015).

No Rio de Janeiro, o TBC ocorre de forma organizada em poucos locais, como na costa verde, por exemplo. Por meio de uma análise do relatório do primeiro encontro estadual da CONFREM-RJ, baseada em planejamentos com lideranças pesqueiras de diversas localidades do Rio de Janeiro, chegou-se à conclusão de que existe a necessidade do fortalecimento de comunidades tradicionais do estado do Rio para a atividade do TBC, já que muitos já trabalham no mercado do turismo, mas não de forma profissional. Realizam as atividades por conta própria e isolados uns dos outros. Esse grupo percebeu que se estivesse unido por uma causa e trabalhando com o objetivo voltado para uma mesma direção seria possível alterar essa realidade. O turismo pode contribuir com a cultura das comunidades tradicionais, incentivando o resgate das tradições populares, com o incentivo na arquitetura e na recuperação de vários centros histórico (LÓSSIO, 2004).

Há de se considerar que é preciso compreender que projetos de políticas culturais devem ter como base o desenvolvimento local. Segundo BRAGA (2003) o fenômeno da Globalização, apesar de massificante, enaltece os valores socioculturais regionais, que podem ser difundidos e consolidados como produtos típicos e geradores de receita.

O que se propõe neste trabalho é a criação de uma ferramenta, um site, que transporta essa rede física entre os diferentes pontos do Estado do Rio de Janeiro que desenvolvem o TBC, para uma rede tecnológica que ultrapassa as fronteiras. O site possibilita a perpetuação de culturas que outrora foram consideradas ameaçadas pela modernização e globalização e que hoje, com a correta utilização da tecnologia, pode ser instrumento de fortalecimento dessas comunidades por atrair a atenção dos jovens para este mercado. O constante relato dos membros de comunidades tradicionais que não querem que seus filhos passem pelas situações difíceis que passaram, desejando uma melhor qualidade de vida para os mesmos, não mais será correlacionado a perda e morte de culturas e tradições.

Para que essas comunidades estejam preparadas para ingressarem no mercado turístico de maneira mais profissional é necessário que estejam coesas e que tenham um objetivo em comum estabelecido além da necessidade do aumento da comunicação entre as lideranças, clareza da informação chegando até o cliente, e estímulo para ambos. O site aqui proposto proporciona um aumento da comunicação, além do estímulo aos visitantes do site para realização dos roteiros devido à interatividade do mesmo. Por meio do site a rede social também passaria a ser uma rede digital, levando de forma simples e clara as informações e possibilidades de escolha dos destinos, hospedagem, restaurantes, passeios, entre outras atividades para o turista ou visitante, inclusive a possibilidade de criação do seu roteiro personalizado.

O fortalecimento do Turismo de Base Comunitária com a utilização da tecnologia como suporte além de atrair a atenção do turista e ampliar a visibilidade desse mercado, também atrai a atenção dos jovens das comunidades, que se sentem mais confortáveis, em

uma realidade desejável da que pretendem alcançar, participando de forma ativa no processo, se inserindo num nicho em que seus pais ou avós ainda não conhecem.

## **1.1 Objetivo**

### **1.1.1 Objetivo geral**

Propor uma ferramenta que possibilite maior eficiência no processo de comunicação entre as pessoas que trabalham com o TBC, dissemine e disponibilize informações para a sociedade como um todo contribuindo para o fortalecimento do turismo de base comunitária no Rio de Janeiro.

### **1.1.2 Objetivos específicos**

- a. Planejar a gestão e funcionamento do site de forma a permitir que este seja eficiente e prática.
- b. Possibilitar o aumento da integração dos diferentes membros da rede por meio do site.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

### 2.1 Redes Sociais, Digitais e o Turismo Comunitário

Segundo o documento intitulado *De Mumbai a Porto Alegre: Quem realmente se beneficia com o turismo?*, produzido em 2004 a partir do Grupo de Intervenções em Turismo durante o Fórum Social Mundial, “o trabalho em rede está no centro das estratégias futuras para identificar áreas de preocupação comum, construir alianças com indivíduos, organizações e movimentos que dividem este pensamento, e influenciar agendas de política de turismo”.

As relações estabelecidas por meio da comunicação ocorrem em um padrão de organização não linear (CAPRA, 2002), ou seja, um nó da rede necessariamente se conecta a mais de um nó, podendo estar inclusive conectado a todos os nós, criando um complexo sistema de conexões que dão forma a uma estrutura reticular. Além dessas conexões os nós ainda podem se conectar a um ponto de fora que passará, então, a fazer parte da rede, criando um sistema aberto com grande poder de expansão. Quanto maior o número de nós conectados, maior será seu poder de multiplicação e seu campo relacional (MARTINHO, 2003).

A rede social se regenera constantemente, pois à medida que a comunicação é estabelecida são produzidos pensamentos e significados na mente das pessoas. Quando a comunicação é recorrente, é construído um processo de realimentação, formando assim um contexto comum de significado. O que faz com que cada indivíduo adquira sua identidade enquanto membro ou nó da rede, estabelecendo um limite para a mesma, baseado no sentimento de pertencimento e lealdade do indivíduo, e que será sempre renovado a partir de novas comunicações (CAPRA, 2002).

Segundo YU et al. (2001), cada ator tem muita informação sobre sua situação, mas não tem informação sobre outras situações. Para reduzir a incerteza e consolidar a parceria, os atores precisam ter mais informações confiáveis de seus parceiros. Assim todos ganham, porque cada ator vai construir alicerces e desenvolver novas ações tendo como base as informações compartilhadas. Esse compartilhamento de informações é o que configura e movimenta as redes (TOMAÉL E MARTELETO, 2007), ou seja, os atores de uma rede estão longe de atuarem de forma atomística (HUEMER et al, 2004), já que esse comportamento não configuraria a dinâmica de uma rede. A força das conexões exige um investimento relacional dinâmico, o sucesso da mesma resultará da tomada de partido das relações e da capacidade de gerencia dos seus relacionamentos.

O processo de globalização é acelerado por dois instrumentos ligados à comunicação, o acesso e o uso mundial da informática, através de computadores em rede e o aumento de páginas virtuais, de alcance mundial através da Internet. A rede global integra e conecta pessoas e instituições em tempo real, ultrapassando fronteiras geográficas, para consolidar os cidadãos globais, conjugando a universalidade. (TOREZANI, 2007).

A formação de redes de interação vem atingindo as mais diversas esferas e campos de conhecimento, desde o plano econômico, científico, cultural, entre outros. No campo econômico, a exploração do nicho social passa a ser alvo de interesse de empresas que estão vendo no ramo das redes sociais virtuais um amplo espaço para negociação de produtos e serviços e, enxergando também, o potencial de relacionamentos estabelecidos nas comunidades como forte capital social da atualidade. Além disso, a comunicação em rede tem sido explorada como instrumento de ativação de movimentos sociais e culturais como a luta dos direitos humanos, feministas e ambientalistas, dentre outras (MACHADO e TIJIBOY, 2005).

Apesar de uma grande massa não fazer parte desse mundo digital, o número de conectados cresce a cada dia e a participação em comunidades virtuais tem se tornado um hábito no cotidiano dos internautas (MACHADO e TIJIBOY, 2005).

As redes digitais facilitam o processo de comunicação, fortalecendo as relações das pessoas que estiverem fisicamente distantes entre si, permitindo que essa distância não seja a fonte de impedimento para a realização de algo em prol de um objetivo em comum.

Entre os elementos importantes para que a relação na comunidade virtual se mantenha os fatores: motivação, tempo disponível e envolvimento das pessoas em torno de discussões, permanência, domínio técnico mínimo para utilização dos recursos e estabelecimento de comunicação, são necessários para que essas experiências não assumam um caráter totalmente efêmero e desterritorializado, sendo apenas um lugar de passagem sem qualquer vínculo (MACHADO e TIJIBOY 2005)

Para CASTELLS (2007), o processo de transformação tecnológica está relacionado à capacidade de se criar interfaces entre campos tecnológicos por meio de uma linguagem digital comum, o que permite que a informação seja gerada, processada, armazenada, recuperada e transmitida a qualquer usuário. Para ele os computadores e suas redes internacionais fazem nascer uma outra esperança que embala a humanidade - o sonho da comunicação global: a possibilidade de unir, finalmente, povos separados, por territórios, línguas e culturas diferentes.

## **2.2 Tecnologia Fortalecendo as Comunidades Tradicionais**

As “comunidades tradicionais” não são grupos socioculturais unificados; estão divididas em subcategorias como ribeirinhos, quilombolas, pomeranos, caiçaras e outros. Cada comunidade apresenta suas singularidades, com a delimitação de um território específico e uma estreita relação com o ambiente natural (VIANNA, 2008).

No Rio de Janeiro são encontradas de forma expressiva as comunidades caiçaras, quilombolas e ribeirinhas.

A interdependência dessas comunidades com o meio faz com que sejam importantes fontes de preservação ambiental. Ao envolver as sociedades com o ecossistema em que vivem, são fortalecidos os vínculos econômicos, sociais, espirituais, culturais e ecológicos. (DIEGUES & VIANA, 2004). O grande problema é que essas comunidades, justamente por estarem isoladas dos grandes centros, muitas vezes não são enxergadas e grande parte da população que vive nas cidades e/ou centros urbanos nem sabem que existem, não conhecem seus costumes e nem sua cultura. Dessa maneira, muitas vezes, não são representadas e não têm voz nas principais decisões políticas e econômicas.

Segundo o Decreto Federal Nº 6.040 de 7 de fevereiro de 2000, Povos e Comunidades Tradicionais são grupos culturalmente diferenciados que se reconhecem como tais, que possuem formas próprias de organização social, que ocupam e usam territórios e recursos naturais como condição para sua reprodução cultural, social, religiosa, ancestral e econômica, utilizando conhecimentos, inovações e práticas gerados e transmitidos pela tradição.

Segundo BERTOLO (2015), em entrevistas com caiçaras os mesmos afirmaram que os jovens não se interessam mais pela cultura local devido à modernidade que contribuem para o aumento da criminalidade e uso de drogas. Este relato tem sido evidenciado em diversas comunidades, fato preocupante já que a transmissão da cultura aos mais jovens por meio da tradição é a perpetuação daquela comunidade como tradicional.

No primeiro encontro da CONFREM-RJ, falado anteriormente, a preocupação com os jovens, perpetuação da cultura e valorização do conhecimento dos anciões foi algo muito comentado, listado inclusive como uma prioridade para o desenvolvimento de ações voltadas para o tema.

A ferramenta aqui proposta, o site, é uma possibilidade de serem atraídos por um novo tipo de trabalho em que ao mesmo tempo em que fortalece a ancestralidade faz uso da tecnologia e interatividade.

Além disso, o fortalecimento do Turismo de Base Comunitária com a utilização da tecnologia como suporte também atrai a atenção dos turistas e visitantes ampliando a visibilidade desse mercado.

Com isso, evidenciamos uma nova leitura no uso da tecnologia envolvendo as tradições populares. A globalização, Softwares avançados, novos *chips* para celulares, a quebra das fronteiras desencadeiam um processo de transformação nas tradições populares. Com isso, encontramos como saída a refuncionalização nos produtos das tradições populares para sobreviverem no mundo da concorrência, automação e tecnologia da informação (LÓSSIO,2004 ). Segundo a autora os prós e contras do uso tecnologia da informação para as tradições populares seguem abaixo.

Benefícios do uso da tecnologia nas tradições populares:

- O incentivo à divulgação das tradições populares pelos meios de comunicação de massa (televisão, rádio, jornal, revista, celular, internet, e-mail, *outdoor* entre outros).
- Facilita a comunicação e o acesso ao maior número de pessoas
- Resgata os produtos e objetos da cultura popular que foram danificados
- Serve como subsídio em projetos educacionais e políticos
- O surgimento de um novo olhar sobre as culturas populares
- O aumento da criatividade do povo, que faz surgir grupos alternativos de folguedos e danças populares
- Possibilita a sobrevivência de certos grupos que estavam fadados a desaparecer

Malefícios do uso da tecnologia nas tradições populares:

- A deformação e a deturpação exercidas pelos meios de comunicação de massa.
- A estilização do produto e objetos.
- A espetacularização dos folguedos e das danças.
- A padronização do produto, que faz perder a qualidade nas manifestações populares.
- Aceleração do processo de desaparecimento de certos grupos das tradições populares que não acompanham a dinâmica da informação

É importante que se tenha o cuidado de conhecer também os malefícios do uso da tecnologia para que não se a utilize de forma a acreditar que a mesma possa resolver todos os problemas. De fato, pode ajudar muito, quando seu uso é consciente, para que se evitem danos para as próprias populações e comunidades tradicionais.

### 3 METODOLOGIA

A metodologia deste trabalho consiste na descrição do processo de criação de um site que facilite a interação e a comunicação entre as pessoas que trabalham com o Turismo comunitário no Rio de Janeiro e para divulgação desse turismo para a população em geral.

Para isso, primeiramente foi avaliado o relatório gerado com os resultados do primeiro encontro da Comissão Nacional de Fortalecimento das Reservas Extrativistas e Povos Tradicionais Extrativistas Costeiros e Marinheiros do Rio de Janeiro, CONFREM – RJ, que encontra-se ao final deste documento no anexo 2, onde foi identificada a necessidade de uma comunicação mais efetiva entre os membros dessa rede, além de um trabalho mais voltado para fortalecimento do TBC no Rio.

#### 3.1 Preparação para Funcionamento do Site

A proposta da criação do site como ferramenta para a comunicação pressupõe que uma série de outros passos sejam realizados anteriormente, ou seja, para que futuramente o site seja criado baseado na proposta desse trabalho e seja colocado em prática, é necessário que investimentos em outras áreas também sejam realizados. Dessa forma, o site será a materialização de uma rede já formada e possibilitará a melhora da comunicação entre os membros e também entre eles e os visitantes.

No entanto, nem sempre este processo é simples. Deve-se levar em conta que a realização de todos esses passos é muito lenta, demandando um gasto de energia, tempo e recursos em geral, já que são necessários encontros, definição de datas e intervalos de comunicação que contemplem a todos ou a maioria dos interessados.

O que se espera com a proposta é que, além de oferecer a ideia sobre uma ferramenta útil, é que esta funcione como um estímulo e incentivo para que os beneficiados diretos consigam visualizar de forma concreta o que pode ser feito, já que um planejamento para ações e projetos para longo prazo costumam ser desestimulante. Dessa maneira, ao terem uma prévia do produto final, podem ganhar maior impulso para a realização de todos os passos anteriores ao mesmo.

##### 3.1.1 Passos preparatórios para funcionamento do site:

- Realização de um diagnóstico das comunidades tradicionais do Rio de Janeiro;
- Criação de uma listagem para convocação das comunidades para participação da rede;
- Realização da convocação das comunidades para apresentação da ideia e alinhamento das mesmas;
- Durante o encontro definir conjuntamente o nome da rede, objetivo, princípios e regras para os membros;
- Definição de papéis dos membros;
- Definição de intervalos de comunicações entre os membros.
- Comunidades que não apresentam roteiro e quiserem participar da rede devem criar os seus próprios.
- Definição de como seria a gestão do site.
- Planejamento de maneiras para captação de recursos para melhor funcionamento da rede.

- Diagnóstico entre as comunidades participantes para realização de treinamentos com objetivo de desenvolverem seus potenciais e colocá-los num nível padronizado de profissionalismo.

### **3.2 Passos para Criação de um Site Interativo de TBC**

1. - Identificar se existe a necessidade e demanda para que a ferramenta seja proposta

É importante que após um contato prévio com as comunidades que se beneficiarão com a ferramenta, seja percebida a real demanda da mesma. Muitas vezes são criadas “soluções” para um determinado público sem que se o conheça de perto. Esse problema na comunicação cria uma confusão com o que se julga ser necessário, e o que é de fato. Sendo assim, o primeiro passo é identificar se a proposta de um site é realmente necessária para essas comunidades.

2. - Definir o objetivo da ferramenta

Muitas são as necessidades das comunidades que trabalham com o TBC. É necessário que se tenha em mente que o site não resolverá como uma mágica todos os problemas que envolvem as mesmas. Também não é possível que, pelo menos na primeira versão do mesmo, ele tenha múltiplos objetivos. O site precisa ter um objetivo principal, forte o suficiente para que ele exista.

3. – Conhecer o Público que necessita essa demanda

Como falado no primeiro passo, o público que demanda pelo site deve ser conhecido, para que se possa planejar o mesmo de acordo com essas pessoas.

4. - Direcionar o máximo possível o grupo que assumir as principais responsabilidades

O Público precisa ser direcionado ao máximo porque as estratégias para comunicação, profundidade do conteúdo e complexidade do uso da tecnologia serão planejados tendo como base as pessoas que se utilizarão deles.

5. - Identificar a intimidade dos administradores/utilizadores com a tecnologia

Não adianta a proposta de um site que seja incrivelmente tecnológico e multifuncional se os administradores escolhidos para levarem o projeto à diante não tenham a mínima intimidade com a tecnologia ou pior, até mesmo uma fobia e dificuldade de compreensão do seu uso. Fica claro aqui que a melhor ferramenta é aquela que seu público consegue gerir, logo essa identificação é a base para obter sucesso no projeto.

6. - Definir o nível de complexidade da ferramenta

Seguindo a linha de raciocínio do passo anterior, a complexidade do site deve ter como base quem o administrará, para que o mesmo seja de fato funcional, caso contrário, se estiver com um nível de complexidade além do que os administradores conseguem utilizar, gera desmotivação, frustração, e o objetivo não será alcançado.

7. Criar estratégias baseadas no público escolhido para administrar a ferramenta

Como falado no passo anterior, as estratégias serão baseadas de acordo com a definição dos administradores da ferramenta, o que também indica mais uma vez a necessidade de se conhecer esse público.

8. Definir quais estratégias serão utilizadas para que esse objetivo seja alcançado

Conhecendo os administradores o que se quer atingir com o público em geral, deve-se definir por meio de quais estratégias o objetivo seria alcançado. O site aqui proposto foca na interatividade, que é algo trabalhoso, mas que atrai principalmente a atenção dos jovens e de muitos internautas.

9. - Definir que serviços a ferramenta vai oferecer ou que conteúdo estará disponível

É importante que se defina os serviços que serão priorizados para que os visitantes do site não se sintam confusos, percam o foco ou se assustem com o excesso de informações .

10. - Identificar as necessidades das pessoas que serão os principais utilizadores

Fazer uma pesquisa de mercado para que se identifique as principais necessidades dos utilizadores do site, entrando em um consenso do que a rede pode oferecer e do que os visitantes do site estão em busca, criando assim uma sintonia entre a oferta e a demanda.

11. - Unir as necessidades à inovação e ao lúdico

Para que o site seja interativo, o mesmo deve ser convidativo, o visitante deve sentir-se confortável para nele permanecer. Trabalhar com o lúdico é uma boa opção já que chama a atenção por ser diferente, passa a imagem de algo mais divertido, mais leve, além de atrair o olhar dos jovens que utilizam grande parte do seu tempo com a internet. Esse formato também traz a inovação para sites de TBC.

12. - Pesquisar sites que trabalham com o TBC e evidenciar o que gosta e o que não gosta para cada um deles

Trabalhar com a inovação e tentar trazer o diferente para que a funcionalidade de uma ferramenta seja aumentada, logo, é imprescindível que sites do mesmo tema sejam avaliados, de forma que se perceba o que já vem sendo feito, e o que poderia ser feito para melhorar a passagem dessa informação.

13. - Escolher as emoções, sentimentos e valores que deseja passar

Escolher as emoções, sentimentos e valores que serão a marca do site, o estudo deve ser feito baseado no grupo que será beneficiado com a ferramenta, nas pessoas que trabalham com o TBC, a partir disso, trazer por meio da logomarca e das cores a essência desse grupo.

### 3.3 Sites Pesquisados

Como base para a ideia, inicialmente foram visitados sites de outras redes ou organizações que já trabalham com o turismo de base comunitária no Brasil para se comparar o que vem sendo feito, o que seria interessante de se colocar no site em criação o que não seria e o que se pretende fazer de inovador. Também foram pesquisados 3 sites que promovem o turismo de forma diferente, porém com uma particularidade, apresentam uma espécie de rota para que o turista siga. Os sites utilizados como referências seguem listados a seguir:

- <http://www.tucum.org/>
- <http://www.projetobagagem.org/>
- <https://ecohospedagem.com/>
- <http://redecaicaradeturismo.com.br/>
- <http://www.roteirodovinho.com.br/>
- <http://rotadauva.com.br/>
- <http://rotacervejeirarj.com.br/>

### 3.4 A Proposta para o Site

A proposta da criação de um site foi pensada para facilitar a interação entre os membros da rede e dos membros com os visitantes do site de uma forma simples e clara onde as informações e possibilidades de escolha dos destinos, hospedagem, restaurantes, passeios, e outras atividades estivessem à disposição do turista/visitante.

Para isso foram pensadas em duas áreas principais no site, onde uma seria privada para os membros da rede e administradores, que alimentarão a ferramenta e interagirão entre si, enquanto a outra será aberta a qualquer visitante.

Pretende-se que as informações sejam passadas de forma clara, completa, com linguagem informal, onde se explicará o que é o turismo de base comunitária, o que é a rede, qual seu objetivo, informações sobre as comunidades participantes, eventos, possibilidade de compras de produtos, dentre outras importantes questões interessantes para o turista montar seu roteiro e tirar suas dúvidas.

Foi utilizado como modelo para a proposta de roteiro lúdico, o do site da *Rota Cervejeira RJ*. O mesmo estará colocado na página inicial do site com serviços prestados ao longo do trajeto onde o visitante pode incluí-los na sua bagagem, tendo cada serviço um valor médio de custo, para que ao final da montagem do roteiro a pessoa tenha noção de quanto gastará com os serviços que deseja utilizar, podendo incluir ou excluir alguns itens.

Para que o visitante do site não se sinta desamparado ou perdido na montagem do seu roteiro, existirá um guia turístico em forma de desenho, orientando os próximos passos.

### 3.5 Emoções, Sentimentos e Valores

Como já explicitado aqui, é necessário que se conheça os principais utilizadores da ferramenta proposta para que os valores desse público pulsem no site, que sejam transmitidos de uma forma clara para público em geral.

As formas e cores é que vão passar essas emoções e sentimentos, por meio delas é que essa essência é exalada.

A preocupação com a transmissão e o armazenamento da informação da cor, como texto cultural, é regido por códigos culturais que sofrem interferências de outros tipos de

códigos da comunicação humana, como a linguagem verbal, por exemplo. Dentro das artes visuais, a cor não é apenas um elemento estético, mas o fundamento da expressão que se liga à expressão de valores espirituais e sensuais, sendo também objeto de estudo da semiótica que analisa como o ser vivo se relaciona com ela sensivelmente (GUIMARÃES, 2000).

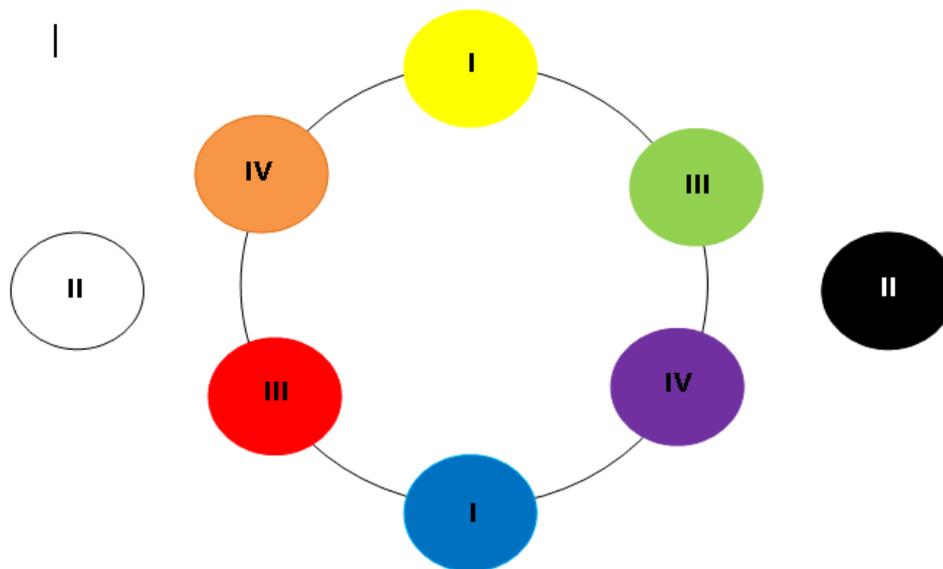
A imagem de um destino turístico é a soma das crenças, ideias e impressões que as pessoas têm dele. A logomarca e o slogan do destino turístico podem ser usadas para modificar, fortalecer ou desenvolver tal imagem através das estratégias de promoção, que por sua vez, torna-se extremamente importante para o posicionamento de marketing do destino no mercado turístico (CRUZ, CAMARGO & VERNAY, 2008).

Em razão de um grande volume de promoção (comunicação) diária, a mente das pessoas normalmente filtra e rejeita muitas informações, aceitando somente aquilo que de certa forma coincide com o seu conhecimento ou com sua experiência anterior (RIES; TROUT, 1996).

Não obstante, a utilização de logomarcas também é outro elemento importantíssimo para o fortalecimento da imagem de um determinado destino turístico, em razão que ela representa simbolicamente os benefícios de uma localidade, auxiliando a promoção do posicionamento no mercado turístico. Para criar uma logomarca é necessário analisar as variáveis climáticas, produtos e serviços turísticos, setores econômicos, aspectos antropológicos, culturais, gastronômicos, artísticos e folclóricos como também a história, os costumes e o comportamento da população para que tais ferramentas possam ser criadas de forma correta, autêntica e veridicamente frente a demanda real e potencial (CRUZ, CAMARGO & VERNAY, 2008).

### **3.6 O Significado das Cores**

O artista KANDINSKY (1990), distingue para cada cor quatro tons principais. A cor pode ser: I. quente e, além disso, 1) claro ou 2) escura; II. fria e, ao mesmo tempo, 1) claro ou 2) escuras. Entende-se por calor ou frieza uma tendência para o amarelo ou para o azul. Essa distinção opera-se numa mesma superfície e a cor conserva seu próprio tom fundamental que pode tornar-se mais material ou mais imaterial. Desse modo, produz-se um movimento horizontal, pois o quente sobre essa superfície horizontal tende a aproximar-se do espectador, enquanto o frio se distancia. Este seria o primeiro grande contraste em relação a esse valor interior. O segundo grande contraste é constituído pela diferença entre o branco e o negro, cores que formam o segundo par dos quatro tons fundamentais pela tendência da cor para o claro e o escuro (SANTOS, NEVES & TOSCANO, 2008). Essas distinções e contrastes encontram-se dispostos na figura 1.



**Figura 1:** O círculo dos contrastes entre os dois polos. A vida das cores simples entre o nascimento e a morte. (os algarismos romanos indicam as partes dos contrastes). Fonte: KANDINSKY, 1990.

O segundo movimento, o do amarelo e do azul, que constitui o primeiro grande contraste, é o movimento excêntrico ou concêntrico, enquanto o amarelo, cor tipicamente terrestre, possui um movimento excêntrico, que vai em direção a quem olha, o azul faz um movimento concêntrico de distanciamento do homem dirigido para seu próprio centro. O verde absoluto é o mais calmo de todas as cores. Essa imobilidade é uma qualidade preciosa e sua ação é benéfica sobre os homens e sobre as almas que aspiram em repouso. Mais claro ou mais escuro, o verde nunca perde seu caráter primordial de indiferença e de imobilidade. O vermelho é a cor sem limites, essencialmente quente e age interiormente como uma cor transbordante de vida ardente e agitada. Entretanto, não é como o amarelo, que se propaga e se consome de todos os lados. O laranja surge quando o vermelho é atraído na direção do homem assim como se forma o violeta, cuja tendência é se distanciar do homem, quando o vermelho é absorvido pelo azul. No violeta há algo doentio, apagado, como escória, triste. Desde tempos remotos o homem aplica as cores à sua criação, como nos artefatos, vestuário, decorações etc. Essa utilização se relaciona diretamente com as exigências do campo que explora (SANTOS, NEVES & TOSCANO, 2008). Os significados psicológicos das cores são os mais diversos, podendo ter sentidos afetivos e simbólicos.

## 4 RESULTADOS

### 4.1 Conhecendo o Produto Proposto

#### 4.1.1 A logomarca

A preocupação com a transmissão e o armazenamento da informação da cor, como texto cultural, é regido por códigos culturais que sofrem interferências de outros tipos de códigos da comunicação humana, como a linguagem verbal, por exemplo. Dentro das artes visuais, a cor não é apenas um elemento estético, mas o fundamento da expressão que se liga à expressão de valores espirituais e sensuais, sendo também objeto de estudo da semiótica que analisa como o ser vivo se relaciona com ela sensivelmente (GUIMARÃES, 2000).

A imagem de um destino turístico é a soma das crenças, ideias e impressões que as pessoas têm dele. A logomarca e o slogan do destino turístico podem ser usadas para modificar, fortalecer ou desenvolver tal imagem através das estratégias de promoção, que por sua vez, torna-se extremamente importante para o posicionamento de marketing do destino no mercado turístico (CRUZ, CAMARGO & VERNAY, 2008).

Em razão de um grande volume de promoção (comunicação) diária, a mente das pessoas normalmente filtra e rejeita muitas informações, aceitando somente aquilo que de certa forma coincide com o seu conhecimento ou com sua experiência anterior (RIES; TROUT, 1996).

Neste contexto, para sobressair-se no mercado, uma significativa opção para os destinos turísticos é a seletividade de suas atividades e recursos concentrando os objetivos e produtos com foco na segmentação do público-alvo, utilizando o posicionamento de marketing como alternativa eficaz para conquistar e desenvolver o relacionamento com os turistas e visitantes. Esse posicionamento significa o lugar que um determinado destino turístico ocupa na mente das pessoas em relação a outros destinos concorrentes, fazendo associação com um significado de lazer, compras, passeios, gastronomia, negócios, que estão ligados à atividade turística. Por isso é importante o foco no público-alvo para que a forma como a marca e a ideia que serão comunicadas, sejam passadas de forma eficiente (CRUZ, CAMARGO & VERNAY, 2008).

A utilização de logomarcas também é um importante elemento para o fortalecimento da imagem de um determinado destino turístico, levando em conta o que ela representa simbolicamente, as características de uma localidade, o que auxilia a promoção do posicionamento no mercado turístico. Para criar uma logomarca é necessário analisar uma série de fatores, como por exemplo as variáveis climáticas, produtos e serviços turísticos, setores econômicos, aspectos antropológicos, culturais, gastronômicos, artísticos e folclóricos como também a história, os costumes e o comportamento da população para que tais ferramentas possam ser criadas de forma correta, autêntica e veridicamente frente a demanda real e potencial (CRUZ, CAMARGO & VERNAY, 2008).

Dessa maneira, o primeiro produto criado neste trabalho, para dar início à construção do site foi a logomarca.

Inicialmente foram escolhidas as cores e posteriormente as formas. A escolha das cores foi baseada nos sentimentos que se queria passar para os visitantes do site, cores que representassem a cultura das comunidades, além disso, o clima e as características naturais do Estado do Rio de Janeiro também foram explorados. Por fim, o sentimento do que o turismo pode oferecer para os visitantes/turistas. As cores selecionadas foram: marrom, preta, branca, verde, vermelha, amarela e azul (**Figura 2**).



**Figura 2:** Logomarca ilustrativa da Rede de Turismo Comunitário do Rio de Janeiro (TUCRJ).

O marrom foi escolhido para ser a cor predominante, a ideia foi mostrar a aproximação que as comunidades tradicionais têm com a terra, com o solo, muitas vezes no plantio, na criação de animais, no andar descalço, na retirada do seu sustento alimentar, nas atividades artesanais em geral.

O verde em volta da primeira letra faz alusão às matas e à vegetação, onde será realizado o turismo, no Rio de Janeiro é predominante a vegetação de Mata Atlântica e os locais onde essas comunidades se situam são preservados, muitas vezes Unidades de Conservação.

O vermelho, por dentro da segunda letra, traz a força, a euforia e a vitalidade dessas comunidades, que lutam pelos seus ideais, pelos seus territórios, e para que sejam ouvidos. É uma luta constante pela resistência de suas culturas.

O amarelo em meio ao semicírculo representa o sol, próximo ao azul cobrindo o RJ, representando o estado do Rio de Janeiro como banhado pelos mares e pelas águas. Um contexto geral de uma área banhada pelo mar, ensolarada, com muita vegetação, onde são encontradas culturas tradicionais fortes ligadas à utilização da terra e atividades primárias para sobreviver.

O preto encontra-se em posição de contraste com o branco para que a logomarca fique ainda mais em evidência, e a forma do desenho da área preta objetiva trazer um pouco da agressividade, força e ancestralidade, como se o desenho tivesse sido feito à mão justamente por culturas tradicionais, como os povos indígenas, por exemplo. Além disso, a imagem de todas essas cores em uma única logomarca traz a alegria que todo esse turismo pode oferecer.

#### **4.1.2 O site**

O site completo apresentará cinco abas principais de acesso a todos os visitantes (Figura 3) e uma área exclusiva dos membros.

Inicialmente o site não teria todas as abas propostas, conforme a adaptação dos utilizadores outras seriam acrescentadas, ou seja, o nível de complexidade do site pode ser

aumentado ou diminuído de acordo com a resposta dos administradores da página e participantes da rede.

Na primeira aba (Figura 4) se objetiva construir um mapa lúdico por meio do qual os interessados em realizar os roteiros poderão montá-lo dando prioridade as localidades e tipos de comunidades que gostariam de conhecer. Além disso, também poderão escolher os serviços que gostariam de utilizar.

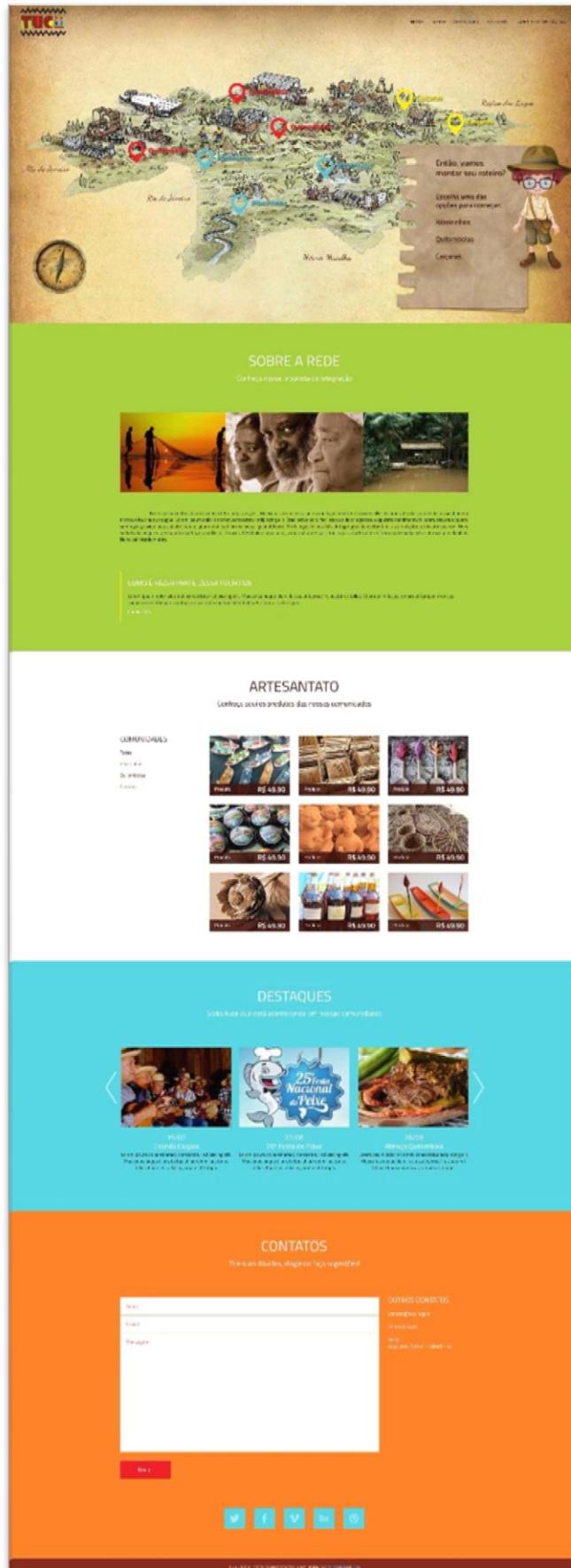


Figura 3: Representação da Visão Geral do site contendo todas as abas públicas

Para isso estará disponível a ajuda de um auxiliar que dará as opções de escolha existentes e auxiliará o visitante do site na montagem do roteiro.



**Figura 4:** Representação da primeira aba do site, onde está é exibido roteiro interativo para montagem do roteiro personalizado.

Para a construção desse mapa que consiste no roteiro integrado do estado do Rio de Janeiro, pensou-se na criação de uma série de mapas junto às comunidades por meio da cartografia social onde elas próprias apontarão as atividades e pontos turísticos interessantes para se colocar no roteiro, para as que já apresentam roteiros não haverá essa necessidade. Após a realização desta etapa um profissional juntará essas informações apresentando-as de forma lúdica, similar ao apresentado na figura 4.

Na segunda aba do site (Figura 5), o visitante encontrará informações gerais sobre a rede, sobre a motivação de ter sido criada, o objetivo, como é fazer parte da rede, comunidades participantes, dentre outras informações que estas julguem importantes estarem presentes no site.



**Figura 5:** Segunda aba do site contendo informações sobre a Rede e comunidades participantes

Em outros sites, em geral, a aba apresentando o grupo, objetivo, entre outras questões, similares às da figura 5, é colocada como primeira aba do site. Neste caso, essa aba seria a segunda, porque, mesmo obtendo informações de extrema importância, a aposta aqui será no lúdico e na interatividade, para que tão logo o visitante entre no site, já seja surpreendido com o roteiro e com a “atenção” do auxiliar de montagem, dessa forma, o visitante será captado pelo diferente.

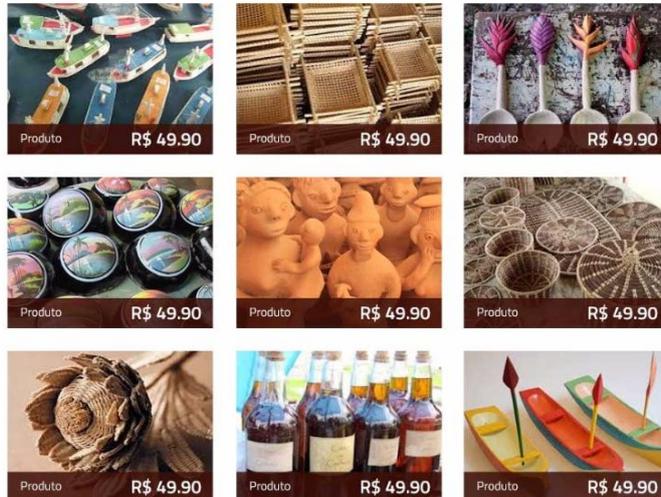
A terceira aba (Figura 6) consiste na loja virtual aqui chamada de *Artesanato*. Essa é uma das áreas do site, que só será incluída após algum tempo de uso da ferramenta. Quando os utilizadores se sentirem familiarizados e estiverem de acordo a aumentar o nível de complexidade do mesmo, já que, para que a loja funcione, uma série de trâmites externos devem ocorrer em sincronia, como por exemplo, a organização dos artesãos, definição de produtos a serem vendidos, preços, porcentagem que fica para a rede, como será feita a entrega, entre outros, ou seja, cabe aos membros a decisão do que vai ser vendido, de que forma, e como será chamada essa loja online.

## ARTESANTATO

Conheça aqui os produtos das nossas comunidades

### COMUNIDADES

Todas  
Ribeirinhos  
Quilombolas  
Caíparas



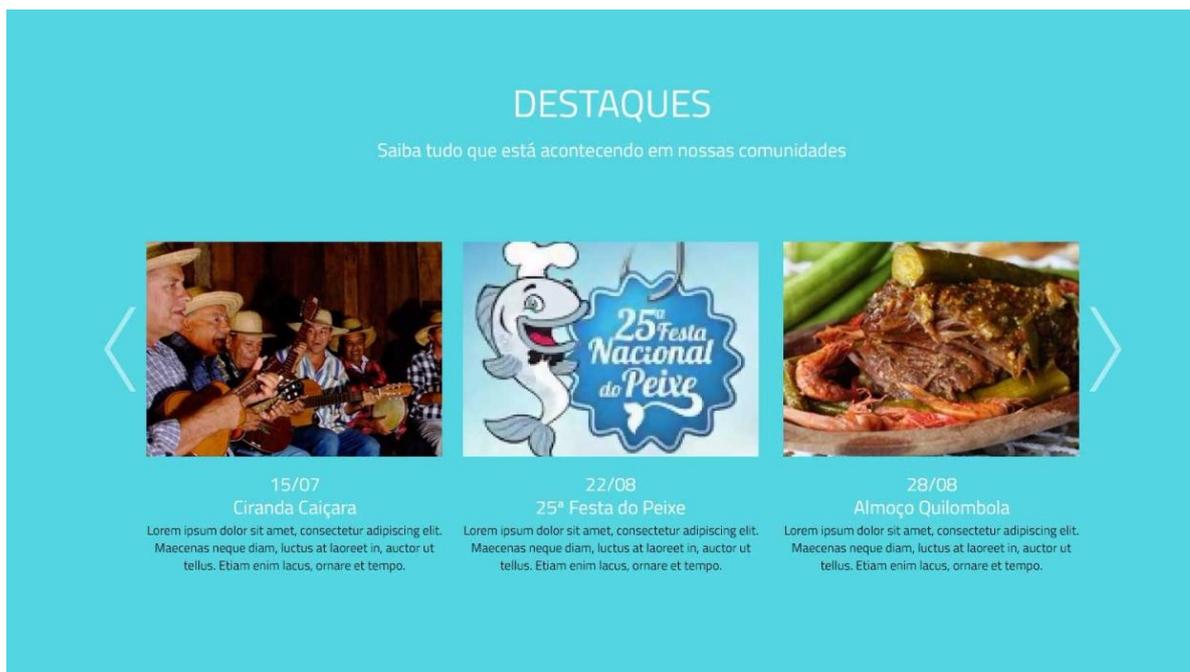
**Figura 6:** Terceira aba do site. Loja virtual, onde são expostos os produtos vendidos pela rede e disponibilizados para a venda.

Qualquer pessoa poderá adquirir um produto na loja que conterà produtos artesanais que as próprias comunidades produzirão. Tudo que for apresentado como produto deve ser definido junto aos membros da rede, inclusive deverá ser estipulado um padrão de qualidade e que esses produtos tenham algo que caracterizem toda a rede de forma conjunta.

Para isso, encontros e oficinas podem ser realizados para desenvolver o potencial empreendedor dos produtores.

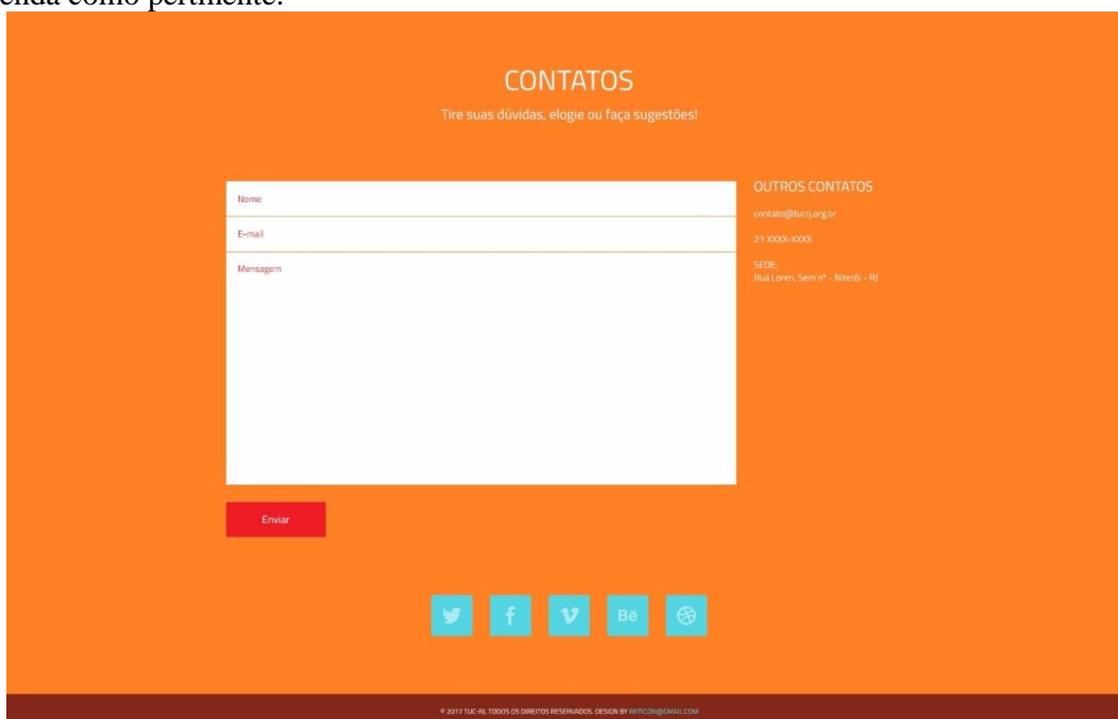
A quarta aba (Figura 7) traz alguns destaques como festas, festivais, novos estabelecimentos cadastrados, dentre outros. Funcionará como uma área de marketing da própria rede para atrair a atenção dos visitantes do site, despertando o interesse dos mesmos para que conheçam os novos estabelecimentos cadastrados ou que se programes para participar dos eventos e festivais.

Essa aba já poderá estar incluída no site desde o início da sua criação, será, no entanto muito movimentada, tendo a necessidade de grande dedicação para que sempre seja alimentada.



**Figura 7:** Quarta aba do site. Em evidência estão representados os destaques e eventos da Rede

Na quinta aba (Figura 8), o visitante do site tem a possibilidade de fazer contato com os administradores da página tirando suas dúvidas, sugerindo algumas ideias ou algo que entenda como pertinente.



**Figura 8:** Quinta aba do site, onde são expostos os contatos da Rede.

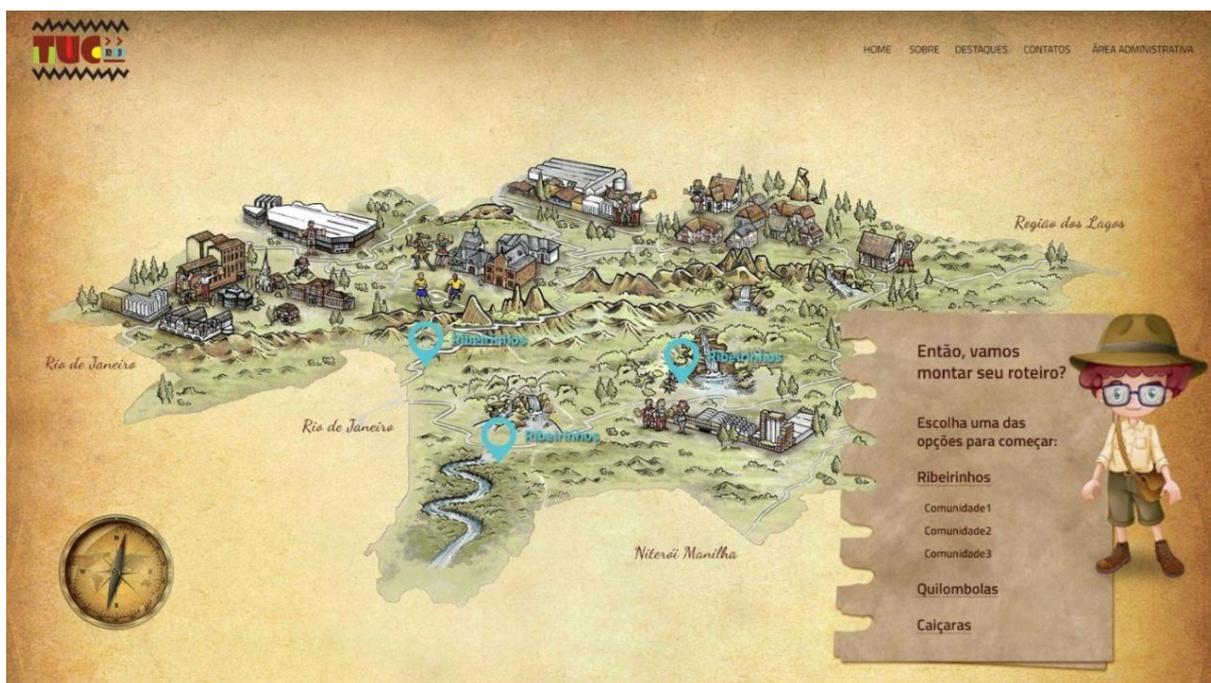
Além dessas abas abertas a todos os visitantes do site, também existirá uma área privada para os administradores do site e membros da rede. Para entrar nesta área será necessária a utilização de um login e de uma senha, a explicação sobre como se dará o funcionamento da mesma será apresentada mais a frente.

### 4.1.3 Montando o roteiro:

Na primeira aba, figura 3, o visitante encontra alguns filtros. Primeiramente ele pode escolher qual(is) a(s) localidade(s) que pretende visitar, clicará no mapa escolhendo-as. Posteriormente, como representado pela figura 3, com a ajuda do auxiliar, o visitante tem a oportunidade de escolher o(s) tipo(s) de comunidades que gostaria de conhecer, exemplificadas na figura estão as principais representatividades de comunidades tradicionais do estado do Rio de Janeiro que são as comunidades Ribeirinhas, Quilombolas e Caiçaras. No mapa existirá a localização das mesmas onde estarão representadas por colorações diferentes.

O mapa utilizado para a realização da proposta neste trabalho é totalmente ilustrativo e foi usado somente para exemplificar a ideia, não representando verdadeiramente as localidades descritas. Também fica como sugestão que o auxiliar de montagem do roteiro tenha um nome, dando as boas vindas e se apresente no início de todo o processo. Este nome e todos os outros detalhes devem ser escolhidos em conjunto pelas comunidades participantes da rede.

A figura 9 exemplifica a utilização de um filtro. Supondo que o visitante tenha escolhido visitar comunidades ribeirinhas. Ele escolherá então a opção *Ribeirinhos*. Após a escolha dessa categoria o auxiliar apresenta todas as comunidades de ribeirinhas daquela localidade que estão cadastradas no site. Na figura, exemplificadas como: Comunidade1, Comunidade 2 e Comunidade 3. O visitante mais uma vez escolhe qual(is) a(s) comunidade(s) ribeirinha(s) daquela área que deseja conhecer. Desta mesma maneira poderia ter escolhido as outras opções de comunidades, como Quilombolas ou Caiçaras, como discriminados na mesma figura.

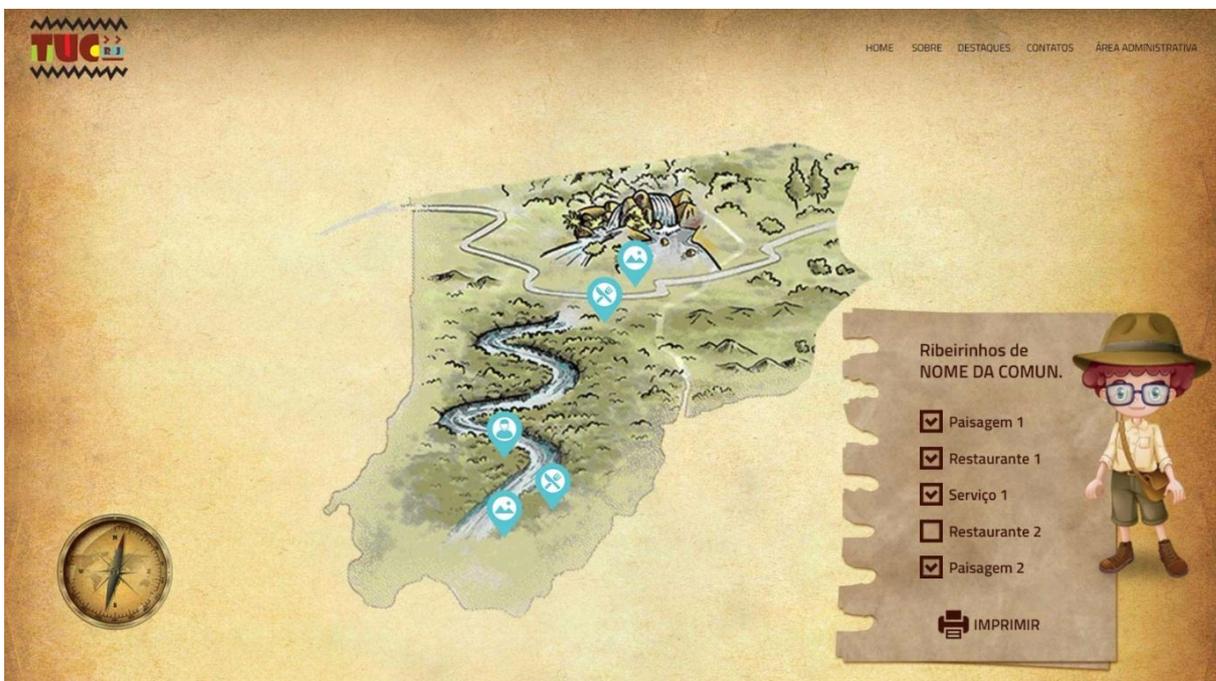


**Figura 9:** Representação do início da montagem do roteiro na etapa da escolha das comunidades para visita

Após a escolha das comunidades que o visitante gostaria de incluir no seu roteiro, o mesmo segue para o próximo passo. Dentro daquela determinada comunidade, estarão disponibilizados os serviços que são oferecidos por esta, como passeios, restaurantes,

pousadas, dentre outras possibilidades, e mais uma vez o visitante terá a possibilidade de escolher estes serviços e incluir no seu roteiro, como exposto na figura 10.

Uma sugestão e um diferencial para o site e montagem do roteiro é que cada serviço tenha um preço médio, sendo assim, após cada inserção de serviço no roteiro, ao concluí-lo, ou seja, finalizar as escolhas dos serviços que pretende utilizar, o visitante teria um valor médio total de quanto gastaria para realizar tudo que está em seu roteiro, podendo incluir ou excluir algumas possibilidades de serviços do seu pacote, até que o roteiro a ser realizado esteja dentro das suas possibilidades financeiras desse cliente.

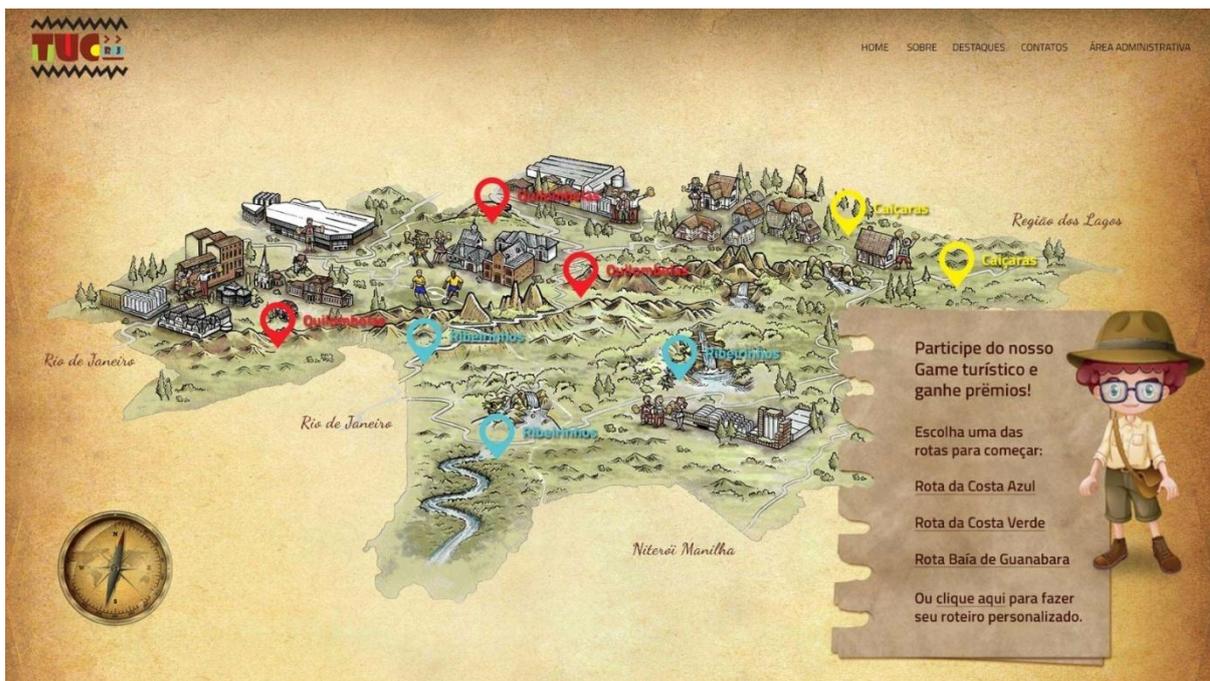


**Figura 10:** Representação dos serviços disponíveis no roteiro para inclusão destes pelo visitante no seu roteiro personalizado

#### 4.1.4 O jogo

Além da possibilidade da montagem do roteiro de maneira simples e interativa também foi pensado um modelo de jogo, porém o mesmo não estaria no site de imediato, pelo contrário, seria a última etapa de inclusão na ferramenta. Com ele, o site atingiria o mais alto nível de complexidade, e este só seria incluído se fosse de fato funcional, se os administradores e utilizadores se mostrassem confortáveis e interessados para isso.

No jogo, ao finalizar a montagem do roteiro o auxiliar convidará o visitante a participar do mesmo (figura11). Se desejável, deverá cadastrar seu e-mail no site e receberá, por meio dele, um código. Este código dará acesso ao jogo e quando efetivamente começar a realizar o roteiro e jogar, o código poderá ser apresentado nos empreendimentos cadastrados à rede. Quanto mais vezes o código for apresentado pelo jogador mais pontos ele recebe e maior será o seu bônus. O jogador poderá receber descontos em estabelecimentos cadastrados à rede ao longo do trajeto do seu roteiro ou poderá acumular o bônus para resgatar um produto na loja virtual.



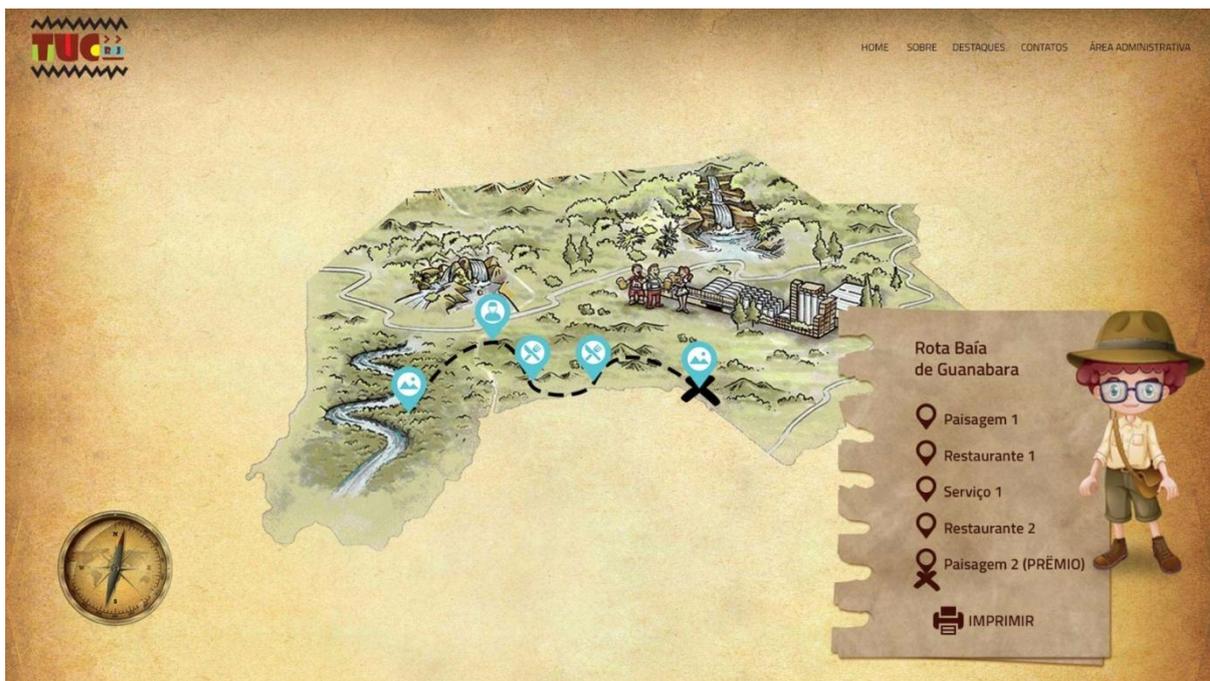
**Figura 11:** Alerta pelo auxiliar do site para a participação do visitante no jogo sugerindo a escolha de uma das Rotas para iniciar (Rota da Costa Verde, Rota Costa Azul, Rota Baía de Guanabara).

O objetivo do jogo para os membros da rede é fazer com que o jogador se sinta motivado a utilizar ao longo do seu roteiro os serviços dos estabelecimentos cadastrados à rede, ou seja, se existirem dois restaurantes, um ao lado do outro, com serviços parecidos, estando um cadastrado à rede e o outro não, o cliente provavelmente dará preferência ao restaurante cadastrado pelo fato de ganhar vantagens em utilizar seus serviços.

No jogo constará o roteiro completo, inclusive áreas em que não estão no roteiro personalizado do jogador. Sendo assim, o objetivo do jogo para o jogador é que todas as rotas sejam concluídas para que esteja à frente dos outros jogadores, quando conseguir concluir todas as rotas pode ser considerado vencedor. Cada rota receberá uma denominação. As denominações dadas aqui são fictícias, já que o nome do jogo, das rotas, o modelo do bônus dentre outras questões, devem ser escolhidas pelos membros da rede.

Sendo assim, a rota da Costa Azul, por exemplo, poderia obter outra denominação, a da Costa Verde e da Baía de Guanabara também, porém o ideal é que todas estejam dentro de um mesmo contexto ou tema para que o jogo faça maior sentido.

Após o roteiro personalizado ter sido incluído no jogo, o mesmo será traçado, de forma que seja indicada a melhor maneira de realizá-lo (Figura 12).



**Figura 12:** Com a participação no jogo, a rota personalizada é evidenciada no mapa com pontilhados.

#### 4.1.5 Estabelecimentos cadastrados à rede

Alguns funcionários dos estabelecimentos cadastrados à Rede serão responsáveis por realizar a liberação no sistema quando o jogador (cliente) apresentar o código que recebeu para jogar, no estabelecimento, para que seu bônus seja contabilizado.

Os estabelecimentos cadastrados podem chegar a um acordo para que uma porcentagem dos serviços utilizados pelos clientes captados pelo site seja redirecionada à Rede, para que a gestão do site, encontros necessários pelos gestores da rede dentre outras atividades para seu próprio fortalecimento, possam ser financiadas por esta parcela, de forma a garantir a efetividade e sustentabilidade da Rede.

Essa porcentagem deve ser definida junto aos membros para que se chegue a um acordo que seja vantajoso para ambas as partes.

## 4.2 Gestão da Ferramenta

### 4.2.1 Área administrativa 1

Para acesso a área administrativa o membro deve ser reconhecido pelos outros membros como um participante da rede ou administrador do site, a partir desse momento, este receberá um *login* e uma senha para acesso a esta área.

Esta área restrita será dividida em duas partes. Na primeira, somente os capacitados para realizarem alterações e inserções no mapa para realização dos roteiros, inserir eventos entre outros, poderão realizar essas ações. Será escolhido um membro de cada localidade para fazer tais inserções, este grupo administrador deverá estar em constante contato com os membros descritos abaixo, que podem ser inclusive os mesmos. Chamemos este grupo de “Administradores do Site”.

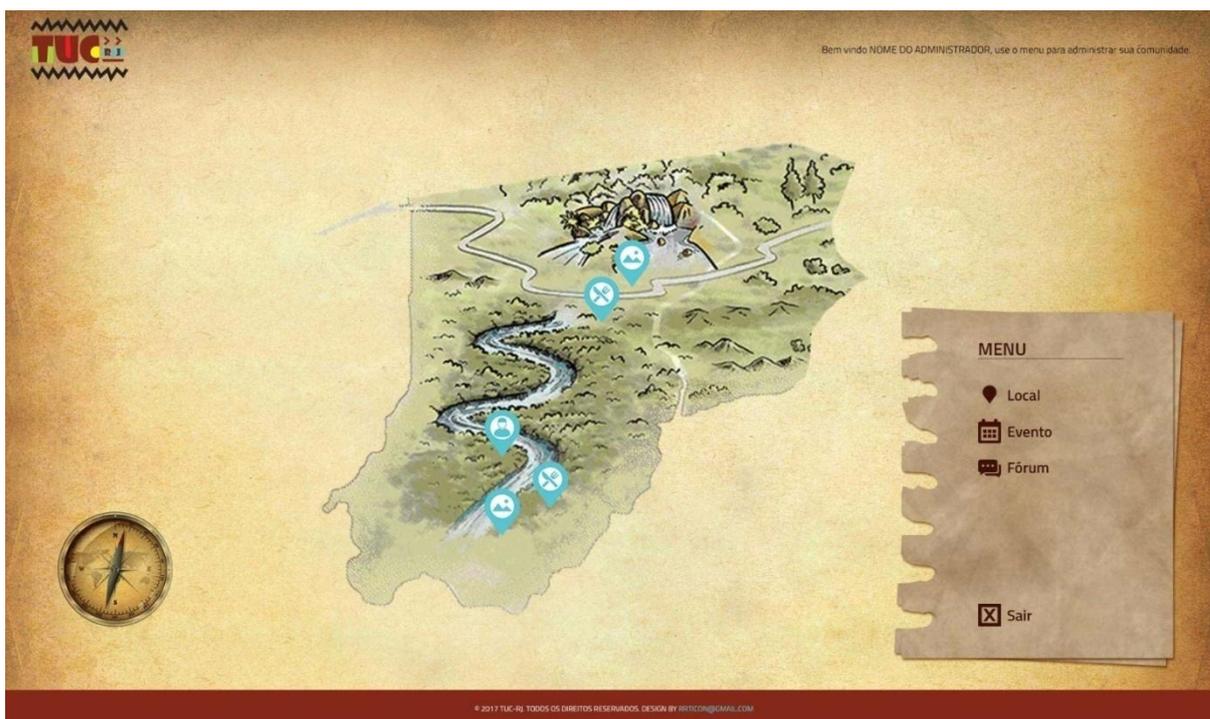
Os membros da rede deverão definir um membro de cada comunidade para representação da mesma. Dentre os escolhidos para essa representação, será escolhido um para representar as comunidades daquela localidade, sendo também necessária a escolha de um suplente. Como é muito difícil que todos os membros se encontrem para tomar decisões, além de exigir um enorme esforço de todos, envolvendo muitas vezes recursos para a locomoção, a escolha de representantes visa uma maior eficiência e maior agilidade nas tomadas de decisões para um melhor funcionamento da rede. Chamemos esse grupo de “Gestores da Rede”.

O representante de uma determinada localidade deve estar em constante contato com representantes das comunidades daquela localidade para uma efetiva troca de informações, assim como estes também devem repassar essas informações aos outros membros da comunidade que faz parte.

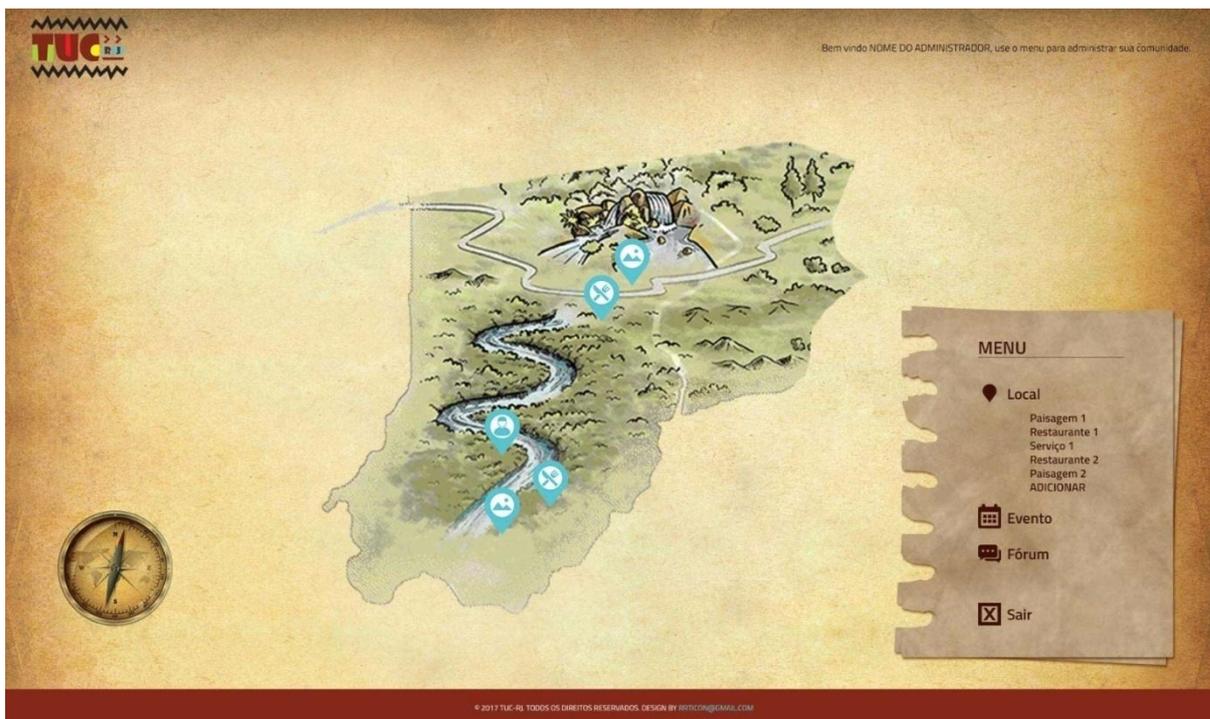
Na área restrita onde as inserções são realizadas, qualquer alteração só pode ser feita pelos administradores do site. Para saber o que devem modificar ou não, estes devem estar constantemente em contato com os gestores da rede, que estarão representando todos os membros da rede.

As Figuras 13 e 14 representam como os Administradores do Site podem inserir ou retirar algo do site.

Estes determinam a localidade, comunidade e podem inserir ou retirar empreendimentos ou passeios, por exemplo, do roteiro. Também podem colocar e retirar eventos e atividades no calendário, além do que terá destaque naquele mês ou naquela semana no site, mostrada na quarta aba para os visitantes do site. Os administradores também são responsáveis por orientar quanto aos problemas técnicos, e darem suporte ao funcionamento do jogo e aos jogadores. Também podem criar tópicos na segunda área privada chamada fórum, onde os membros da rede podem se comunicar e discutir alguns assuntos relevantes aos mesmos.



**Figura 13:** representação do roteiro pela área administrativa, onde os administradores podem incluir estabelecimentos no mesmo, eventos ou alterarem o fórum.



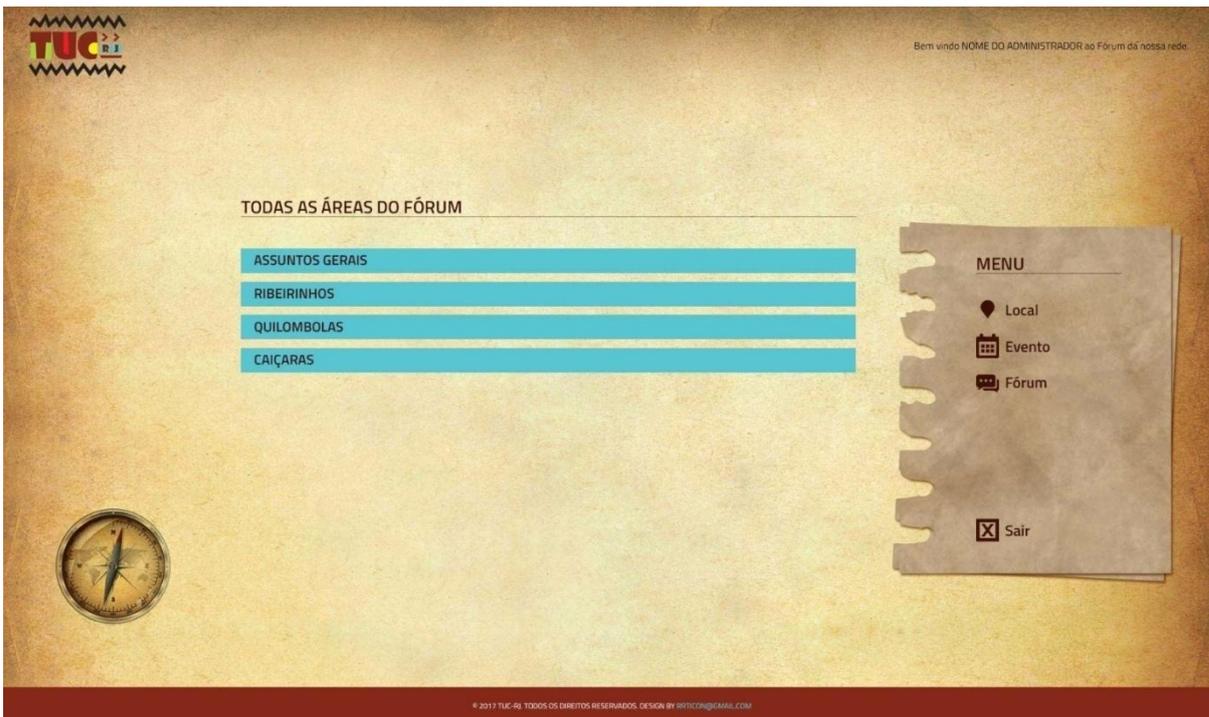
**Figura 14:** Representação de como o administrador pode adicionar serviços em uma determinada paisagem do roteiro.

#### 4.2.2 Área administrativa 2 – fórum

Nesta área os membros da rede poderiam se comunicar em diferentes graus e níveis. Na área principal existiria um tópico para assuntos gerais, ou seja, assuntos de interesse de todos os membros da rede ou pelo menos à sua maioria, ou que envolva diferentes classes de comunidades.

Além deste tópico principal, os tópicos também encontrar-se-iam divididos pelos tipos de comunidades (Figura 15), ou seja, dentro desses tópicos existem assuntos relevantes somente aos Ribeirinhos ou aos Quilombolas, ou aos Caiçaras, dentro destes, problemas e questões específicas de cada classe seriam abordados por subtópicos denominados “Assuntos” (Figura 16) e dentro dos Assuntos os membros poderiam interagir sendo identificados pelos seus nomes (Figura 17).

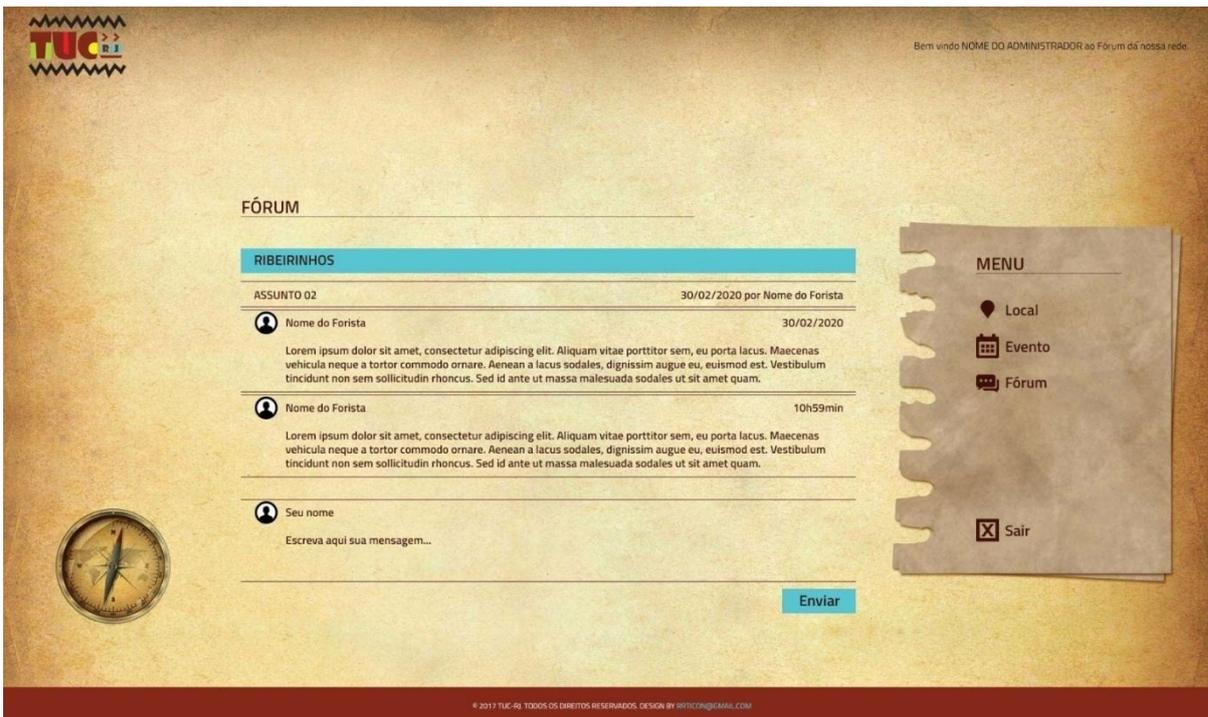
A estrutura da página com os tópicos principais só poderia ser alterada pelos administradores do site, porém os subtópicos sim poderiam ser criados por qualquer membro.



**Figura 15:** Página principal do fórum com os tópicos-chave evidenciados (Assuntos Gerais, Ribeirinhos, Quilombolas e Caiçaras).



**Figura 16:** Representação dos subtópicos (assuntos) de um tópico-chave (Ribeirinhos).



**Figura 17:** representação da área interna do sub-tópico (assunto) onde os membros que interagem podem ser visualizado e identificados por seus nomes.

## **5 RESULTADOS ESPERADOS COM O FUNCIONAMENTO DO SITE**

Os resultados esperados com a proposta da utilização do produto são:

- Aumento da comunicação entre os participantes da rede, maior integração;
- União de ideias e pensamentos;
- Criação de laços (conexão de pontos) e fortalecimento dos elos e relações já existentes;
- Aumento do número de turistas para o TBC no Rio de Janeiro;
- Reconhecimento sobre o TBC existente no RJ;
- Aumento de conhecimento sobre o conceito do TBC no Rio de Janeiro;
- Fortalecimento das culturas das comunidades tradicionais.

## 6 DISCUSSÃO

Para que ocorra o desenvolvimento sustentável num determinado local, se faz necessário o equilíbrio principalmente entre três fatores: o social, o ambiental e o econômico. O tripé da sustentabilidade precisa estar em sintonia para que esse desenvolvimento seja saudável.

O trabalho aqui descrito traz uma ferramenta para facilitar a comunicação entre comunidades em diversos níveis. Entre os membros de uma comunidade, entre duas ou mais comunidades e entre as comunidades e os visitantes do site, que podem ser quaisquer pessoas do Brasil e do mundo. Além disso, promove a interação entre jovens e idosos, de forma a valorizar as culturas ancestrais com o saber dos anciãos sendo unido ao conhecimento dos jovens que se sentem mais confortáveis com o uso da tecnologia, trazendo a inovação tecnológica para essas realidades.

Tudo isso, num cenário de Turismo de base comunitária, que segundo a Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário – TURISOL (2008), tem como alguns dos princípios:

- A participação dos atores locais desde o planejamento até a gestão do turismo em seu território;
- A concepção do turismo como uma atividade complementar a outras atividades econômicas já praticadas na comunidade;
- A geração e distribuição de renda equitativa, praticando preços justos, satisfazendo a comunidade e o turista, além de promover a distribuição de renda entre os moradores locais;
- A valorização cultural e a afirmação da identidade cultural local.
- A concepção do modo de vida local como principal atração turística da comunidade;
- A relação de parceria e troca entre o turista e a comunidade. O turista é visto como um parceiro, não como um cliente;
- A conservação e a sustentabilidade ambiental;
- A cooperação e a parceria entre os diversos segmentos relacionados ao turismo de base comunitária;
- O auxílio na luta pela posse da terra pela comunidade através do turismo de base comunitária.

Os princípios aqui descritos estão em total alinhamento com o desenvolvimento sustentável. Com a promoção da comunicação entre os membros da Rede por meio do site, isso se torna potencializado.

Em setembro de 2015 as Nações Unidas definiram os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS). A agenda foi lançada durante a Cúpula de Desenvolvimento Sustentável e discutida na Assembleia Geral da ONU. É formada por 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que devem ser implementados pelos países até 2030.

Dos 17 ODS, 8 deles são contemplados direta ou indiretamente pelas atividades propostas neste trabalho. Estes objetivos são:

**Objetivo 1:** Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares;

**Objetivo 5:** Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas;

**Objetivo 8:** Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos;

**Objetivo 9:** Construir infraestruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação;

**Objetivo 12:** Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis;

**Objetivo 14:** Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável;

**Objetivo 15:** Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade;

**Objetivo 16:** Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis.

Com a utilização do site de forma a fortalecer o turismo comunitário mais empregos podem ser gerados de forma associativa, com a distribuição de renda de forma justa, levando em conta o desenvolvimento das comunidades com uma gestão participativa, além disso, também ocorre o incentivo ao uso da inovação da tecnologia, de hábitos e ideias.

O site também dissemina o conhecimento das culturas tradicionais por meio da divulgação destas para os visitantes em geral. Dessa maneira, ocorre a promoção de sociedades pacíficas por se incentivar o respeito às diferenças.

O site é um canal de conhecimento sobre modos de vida importantes e diferenciados, que muitos não têm acesso pelo seu isolamento físico. Com isso, cria-se uma responsabilidade até mesmo pelos ambientes preservados, tanto terrestres quanto marinhos, já que essas comunidades vivem nesses ambientes e dependem de seus recursos para sobreviver.

O site traz uma nova visão sobre estilos de vida que se relacionam com o ambiente de uma forma diferente, sendo também uma ferramenta de educação ambiental, mesmo que de forma indireta.

O alcance da igualdade de gênero também pode ser considerado, já que muitas mulheres são representantes e vozes ativas nas comunidades, com alto potencial empreendedor, no artesanato, na culinária local, entre outras atividades;

Com isso, se apresenta um modelo de consumo sustentável, baseado numa economia solidária, assegurando padrões e consumo sustentáveis, onde os produtos são construídos pelas mãos dos membros dessas comunidades e seus lucros retornam a elas.

A proposta do trabalho contribui para o desenvolvimento sustentável de comunidades tradicionais e está alinhada à maior parte dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, estando também alinhado consequentemente ao Programa de Pós-Graduação em Práticas em Desenvolvimento Sustentável (PPGPDS).

## 7 CONCLUSÃO

O Turismo de Base Comunitária que vem sendo realizado no Rio de Janeiro enfrenta problemas típicos de uma modalidade em crescimento que é realmente muito nova.

A proposta do site trouxe a possibilidade do TBC se tornar mais conhecido pelo público em geral, de aumentar a interação entre as pessoas que trabalham com ele, melhorando os canais de comunicação, já que as comunidades estão espalhadas por diversas localidades e um canal que consegue trazê-las para uma plataforma temática, facilita este processo.

Além disso, a proposta oferece algumas etapas com diferentes níveis de complexidade para uso da tecnologia e interatividade de acordo com a adaptação de quem utilizará a ferramenta, principalmente de quem alimentará o site com informações.

A próxima etapa seria a materialização da proposta do site com sua criação e uma fase de teste para acompanhamento e realização de ajustes que fossem necessários, trazendo as comunidades para participar de forma muito direta em todo esse processo para que seja de fato, um site funcional para os mesmos.

A internet é o canal de comunicação global que permite que pessoas de diferentes pontos do mundo consigam estar com ideias e pensamentos conectados mesmo que fisicamente distantes. O TBC é uma forma de resistência das comunidades e culturas tradicionais, e o fortalecimento desse turismo tão novo depende da união de quem luta pela mesma causa.

Para isso, é primordial que esse conhecimento ancestral caminhe de mãos dadas com a tecnologia, sendo primordial a contribuição e trabalho dos jovens pertencentes às comunidades, de forma que a tradição e cultura das mesmas sejam perpetuadas por meio do novo. O paradoxo do novo que fortalece o antigo se faz aqui presente. A tecnologia pode sim fortalecer a ancestralidade.

## 8 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACIOLI, S. Redes sociais e teoria social: revendo os fundamentos do conceito. **Informação & Informação**, v. 12, n. 1esp, p. 8-19, 2007.

BARTHOLO JUNIOR, R.S. Sobre o sentido da proximidade: implicações para um turismo situado de base comunitária. In :BARTHOLO JUNIOR, R.S, SAN SOLO D.G; BURSZTYN, I. Turismo de Base Comunitária: diversidade de olhares e experiências brasileiras. **Letra e Imagem**\Ministério do Turismo, 2009.

BERTOLO, G et al. Narrativas do Espólio: **Uma Etnografia Sobre o Fandango e a Perda Cultural Caiçara (Cananéia SP)**. 2015. 167 f. Dissertação (Mestrado em Antropologia Social) Universidade Federal São Carlos, 2015.

BRAGA, C. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: Uma Base de Dados para a Cultura. Brasília: **UNESCO Brasil**, 2003, p. 55

BRASIL. DECRETO Nº 6.040, DE 7 DE FEVEREIRO DE 2007. Brasília, DF: Presidência da República, 2007. Disponível em: [www.planalto.gov.br](http://www.planalto.gov.br). Acesso em: 13 de setembro de 2016.

BURGOS, A.; MERTENS, F. A perspectiva relacional na gestão do turismo de base comunitária: o caso da Prainha do Canto Verde. **Caderno Virtual de Turismo**. Rio de Janeiro, v. 15, n.1, p. 81-98, abr. 2015.

CAPRA, F. As Conexões Ocultas. São Paulo: **Cultrix**, 2002.

CASTELLS, M. A sociedade em rede. 10ª Ed. **São Paulo, Paz e Terra**, 2007.

CONFREM: Quem somos. Disponível em: <<https://confrem.wordpress.com/pagina-principal/quem-somos/>> Acesso em: 10 de setembro de 2016

CONFREM: Relatório do I Encontro Estadual da CONFREM Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2016

CRUZ, R. CAMARGO, P. VERNAY, B. Logomarcas e Slogans: Promovendo o Posicionamento de Marketing e a Imagem do Destino Turístico. **X SIT – Seminário Internacional de Turismo. “Ciência e Inovação Tecnológica em Benefício ao Turismo”**. CURITIBA - PR, 2008.

DIEGUES, A. C. S.; VIANA, V. M. (Orgs.). Comunidades Tradicionais e Manejo dos Recursos Naturais da Mata Atlântica. 2ª ed. São Paulo: **HUCITEC: NUPAUB: CEC**, p.273, 2004.

GRUPO DE INTERVENÇÕES EM TURISMO no V Fórum Social Mundial. Declaração de Porto Alegre, 2005 – Um outro turismo é possível. In: NEUHAUS, Esther.; SILVA, Jefferson Souza da. (orgs.). Um outro turismo é possível! Reflexões sobre desigualdades, resistências e alternativas no desenvolvimento turístico. Fortaleza-CE, 2006. p.73-75.

FONTOURA, A.G.C. Redes de turismo comunitário no Brasil: A experiência da Rede Brasileira de Turismo Solidário e Comunitário (TURISOL). Pará: **FÓRUM GLOBAL SOBRE TURISMO – FSM**, 2009.

GUIMARÃES, L. A cor como informação: a construção biofísica, lingüística e cultural da simbologia das cores. São Paulo: **Annablume**, 2000.

HUEMER, L., BECERRA, M. E LUNNAN, R. "Organizational Identity and Network Identification: Relating Within and Beyond Imaginary Boundaries", **Scandinavian Journal of Management**, Vol. 20, No 1-2, pp. 53-73, 2004.

IRVING, M.A, RODRIGUES, C.G.O, RABINOVICI, A., COSTA, H.A. Turismo, Áreas Protegidas e Inclusão Social. Rio de Janeiro: **Folio**, Cap5, p.161.2015.

KANDINSKY, W. Do espiritual na arte: e na pintura em particular. Tradução Álvaro Cabral. São Paulo: **Martins Fontes**, 1990.

LÓSSIO, R. O Uso da Tecnologia nas tradições Populares. **Revista Continente Multicultural**, Ano IV, n. 38, p. 7, 2004.

MACHADO, J. R.; TIJIBOY, A. V. Redes Sociais Virtuais: um espaço para efetivação da aprendizagem cooperativa. **Novas Tecnologias na Educação**, v. 3, n. 1, 2005.

MARTINHO, C. Redes: uma introdução às dinâmicas da conectividade e da auto-organização. Brasília: **WWF-Brasil**, 2003.

MONTIEL, E. Políticas Culturais para o Desenvolvimento: Uma base de Dados para a Cultura. Brasil: **UNESCO**, Parte IV, Cap.10, p.150-160,2003

NACÕES UNIDAS: Agenda 2030. Disponível em:  
<<https://nacoesunidas.org/pos2015/agenda2030/>> acesso em 10 de outubro de 2017

RIES, A; TROUT, J. Posicionamento: a batalha por sua mente. São Paulo: **Makron Books**, 1996.

RODRIGUES, C.L. Limites do Consenso: Territórios Polissêmicos na Mata Atlântica e Gestão ambiental participativa. Tese – Departamento de Geografia, São Paulo: **FFLCH-USP**, 2001.

SANTOS, A. C. NEVES, P. H.TOSCANO A. L. F. C. O uso das cores na construção de sentido do discurso publicitário. **Revista Eletrônica de Comunicação**, 6<sup>a</sup> Edição, 2008.

TOMAÉL, M. I.; MARTELETO, R. M. Redes sociais: posições dos atores no fluxo da informação 10.5007/1518-2924.2006 v11nesp1p75. **Encontros Bibli: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação**, v. 11, n. 1, p. 75-91, 2007.

TOREZANI, J.N. INTERNET, CULTURA E TURISMO: O Patrimônio Arquitetônico de Ilhéus em Sites Informativos de Turismo. ILHÉUS: **UESC**, p37-38. 2007.

TURISMO, C. de. De Mumbai a Porto Alegre – Quem realmente se beneficia com o turismo. Mumbai: **4º Fórum Social Mundial**, 2004.

TURISOL. Rede Brasileira de Turismo Comunitário e Solidário. Presentation held at the **II International Seminar on Sustainable Tourism**. Fortaleza, 2008.

VIANNA, L. P. De invisíveis a protagonistas: populações tradicionais e unidades de conservação. São Paulo: **Annablume**; FAPsESP, 2008.

WWF-BRASIL. Certificação em Turismo: Lições mundiais e recomendações para o Brasil. SALAZAR, Sergio (Coord.). Brasília: WWFBrasil, 2001. In: MENDONÇA, T. C. M. e IRVING, M. A. Turismo de base comunitária: a participação como prática no desenvolvimento de projetos turístico no Brasil-Prainha Do Canto Verde, Beberibe (CE). **Caderno Virtual de Turismo** 4.4 (2004): 2004.

YU, Z; YAN, H.; CHENG, T. C. Edwin. Benefits of information sharing with supply chain partnerships. **Industrial Management & Data Systems**, v.101, n.3, p.114- 119, 2001

## ANEXOS

### **ANEXO A: Idealizadores da necessidade do fortalecimento do TBC no RJ - A CONFREM**

A CONFREM (Comissão Nacional de Fortalecimento das Reservas Extrativistas e Povos Tradicionais Extrativistas Costeiros e Marinheiros), fundada em 2014, foi criada com um intuito de desenvolver, articular e implementar estratégias visando o reconhecimento e a garantia dos territórios extrativistas tradicionais costeiros e marinhos. Essa busca pelo reconhecimento se dá nas dimensões social, cultural, ambiental e econômica e o objetivo é garantir seus meios de vida e produção sustentáveis (CONFREM, 2017). Com sua fundação, as lideranças das RESEX de todo o Brasil, por meio de encontros e reuniões começaram a criar e fortalecer os vínculos já existentes e a levantarem problemas comuns a todos. Cada estado participante também realiza encontros regionais.

A CONFREM conta com alguns parceiros como ONGs, por exemplo, que quando realizam um trabalho sério são capazes de articular e mediar os interesses além de contribuírem para a resolução de conflitos entre as instituições privadas, públicas e os interesses das comunidades, proporcionando um diálogo anteriormente inexistente ou pouco efetivo, tornando possível, dessa forma, que se chegue a um objetivo comum, representando de fato o papel da sociedade civil.

Segundo RABINOVICI e IRVING (2015), as opiniões sobre o papel das ONGs são muito contraditórias, mas para algumas pessoas o engajamento das ONGs no processo por seu caráter potencialmente educativo poderia ser positivo para a difusão da informação qualificada, para potencializar o empoderamento dos atores locais, favorecendo as articulações com os demais segmentos da sociedade.

O encontro abordado ocorreu em parceria com a ONG Guardiões do Mar que obteve um papel primordial para o desenvolvimento desse processo, além disso, houve uma importante articulação da CONFREM com a gestão do Parque Nacional da Serra dos Órgãos (RJ) que possibilitou a realização do evento e estadia dos participantes no próprio parque. Isso demonstra que a CONFREM apresenta um bom poder de articulação e precisa de colaborações para seguir com seu objeto, já que a mesma funciona como um grupo organizado, mas não apresenta renda para se manter ou para a realização de importantes encontros como o abordado, por exemplo.

## **ANEXO B: Análise do relatório do I Encontro Estadual da CONFREM RJ**

O relatório do qual as lideranças comunitárias levantaram o tema para início deste trabalho foi um resultado do I Encontro Estadual da CONFREM Rio de Janeiro que ocorreu nos dias 09, 10 e 11 de Setembro de 2016 no Parque Nacional da Serra dos Órgãos (RJ). O encontro teve o objetivo de formatar e priorizar as ações de mobilização das demandas socioambientais dos extrativistas costeiros e marinhos do estado do Rio de Janeiro baseando-se em cinco eixos temáticos organizados no Quadro 1. É importante dizer que antes de ocorrer a apresentação dos 5 eixos, houve a apresentação do Caderno de Orientações para o Encontro Estadual para que todos compreendessem a proposta e também os eixos temáticos que pautam as ações da CONFREM no Brasil, ou seja, para que os pontos regionais estivessem correlacionados com os nacionais.

A reunião preparatória para o Encontro aqui relatado ocorreu em Arraial do Cabo em Março de 2016, com a presença de 40 participantes. Os resultados levantados na reunião preparatória (descritos no quadro a seguir) foram sistematizados apresentados para a escolha dos planos de ação prioritários de cada eixo.

Após a apresentação dos Eixos Temáticos foi apresentada a metodologia para o início dos trabalhos. Para cada Eixo Temático, um participante do encontro se voluntariou para sistematizar os trabalhos de cada eixo. Os participantes foram divididos conforme o interesse em cada eixo para selecionar os temas prioritários e elaborar os planos de ação.

As ações de cada eixo temático levantadas na reunião preparatória em Arraial do Cabo foram priorizadas em pequenos grupos pela metodologia de Café Mundial (World Café), onde cada relator registrou até cinco ações prioritárias decididas pelos grupos para cada eixo, para que pudesse ser assim obtido um maior foco para a resolução de questões de maior importância ou mais emergenciais. Posteriormente foram levadas à plenária.

As ações foram refinadas e priorizadas (Quadro 2), em plenária, apresentadas e discutidas por todos os representantes do Estado do RJ e posteriormente os planos de ação específicos para as ações de cada eixo foram trabalhadas em grupo.

Nesse momento de priorização das ações, aparece no eixo 5 o Turismo de Base Comunitária (TBC). Os participantes do encontro entenderam que o TBC entra no eixo 5 como um tema transversal que pode contribuir para solucionar outras três ações colocadas neste mesmo eixo como por exemplo a valorização do conhecimento tradicional dos anciãos e cultura, ações de formações e informações para permanência dos jovens nas comunidades e fortalecimento e empoderamento dos grupos de mulheres.

De fato o TBC com a contribuição dos anciãos para algumas atividades como contação de história, acompanhamento dos turistas às atividades tradicionais que mostram a cultura local faz com que esta se fortaleça, além disso, os anciãos se sentem valorizados por perceberem que ainda têm importante papel no local onde vivem. Unindo a tecnologia a ancestralidade e tradicionalidade o fortalecimento dessas comunidades também passa a ter o apoio dos jovens que podem se sentir atraídos a trabalharem com o TBC, de forma que não precisem ou não necessitem sair de suas comunidades para buscar outras fontes de trabalho, teriam assim mais uma alternativa. O artesanato e a culinária com seu grande peso para esse tipo de turismo fortalecem e empoderam o grupo das mulheres, que é mais uma das ações propostas.

**ANEXO C: Quadro 1: Descrição dos 5 eixos temáticos prioritários da CONFREM-RJ e suas ações**

**Quadro 1:** Descrição dos 5 eixos temáticos prioritários da CONFREM-RJ e suas ações (continua).

<b>EIXO</b>	<b>AÇÕES NECESSÁRIAS</b>
<p>EIXO 1. Território e Mares; Usos públicos; Criação e ampliação de áreas protegidas; Fortalecimento das organizações comunitárias; ordenamentos pesqueiros; Valorização e manutenção das culturas locais; Regularização fundiária.</p>	- Fiscalização da pesca esportiva com transito de embarcações de esportes e recreios em áreas de pesca;
	- Recategorização da REJ (Reserva Ecológica de Juatinga);
	- Assegurar território pesqueiro tradicionais, demarcação e ordenamento (RESEX marinha caiçara/trindade e REJ);
	- Gestão Compartilhada
	- Fortalecimento dos grupos de mulheres;
	- Permanência no território das comunidades tradicionais;
	- Mudança em portaria da pesca;
	- Fiscalização e adequação da pesca esportiva e armadora;
	- Fiscalização, capacitação e informações;
	- Integração e participação do plano de manejo marinho do Parque Costa do Sol;
	- Adequação das legislações pesqueiras do Rio São João, Lagoa de Araruama, saquarema e implantação da estatística pesqueira;
	- Capacitação e formação de lideranças.
	- Direitos dos povos e comunidades tradicionais costeiros e marinhos; Marcos Legais (Legislação).
	- Discutir a sobreposição de UCs de proteção integral com áreas de uso de comunidades tradicionais;
	- Articular juntos as outras entidades estaduais para que a pesca e aquicultura vão para o MDA;
	- Articular a gestão compartilhada com ICMBIO nas UCs (jurídico),
	- Articular o cadastramento (RGP) dos pescadores do RJ;
- Fiscalização, registro, regulamentação da pesca esportiva e limitar para três quilos de peixe;	
- Impacto sócio ambiental causado pelos grandes empreendimentos;	
- Desenvolver o plano de controle participativo pelas comunidades (fiscalização)	

**Quadro 1:** (continuação).

<p>EIXO 2- Direitos dos povos e comunidades tradicionais costeiras e marinhos; Marcos Legais (Legislação).</p>	- Discutir a sobreposição de UCs de proteção integral com áreas de uso de comunidades tradicionais;
	- Articular juntos as outras entidades estaduais para que a pesca e aquicultura;
	- Articular a gestão compartilhada com ICMBIO nas UCs (jurídico),
	- Articular o cadastramento (RGP) dos pescadores do RJ;
	- Fiscalização, registro, regulamentação da pesca esportiva e limitar para três quilos de peixe;
	- Impacto sócio ambiental causado pelos grandes empreendimentos;
	- Desenvolver o plano de controle participativo pelas comunidades (fiscalização)
<p>EIXO 3-Produção e usos sustentáveis; Produção e Organização da Cadeia Produtiva; Sustentabilidade dos recursos pesqueiros.</p>	Continuidade da pesca artesanal, educação diferenciada, fortalecimento da cadeia do pescado;
	- Áreas de fundeio e canal de navegação não regulamentados que geram exclusão de pesca, aumento de prostituição, drogas, DST.
	- Proteção ao ecossistema (água de lastro, raspagem de casco de navios estrangeiros, espécies exóticas como coral sol, siri bidu entre outras);
	- Monitoramento, estatística pesqueira, estudo biológico, qualidade da água,
	- Fortalecer a cadeia produtiva (rastreadabilidade do pescado, intercâmbio de pescado para agregação de valor entre regiões, plataforma de comercialização de produtos artesanais, feiras intermunicipais).
	- Criação de laboratório para produção de semente de molusco para atender os pequenos produtores (subsidiado);
	- Incentivo ao turismo de base comunitária;
- Monitoramento participativo;	

**Quadro 1:** (continuação).

<p>EIXO 4- Políticas Públicas; Educação diferenciada; Soberania Alimentar; Saúde; Habitação; Saneamento e água; Luz para todos.</p>	- Subsídios para pesca artesanal (Governo e outras Instituições);
	- Luz para comunidades em áreas protegidas (RDS do Aventureiro; Parque Nacional da Serra da Bocaina);
	- Acesso às políticas, informações e capacitações (mutirões);
	- Direito aos recursos públicos;
	- Saúde preventiva nas comunidades tradicionais (Projeto Sentinelas do Sorriso);
	- Saneamento básico;
	- Reflorestamento da mata ciliar e manejo das comportas do norte Noroeste Fluminense;
	- Pesquisa nas comunidades tradicionais visando o levantamento socioeconômico e ambiental;
<p>EIXO 5- Juventude e Idosos; Temas Transversais; Gênero; Mudanças climáticas.</p>	- Mapeamento comunitário das áreas dos berçários e das áreas de restinga;
	- Proteção dos manguezais da bacia do Rio Paraíba do Sul
	- Igualdade de gênero nas organizações das comunidades;
	- Fortalecimento e empoderamento dos grupos de mulheres;
	- Capacitação de gestão ambiental;
	- Trabalhar planos Emergencial, seca e enchentes;
	- Ações socioambientais frente aos impactos da seca e inundações;
- Participação dos idosos na formação dos jovens no intercâmbio de conhecimentos;	
- Ações de formações e informações para a permanência dos jovens nas comunidades.	

**Fonte:** Relatório CONFREM-RJ 2016

**ANEXO D: Quadro 2: 5 eixos temáticos CONFREM-RJ e suas ações prioritárias**

**Quadro 2: 5 eixos temáticos CONFREM-RJ e suas ações prioritárias (continua).**

<b>EIXOS</b>	<b>AÇÕES PRIORITÁRIAS</b>
<p>EIXO 1. Território e Mares; Usos públicos; Criação e ampliação de áreas protegidas; Fortalecimento das organizações comunitárias; ordenamentos pesqueiros; Valorização e manutenção das culturas locais; Regularização fundiária.</p>	<p>1) Reconhecer, autoreconhecer e assegurar de modo permanente territórios pesqueiros tradicionais com a gestão compartilhada para demarcação e ordenamento pesqueiro – Locais prioritários: Resex no território de Caiçara (Trindade, Praia do Sono e Ponta Negra); Resex na Baía de Sepetiba, e Conselho do Parque Costa do Sol).</p>
	<p>2) Capacitação e Formação de lideranças com intercâmbio e disseminação de informações</p>
	<p>3) Adequar a legislação pesqueira com alterações em porta de pesca. Prioridades Rio São João, Saquarema, Araruama Baía de Sepetiba e Itaipu.</p>
<p>EIXO 2- Direitos dos povos e comunidades tradicionais costeiras e marinhas; Marcos Legais (Legislação).</p>	<p>1) Discutir a sobreposição de UCs de proteção integral com áreas de uso das comunidades tradicionais – 2) Aprofundamento da questão dos termos de compromisso.</p>
	<p>2) Articulação para cadastramento do RGP e identificar acesso a benefícios do RGP</p>
	<p>3) Discussão da articulação da gestão compartilhada dentro das Resex's Estaduais</p>
	<p>4) Impacto Socioambiental causado pelos grandes empreendimentos</p>
	<p>5) Desenvolvimento de um plano de controle participativo pelas comunidades (fiscalização)</p>
<p>EIXO 3-Produção e usos sustentáveis; Produção e Organização da Cadeia Produtiva; Sustentabilidade dos recursos pesqueiros.</p>	<p>1) Fortalecimento da cadeia produtiva da pesca artesanal (Plataforma virtual de venda dos produtos artesanais).</p>
	<p>2) Área de Fundeio e canal de navegação, gerando exclusão de pesca e outros efeitos negativos</p>
	<p>3) Monitoramento e estatística da produção de forma participativa (biológico, qualidade da água, e outros).</p>
	<p>4) Proteção dos Ecossistemas</p>

**Quadro 2:** (continuação).

EIXO 4- Políticas Públicas; Educação diferenciada; Soberania Alimentar; Saúde; Habitação; Saneamento e água; Luz para todos.	1) Diagnóstico – pesquisa nas comunidades tradicionais de cunho socioeconômico, ambiental de serviços básicos, com mapeamento comunitário das áreas de berçário e restinga.
	2) Acesso a políticas, informações e capacitações (editais e mutirões) além de subsídios das instituições públicas.
	3) Reflorestamento das matas ciliares e manejo das comportas do norte e noroeste fluminense e Proteção dos manguezais da Bacia do Paraíba do Sul
	4) Educação Diferenciada
EIXO 5- Juventude e Idosos; Temas Transversais; Gênero; Mudanças climáticas.	1) Valorização do conhecimento tradicional dos anciãos e cultura
	2) Ações de formações e informações para permanência dos jovens nas comunidades
	3) Fortalecimento e empoderamento dos grupos de mulheres
	4) Mudanças Climáticas – Plano emergencial de secas e enchentes
	5) Turismo de Base Comunitária

**Fonte:** Relatório CONFREM-RJ 2016

## ANEXO E: Percepção da necessidade do aumento de comunicação

Depois desses dois encontros analisei de que maneira eu poderia de fato contribuir com aquelas pessoas. Alguns já se encontram organizados para o turismo, só que de maneira isolada, mas já trabalham na atividade. O problema é que os visitantes ou turistas não conhecem a proposta do turismo que essas comunidades oferecem e acabam utilizando seus serviços de forma aleatória, ou tomando conhecimento por canais muito limitados, além disso, as próprias lideranças comunitárias de diferentes localidades não sabem o que cada um faz, e não têm o costume de trocarem experiências.

Tendo sido levantada essa questão, olhando a situação num contexto externo às realidades dos mesmos percebi uma falha. De que adiantaria a criação de um roteiro integrado se essas pessoas não estivessem com seus objetivos alinhados, sem apresentarem uma comunicação dinâmica?

Se a intenção é fortalecer o TBC no Rio de Janeiro, não adiantaria simplesmente criar um roteiro gastando uma enorme energia para que posteriormente ficasse engavetado em algum lugar, por exemplo. Outro questionamento que me surgiu foi: de que adiantaria o roteiro pronto sem que essas informações estivessem disponíveis para o público-alvo? A comunicação com o futuro cliente também precisa existir, sendo clara e eficiente para que ele possa conhecer o que é feito, qual é a proposta e escolher seus destinos.

O TBC é um tipo de turismo diferenciado, para um público específico, que gosta de estar em contato com a natureza, usufruindo locais preservados, e principalmente que tenha o desejo de conhecer outras culturas estando passível de realizar uma troca de experiências. O turista leva sua cultura sem impô-la, conhece e respeita à da comunidade local e contribui para o fortalecimento da mesma. Esses são os principais atrativos para a modalidade turística que este trabalho objetiva contribuir.

O turista em questão não tem como objetivo se hospedar em um local luxuoso com um conforto muito maior do que encontra em sua própria casa, com um diálogo deficiente com os prestadores de serviço. Pelo contrário, este turista deseja sim se hospedar em um local com algum conforto, mas não quer ser colocado em uma realidade distante do que as pessoas do local se encontram, já que para conhecer é necessário estar perto. Retirar as barreiras que limitam o diálogo e a troca de experiências é necessário.

O turista de hoje, está muito mais independente do que há pouco tempo atrás, onde para viajar era totalmente essencial que um funcionário de uma agência de turismo o ajudasse com todo o roteiro.

Nos dias atuais, com a evolução da tecnologia e com diversas ofertas sendo expostas a todo o momento pela internet, em sites e aplicativos, muitos turistas preferem criar seu roteiro por conta própria, e ir em busca de algo que vá de acordo com suas ideais, só precisando das ferramentas adequadas para isso.

Baseada nessas condições pude perceber que o que essas lideranças precisavam de fato, não era apenas a criação de um roteiro integrado e sim que de alguma maneira este estivesse disponível para o público-alvo, preferencialmente de uma forma interativa, de maneira que despertasse o interesse desse público em conhecer e roteiro e realizá-lo.

Além disso, também precisariam estar em contato constantemente, trocando informações e experiências entre as comunidades para que trabalhassem em sintonia, o que ajuda o grupo a estar coeso e unido por um objetivo em comum.

## **ANEXO F: A escolha do tema TBC para o desenvolvimento do trabalho**

Por já vir trabalhando com pescadores há alguns anos, além de ter contribuído para a preparação dos mesmos para o desenvolvimento do turismo sustentável na região de fundo da Baía de Guanabara me identifiquei de forma especial com o tema enxergando assim maior possibilidade de contribuir para o desenvolvimento do grupo neste sentido. Além disso, perceber que o TBC é uma importante demanda e que é tido como tema transversal que pode colaborar direta e indiretamente para tantas outras ações me fez olhar para essa questão de forma a já pensar numa possível.

Como se trata de um trabalho voltado a colaborar com o desenvolvimento dessas comunidades e melhoria de seus processos é de total importância que os próprios apontem suas demandas. Este é um processo interno, de fora para dentro, e não o contrário, onde quem está de fora impõe algo que julgue ser primordial para os mesmos.

A necessidade do fortalecimento do TBC no RJ foi percebida de forma conjunta entre os participantes do encontro, ou seja, foi diagnosticada pelo próprio grupo a necessidade do fortalecimento da integração dessas comunidades para o do Turismo de Base Comunitária.

Segundo IRVING (2015, p64), “Embora os atores externos possam ser indutores do turismo, se a iniciativa proposta não tiver motivação endógena e/ou expressar desejo dos grupos sociais locais, ela certamente não atenderá às demandas de desenvolvimento local nem contribuirá para o protagonismo social, condição essencial para esse tipo de turismo em áreas protegidas”. Neste encontro ficou claro que o fortalecimento do TBC é interesse das próprias comunidades, as quais o definiram como uma área prioritária.

Para RODRIGUES (2001), quanto mais cedo os grupos sociais estiverem inseridos no processo de planejamento turístico, maiores serão as chances de um processo participativo qualificado. O que faz todo o sentido, já que as comunidades precisam se sentir peças-chave do processo e o compreenderem desde o início, nesse caso, o próprio grupo deu início a todo o processo.

Mesmo essa demanda tendo sido criada no seio da CONFREM, também foi expandida para as outras comunidades residentes de outros tipos de Unidades de Conservação, já que apesar de só as RESEXs funcionarem como membros fundadores e participantes da CONFREM, muitos Povos e Comunidades Tradicionais estão inseridos em outros tipos de unidades de conservação, como APAs, por exemplo, o que não impede que se tornem parceiros e contribuam com a luta pelas causas em comum.

Neste encontro foi definido que para a realização da ação tema deste trabalho, deveria ser feito um roteiro integrado intermunicipal para valorização das comunidades e, além disso, o aumento da comunicação nas bases.

Considereei essencial o aumento da comunicação entre o grupo, já que muitos moram em pontos distanciados uns dos outros no estado do Rio e que para que a ação tivesse um bom prosseguimento a comunicação seria a chave de tudo isso, posteriormente a construção de um roteiro intermunicipal interativo, onde os potenciais turistas seriam atraídos para realizá-lo. Para isso foi proposta a criação de uma ferramenta, um site, que contemplaria essas necessidades, além de atrair a atenção dos turistas e dos jovens da comunidade.