

### Eixo Temático: Planejamento e Políticas

**Turismo e Informações Geográficas Voluntárias (VGI):** uma proposta para a realização do Inventário turístico do município de Aracaju

**Tourism and Voluntary Geographic Information (VGI):** a proposal for the realization of the Tourism Inventory of the municipality of Aracaju

Ana Paula Figueredo<sup>1</sup>

Cristiane Alcântara de Jesus Santos<sup>2</sup>

#### RESUMO

A atividade turística cresce em todo o mundo e tem contribuído para o desenvolvimento de inúmeras localidades. Desta forma, torna-se necessário um planejamento e gestão eficiente das ações voltadas ao turismo, tendo como instrumento-base o inventário turístico. No caso de Sergipe, estado localizado na região Nordeste do Brasil, muitos municípios não possuem este importante instrumento de planejamento turístico. Com isso, esta pesquisa teve como objetivo elaborar o inventário Geógrafa. Doctora en Geografía, Planificación territorial y Gestión ambiental. Profesora asociada del curso de Turismo, Universidad Federal de Sergipe. Investigadora del Grupo de Investigación Gestión del Turismo y Hostelería (CNPQ/UFS). turístico da cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe, a partir das Informações Geográficas Voluntárias (VGI) geradas pelo turista. Para tal, utilizou-se da pesquisa exploratória e descritiva, de natureza quali-quantitativa, sendo a coleta e análise de dados realizada através do levantamento das VGI geradas pelos turistas nas plataformas do *Google Maps* e do *TripAdvisor*, bem como por meio das informações disponibilizadas pelo órgão oficial de turismo do município de Aracaju no site oficial da prefeitura municipal, tendo como marco temporal os anos de 2022 e 2023. Conclui-se que as informações geradas voluntariamente pelos turistas são mais abrangentes e completas do que as fornecidas pela gestão pública no site municipal de turismo de Aracaju. Assim sendo, o uso das VGI configura-se como alternativa rápida, prática e econômica para levantamento de informações turísticas, possibilitando a construção de um inventário turístico para o destino Aracaju, além de contribuir na identificação das preferências e opiniões em relação a atratividade do destino.

**Palavras-Chave:** inventário turístico; informações geográficas voluntárias – VGI; planejamento do turismo; gestão do turismo; Aracaju.

#### ABSTRACT

---

<sup>1</sup> Discente do curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Sergipe. Bolsista do Programa da Iniciação Científica CNPQ/COPES/UFS. E-mail: anapaulinha.com@academico.ufs.br.

<sup>2</sup> Geógrafa. Doutora em *Geografía, Planificación territorial y Gestión ambiental*. Professora Associada do curso de Turismo, Universidade Federal de Sergipe. Investigadora do Grupo de Pesquisa Gestão do Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS). E-mail: cristiane.ntu@academico.ufs.br.

Tourism activity is growing all over the world and has contributed to the development of numerous locations. Therefore, it is necessary to efficiently plan and manage actions aimed at tourism, having the tourist inventory as a base instrument. In the case of Sergipe, a state located in the Northeast region of Brazil, many municipalities do not have this important tourism planning instrument. Thus, this research aimed to elaborate the tourist inventory of the city of Aracaju, capital of the state of Sergipe, from the voluntary geographic information (VGI) generated by the tourist. To this end, exploratory and descriptive research, of a qualitative and quantitative nature, was used, with data collection and analysis carried out through the survey of VGI generated by tourists on the Google Maps and TripAdvisor platforms, as well as through the information made available by the official tourism body of the municipality of Aracaju on the official website of the city hall, with the years 2022 and 2023 as a time frame. It is concluded that the information voluntarily generated by tourists is more comprehensive and complete than that provided by the public management on the municipal tourism website of Aracaju. Therefore, the use of VGI is a fast, practical and economical alternative for collecting tourist information, enabling the construction of a tourist inventory for the destination Aracaju, in addition to contributing to the identification of preferences and opinions in relation to the attractiveness of the destination.

**Keywords:** tourist inventory; voluntary geographic information – VGI; tourism planning; tourism management; Aracaju.

## 1 INTRODUÇÃO

A internet é uma importante ferramenta para o desenvolvimento global, por permitir, de forma rápida e prática, a disseminação de diversos conteúdos e informações independentemente da sua localização geográfica. Neste sentido, observa-se que no turismo há uma gama de possibilidades proporcionadas a partir do uso da internet, como por exemplo, a facilidade na divulgação de atrativos, serviços e eventos; a aquisição dos serviços e produtos turísticos; a agilidade nas respostas a questionamentos e possíveis reclamações; na publicação e compartilhamento de avaliações, fotos e opiniões após o usufruto de uma experiência, no monitoramento e avaliação dos recursos turísticos, garantindo que problemas sejam identificados e solucionados de forma mais ágil, dentre outras questões.

Assim, conforme apontam Santos, Campos e Barbosa (2020, p. 6),

quanto mais as pessoas estão conectadas aos aplicativos de redes sociais, aumenta a utilidade básica e funcional da internet, uma vez que estes propõem interações instantâneas e acesso imediato às informações de maneira facilitada, fazendo com que os consumidores se tornem cada vez mais independentes e passem também, a produzir informações sobre os

destinos, muitas vezes diferentes daquelas ilustradas nos posts empresariais.

Considerando um destino turístico, em que o planejamento e a gestão são essenciais para o desenvolvimento turístico, a utilização de novas ferramentas tecnológicas agrega conhecimento e facilidade na obtenção e compilação de dados, assim como no processo de tomada de decisão. Assim, a utilização das Informações Geográficas Voluntárias (VGI) produzidas por turistas, visitantes e, até mesmo, por residentes, em plataformas colaborativas como o *TripAdvisor* e *Google Maps*, podem contribuir no processo informativo e decisório de planejamento e gestão turística.

Destarte, estas publicações podem fornecer ao gestor informações que auxiliam na identificação do perfil do consumidor, suas preferências, os atrativos turísticos que estão sendo visitados e serviços mais utilizados, a sazonalidade das visitas, além de quantificar e qualificar as experiências positivas e negativas em um destino. A análise dessas informações permitirá o desenvolvimento de estratégias e ações que possam atrair novos públicos, criar produtos e melhorar os já existentes. Com isso, percebe-se a importância dessas informações, pois elas poderão ser utilizadas “tanto por gestores/planejadores para apoiar políticas, projetos e ações, quanto por usuários finais da atividade turística objetivando conhecer melhor o destino e aproveitarem ao máximo de sua visita” (Santos; Campos; Rodrigues, 2017, p. 8).

Desta forma, o presente estudo escolheu como foco desta pesquisa, a cidade de Aracaju, capital do estado de Sergipe, localizada na região nordeste do Brasil. Aracaju concentra os principais atrativos e serviços turísticos do estado, incluindo o único aeroporto do estado. Porém, assim como outros municípios sergipanos, Aracaju não possui um inventário turístico, que de acordo com o Ministério de Turismo trata-se de um instrumento fundamental para levantar dados confiáveis acerca do turismo de uma localidade, a fim de planejar e gerenciar adequadamente o processo de desenvolvimento turístico (Brasil, 2011).

Diante dessa problemática, este artigo tem como objetivo apresentar novas alternativas tecnológicas, a fim de subsidiar o levantamento de informações turísticas, que auxiliarão o planejamento e gestão do turismo da cidade de Aracaju. Metodologicamente, utilizou-se da pesquisa exploratória e descritiva, de natureza quali-quantitativa, em que foi

realizado o levantamento bibliográfico, além da coleta e análise de dados através do levantamento das VGI geradas pelos turistas nas plataformas *Google Maps* e *TripAdvisor*, bem como por meio das informações disponibilizadas pelo órgão oficial de turismo do município de Aracaju no site oficial da prefeitura municipal, tendo como marco temporal os anos de 2022 e 2023.

Assim sendo, este artigo está estruturado em cinco seções, incluindo esta Introdução. A seguir, na segunda, é apresentado o referencial teórico, no qual discorre-se acerca do uso das tecnologias nos processos de planejamento e gestão do turismo. A terceira seção apresenta o caminho metodológico para realização da pesquisa. A seção seguinte intitulada “Resultados e Discussão” apresenta as VGI de Aracaju como ferramenta de planejamento e gestão. Na última seção apresentam-se as considerações finais.

## 2 O USO DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO TURISMO

A criação da internet foi um marco importantíssimo na evolução tecnológica, fazendo com que as pessoas de todo o mundo pudessem interagir e trocar experiências sobre os mais diversos fatores da sua vida, independentemente da localização geográfica. No caso do turismo, a internet tem influenciado desde o processo de pré-compra até o de pós-compra, uma vez que o turista pode buscar experiências que tenham aderência com o seu perfil, assim como as informações sobre os destinos turísticos. De fato, conforme apontam Fang *et al.* (2016) e Camilleri (2017), na atualidade, é difícil encontrar algum viajante que não tenha recorrido à internet em algum momento de sua viagem (antes, durante e/ou depois), tendo em vista que é possível realizar todo o processo de compra, obtenção de informação e localização e, posterior a viagem, emitir suas avaliações e comentários.

Assim sendo, seja por meio de computadores, *tablets* ou celulares, é possível acessar informações a qualquer momento e em qualquer lugar. Esses equipamentos auxiliam nas diversas atividades do dia a dia, por meio de aplicativos. Longley *et al.* (2013, p. 11-12) afirmam que estes equipamentos “nos ajudam a gerenciar o que conhecemos tornando simples a tarefa de organizar e armazenar, acessar e recuperar, manusear e sintetizar, além de aplicar o conhecimento na resolução de problemas”.

Desta maneira, o acesso facilitado a preços, promoções, reservas de passagens, hotéis, restaurantes, parques, horários de funcionamento de equipamentos e/ou atrativos, clima, localização, imagens dos atrativos e opiniões de outros usuários em relação a determinado destino ou atrativo turístico vem favorecendo a autonomia e o poder de escolha do viajante, o que faz com que se tornem mais exigentes. De acordo com Xavier (2018) não se deve ignorar a importância das novas tecnologias de informação para o setor do turismo, uma vez que estas vêm se tornando a forma mais prática e rápida de se obter informações e realizar o planejamento de uma viagem. Desta forma, o uso da internet possibilita também a obtenção de informações necessárias ao planejamento da viagem através do Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) ou Informações Geográficas Voluntárias (VGI) como os comentários de destinos de viagem na internet (Silva; Mendes Filho, 2013; Santos; Santos, 2021; Santos; Santos; Campos, 2022).

Importante destacar que as informações produzidas e compartilhadas na internet, também chamadas de informações geográficas voluntárias (VGI), podem servir de referência para outras pessoas, sejam residentes, viajantes, gestores, fornecedores, além de instituições e organizações, podendo assim favorecer o crescimento e o desenvolvimento de um destino turístico. Nesse sentido, Santos, Santos e Campos (2022, p. 137) afirmam que as VGI

estão carregadas de valores que não podem ficar alheios e precisam ser aproveitados pelos planejadores e gestores do turismo com o auxílio de ferramentas eficientes e adequadas para realizar o inventário da oferta, sua posterior hierarquização e/ ou definição de produtos prioritários.

Com as informações e o armazenamento de dados da internet, o poder público, por exemplo, pode realizar ações de planejamento, gestão, divulgação, monitoramento e avaliação dos principais atrativos turísticos da sua localidade, bem como permite a realização de diversas outras formas de pesquisas baseadas nesses dados, o que facilitará o processo de tomada de decisão.

A popularização dos dispositivos móveis de comunicação e a melhoria da qualidade do sinal da *internet* contribuem fortemente para que os diversos tipos de informações sejam compartilhados e disponibilizados de maneira espontânea, além de registrar a localização geográfica. É o que acontece com os sites voltados a fornecer informações turísticas e oferta

de serviços e alguns deles com avaliações georreferenciadas como o *Google Maps* e o *TripAdvisor*, onde o usuário tem a opção de georreferenciar, expor sua opinião e descrever fatos relacionados a um destino, atrativos ou a um serviço do qual usufruiu.

## 2.1 Planejamento, Gestão e Inventariação Turística

O processo de planejamento do turismo é de suma importância para desenvolver as potencialidades turísticas de uma localidade, pensando na melhoria do presente e traçando metas para o futuro (Beni, 1998; Petrocchi, 2009; Binfare *et al.*, 2016). Para isso, é preciso que as informações fornecidas sejam confiáveis e fidedignas com a realidade atual. Desta maneira, a realização do inventário turístico de um município, instrumento-base de informação que identifica e qualifica atrativos, equipamentos e serviços (Brasil, 2006), deveria ser um documento obrigatório disponibilizado por todos os órgãos responsáveis pela gestão do turismo de uma localidade.

De acordo com Moraes, Fogaça e Soares (2020), a ausência de um inventário turístico pode provocar algumas problemáticas, dentre elas:

- a) o desconhecimento da real situação turística do estado (atrativos, infraestrutura, equipamentos, serviços, etc.);
- b) a indisponibilidade de informações atualizadas e sistematizadas sobre a produção e consumo do produto turístico em uma localidade;
- c) a ineficiência na geração de produtos turísticos atualizados, sustentáveis e competitivos para o mercado consumidor;
- d) a inexistência de dados confiáveis para definição de ações direcionadas ao processo de planejamento;
- e) a dificuldade em realizar intervenções e o ordenamento do território;
- f) o uso ineficaz e dispendioso de recursos humanos, financeiros e técnicos, entre outros.

Assim sendo, o processo de inventariação torna possível a viabilização de investimentos em políticas públicas eficazes para o desenvolvimento do destino e a realização de ações de incentivo à visitação. Para isso, é preciso também a atualização constante sobre os elementos que compõem a oferta turística local possibilitando dados verídicos e gerando uma maior competitividade entre destinos.

### 3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Para o desenvolvimento desta investigação foi utilizado como metodologia a pesquisa exploratória e descritiva, de natureza quali-quantitativa, uma vez que visa investigar e descrever um determinado fenômeno e as características de uma determinada população, além de aumentar a familiaridade sobre um problema de modo a torná-lo mais explícito (Gil, 2008).

A coleta de dados se deu através do levantamento das informações geográficas voluntárias geradas pelos turistas nas plataformas voluntárias e/ou participativas do *Google Maps* e do *TripAdvisor*, bem como por meio das informações disponibilizadas pelo órgão oficial de turismo do município de Aracaju no site oficial da prefeitura municipal, de forma manual a partir de uma captura ativa voluntária e consciente de mensagens de texto, avaliações e *checks-in* em lugares de interesse turístico (Chatfield; Brajawidagda, 2014), nas quais as informações geográficas voluntárias têm se tornado mais acessíveis.

Como recorte temporal, utilizou-se os anos de 2022 e 2023, período de retomada do turismo após a crise de saúde mundial, provocada pelo vírus do SARS-CoV-2, que gerou a morte de inúmeras pessoas pelo mundo e que exigiu, como uma das medidas de prevenção para evitar o contágio, o isolamento social, desencadeando assim uma crise econômica mundial em todos os setores, principalmente no turismo (Benjamin; Dillette; Alderman, 2020; Santos; Campos; Rodrigues, 2021; Pinho *et al.*, 2023).

Assim sendo, a coleta dos dados para realização do inventário turístico da cidade de Aracaju foi realizada a partir das variáveis estabelecidas no material intitulado Inventário da Oferta Turística (Brasil, 2011). Desta forma, foram consideradas as seguintes variáveis: infraestrutura de apoio ao turista; patrimônio material; atrativos naturais; serviços e equipamentos de hospedagem; serviços e equipamentos de alimentação e bebidas; serviços e equipamentos de agências de turismo; serviço e equipamentos de lazer; e, eventos programados. A partir deste levantamento e análise dos dados, foi possível realizar uma proposta de inventário turístico para a cidade de Aracaju.

## 4 RESULTADOS E DISCUSSÃO

### 4.1 As VGI de Aracaju como ferramenta de planejamento e gestão

A análise dos dados foi iniciada a partir da coleta das informações geográficas voluntárias da cidade de Aracaju obtidas nas plataformas *TripAdvisor* e *Google Maps*, onde turistas e visitantes podem, de maneira espontânea, contribuir com opiniões e informações pessoais sobre o destino, tipo de viagem, visitação aos atrativos, os meios de hospedagem e demais serviços turísticos. Além disso, foram levantadas as informações disponibilizadas pela Secretaria Municipal de Turismo de Aracaju no *site* oficial da Prefeitura.

Conforme orienta o Ministério do Turismo, o inventário é um instrumento de pesquisa que viabiliza o levantamento, identificação e registro dos atrativos turísticos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infraestrutura de apoio ao turismo, importantes para o planejamento e gestão da atividade turística de uma localidade (Brasil, 2006). Para tal, há a classificação por categorias em A, B e C, sendo a Categoria A correspondente a infraestrutura de apoio ao turismo; a Categoria B abrange os serviços e equipamentos turísticos e a Categoria C, os atrativos turísticos (Quadro 1).

**Quadro 1** - Categorias e variáveis de um inventário turístico

CATEGORIAS	VARIÁVEIS
CATEGORIA A	A1 – Informações Gerais do Município
	A2 – Meios de Acesso ao Município
	A3 – Sistema de Comunicação
	A4 – Sistema de Segurança
	A5 – Sistema de Saúde
	A6 – Sistema Educacional
	A7 – Outros Serviços e Equipamentos de Apoio
CATEGORIA B	B1 – Serviços e Equipamentos de Hospedagem
	B2 – Serviços e Equipamentos de Alimentos e Bebidas
	B3 – Serviços e Equipamentos de Agências de Turismo
	B4 – Serviços e Equipamentos de Transporte Turístico
	B5 – Serviços e Equipamentos para Eventos
	B6 – Serviços e Equipamentos de Lazer
	B7 – Serviços de Guiamento e Condução Turística
CATEGORIA C	C1 – Atrativos Naturais
	C2 – Atrativos Culturais
	C3 – Atividades Econômicas

C4 – Eventos Programados
--------------------------

Fonte: Adaptado de Brasil, 2006.

Vale destacar que para este estudo, foram utilizados instrumentos de pesquisa adaptados a coleta de informações de forma *on-line* – VGI – e não por meio dos formulários propostos pelo ministério. Campos, Santos e Moreira (2022) apontam que em alguns países, a exemplo do Brasil, a metodologia adotada pelo Ministério do Turismo é complexa e baseada em formulários extensos e que, a partir do uso das VGI este processo de captura de informações torna-se mais ágil e simplificado.

Desta forma, no que diz respeito aos serviços e equipamentos de meios de hospedagem, foi possível verificar que na página Descubra Aracaju, do site oficial da Secretaria Municipal de Turismo da capital, apesar da descrição que em Aracaju existem “mais de 22 mil leitos distribuídos em cerca de 300 estabelecimentos”<sup>3</sup>, foram obtidos, por meio deste mesmo *site*, o quantitativo de apenas 21 meios de hospedagem, restringindo bastante a possibilidade de escolha pelo visitante. Outro fato significativo verificado foi o de que no relatório de atividades turísticas do município Aracaju, divulgado no site do Ministério do Turismo, a capital conta com 87 meios de hospedagem totalizando 9.883 leitos<sup>4</sup>. Importante destacar que dos 21 estabelecimentos de hospedagem descritos no *site* da secretaria de turismo municipal, 04 não foram encontrados no Cadastro de Empresas e Serviços Turísticos (CADASTUR). Importante mencionar que o CADASTUR é o sistema de cadastro de pessoas físicas e jurídicas que atuam no setor de turismo<sup>5</sup> executado pelo Ministério do Turismo, em parceria com os órgãos oficiais de turismo de todo o Brasil. Este sistema tem como objetivo promover o ordenamento, a formalização e a legalização dos prestadores de serviços turísticos no Brasil, por meio do cadastro gratuito de empresas e profissionais do setor, além de permitir ao turista, a utilização desses dados como importante forma de consulta ao planejar sua viagem. Este cadastro é obrigatório para meios de hospedagem, acampamentos turísticos, agências de turismo, transportadoras turísticas, organizadoras de eventos, parques temáticos e guias de turismo em atividade. Para os demais prestadores de serviços turísticos, este cadastro torna-se opcional (Brasil,

<sup>3</sup> Informação disponível em: <https://descubraaracaju.com.br/onde-se-aconchegar/>. Acesso em: 15 out. 2023.

<sup>4</sup> Para maiores informações, consultar: <https://www.mapa.turismo.gov.br/mapa/init.html#/home>.

<sup>5</sup> Para maiores informações, consultar: <https://cadastur.turismo.gov.br/hotsite/#!/public/capa/entrar>.

2023). Portanto, torna-se imprescindível para um órgão responsável pelo turismo, relacionar empresas que atendam as especificidades exigidas por Lei.

Importante destacar que apenas 50 estabelecimentos de meios de hospedagem da cidade de Aracaju estão cadastrados no CADASTUR, confirmando que a Lei 11.771 de 17 de setembro de 2008, que estabelece regras para cadastramento, classificação e fiscalização dos prestadores de serviços turísticos, não está sendo cumprida por todos os que operam no setor.

Diferentemente do quantitativo encontrado no *site* da prefeitura municipal, o quantitativo na plataforma do *Google Maps* foi de 82 meios de hospedagem e no *TripAdvisor* foram relacionados 70 meios de hospedagem entre hotéis e pousadas, sendo excluídos da pesquisa os descritos como hospedagem familiar e por temporada. Sendo assim, a gestão municipal de turismo poderia incluir, em sua plataforma, mais opções deste serviço, aumentando as possibilidades de escolha pelo turista, conforme seu perfil e necessidade para determinado tipo de viagem. Fato importante é o de que em Aracaju alguns estabelecimentos identificados como pousada são estabelecimentos de encontro íntimo, podendo com isso causar alguns transtornos a turistas e visitantes que desconhecem essa prática na cidade.

Quanto aos serviços e equipamentos de alimentos e bebidas, o *TripAdvisor* dispõe em sua página 51 estabelecimentos enquanto o *Google Maps* dispõe de mais de 90 entre restaurantes, cafeterias, bares de praia, *pubs* e pizzarias. Já no *site* da Prefeitura Municipal de Aracaju, há a descrição de 69 estabelecimentos, porém foi identificado que 05 destes estabelecimentos estão permanentemente fechados, 01 temporariamente fechado devido à reforma e 01 não pertence ao município de Aracaju e sim ao município vizinho da Barra dos Coqueiros<sup>6</sup>. Com isso, percebe-se que os dados no *site* oficial de turismo municipal não estão sendo atualizados há pelo menos 01 ano, já que 01 dos estabelecimentos (Restaurante Paisano) está oficialmente fechado desde 04 de outubro de 2022. Porém, percebe-se uma diversificação da oferta neste setor, possibilitando assim agradar a diversos gostos e públicos.

---

<sup>6</sup> Informação disponível em: <https://descubraaracaju.com.br/onde-se-deliciar/> Acesso em 15 out. 2023.

Em relação ao quantitativo de atrativos, serviços e equipamentos turísticos disponibilizados no *site* do município de Aracaju, são descritos apenas 18 e todos eles sem identificação sobre a localização (endereço), horários e dias de funcionamento, dificultando a tarefa de organização e planejamento do viajante, podendo até, em alguns casos, causar frustração por não conseguir acesso ao atrativo no dia planejado (Tabela 1).

**Tabela 1 - Aracaju- Informações Turísticas, 2024**

	SETUR	TRIPADVISOR	GOOGLE MAPS
Meios de Hospedagem	21	70	82
Equipamentos de Alimentos e Bebidas	69	51	+de 90
Infraestrutura de Apoio ao Turismo	00	18	12
Patrimônio Histórico-Cultural	06	26	22
Atrativos Naturais	03	10	13
Serviços e Equipamentos de Lazer	09	10	19
Serviços e Equipamentos de Agências de Turismo	-	07	06

Fonte: Elaborada pelas autoras, 2024.

Diferentemente do encontrado no *site* da prefeitura, na plataforma *TripAdvisor* foi possível identificar 46 atrativos e equipamentos turísticos e no *Google Maps* 54. Com isso, foi possível verificar que a cidade de Aracaju apresenta uma diversidade de atrativos naturais, histórico-cultural e de lazer que precisam ser mais bem aproveitados pela gestão pública, ampliando a oferta e atraindo assim um quantitativo maior de visitantes.

Vale ressaltar que o estudo sobre a oferta turística de um destino é de fundamental importância, pois possibilita o conhecimento sobre diversos outros atrativos, pouco utilizados pela maioria do público visitante, mas que podem ser valorizados e disponibilizados em roteiros turísticos diferenciados, aumentando assim a diversificação da oferta e o melhor aproveitamento dos recursos disponíveis. Chimenti e Tavares (2020, p. 16) afirmam que

O roteiro é um importante produto cuja composição inclui a visitação planejada a um ou mais atrativos [...] o que permite, além de uma boa leitura da realidade existente, o fomento da economia da região, bem como sua divulgação e a exploração ordenada e sustentável do espaço e da cultura local.

Desta forma, a utilização das VGI como ferramenta metodológica, faz com que a obtenção de informações seja realizada de forma rápida, prática e econômica pelos membros da gestão de turismo de um município ou mesmo por turistas e visitantes, podendo facilitar a formulação de estratégias voltadas para a melhoria dos serviços ofertados, monitoramento das preferências de consumo, bem como favorecer e contribuir na escolha de um destino para visitação.

Destaca-se que o uso das VGI como instrumento de monitoramento dos espaços turísticos possibilita também avaliar as percepções e experiências positivas dos usuários, que

exaltam as qualidades dos serviços e equipamentos turísticos e, com isso, podem influenciar e motivar na decisão de viajar de outros usuários da rede. Essas opiniões compartilhadas nas redes sociais, se utilizadas por uma equipe de *marketing* capacitada e com olhar voltado para essa nova forma de expressão, podem promover estratégias capazes de envolver o consumidor e despertar desejos favorecendo o aumento na demanda de visitação.

No que diz respeito à variável dos eventos programados, observou-se a publicação de 02 eventos na plataforma do *Google Maps*: Arraiá do Povo e Natal Iluminado. Já o *site* de turismo da Prefeitura Municipal de Aracaju apresenta 06 eventos que acontecem na capital. No entanto, vale ressaltar que as informações se encontram desatualizadas e sem apresentar calendário oficial destes eventos. Um exemplo dessa situação foi verificado durante a pesquisa, no mês de outubro de 2023, em que havia divulgação de *city tour* na marinete do forró, sendo que este produto turístico estava com atividade suspensa logo após o período junino do mesmo ano. Outra constatação foi a verificada em janeiro de 2024, em que no *site* apresentava informações ainda referentes ao *Réveillon* de 2023. Assim sendo, constata-se que a prefeitura de Aracaju não possui uma equipe de *marketing* atuante e responsável por atualizar as informações em tempo hábil, o que pode influenciar negativamente e desestimular na escolha do destino por um possível visitante. Ferrari e Gândara (2015) enfatizam que a inserção no mundo digital, especialmente no compartilhamento de imagens, representa a oportunidade de potencializar a promoção e alcance dos destinos turísticos, ampliando a visibilidade e atraindo um público mais diversificado.

Assim, a partir das informações obtidas por meio das VGI e dos dados da prefeitura municipal, foi possível elaborar um inventário turístico para a cidade de Aracaju agregando um quantitativo significativo de equipamentos e serviços turísticos (Tabela 2).

**Tabela 2** - Aracaju- Informações Turísticas consolidadas a partir das plataformas estudadas (Setur, *Google Maps*, *TripAdvisor*), 2024

VARIÁVEIS	INFORMAÇÕES TURÍSTICAS CONSOLIDADAS A PARTIR DAS PLATAFORMAS ESTUDADAS
Meios de Hospedagem	90
Equipamentos de Alimentos e Bebidas	147
Infraestrutura de Apoio ao Turismo	21
Patrimônio Histórico-Cultural	29



características e experiências positivas, causando uma boa impressão da cidade a estes turistas.

Portanto, neste estudo, a partir dos dados obtidos através das VGI, foi possível observar que o quantitativo de atrativos e serviços e equipamentos turísticos expostos nas plataformas sociais *TripAdvisor* e *Google Maps* são bem maiores que o encontrado no *site* da prefeitura municipal de turismo de Aracaju permitindo, desta maneira, a identificação de outros espaços turísticos que podem ser valorizados e estabelecidos em novos produtos turísticos de interesse da população. Além disso, por meio de uma avaliação detalhada das postagens realizadas pelos turistas nessas redes foi possível identificar o perfil da demanda, as opiniões, as sugestões e as formas de uso do espaço turístico, o que permite gerar reflexões sobre o processo de gestão e planejamento turístico da capital sergipana.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A atividade turística contribui bastante para o desenvolvimento econômico, político e social de uma localidade. Para tal, torna-se necessário um planejamento e gestão eficiente das ações voltadas ao turismo, visando atingir objetivos estabelecidos para o presente e futuro de um destino.

Desta forma, as VGI surgem para contribuir com informações relevantes tanto para turistas quanto para gestores de destinos turísticos, uma vez que é possível através da análise dos dados postados em plataformas digitais, monitorar o perfil dos visitantes, preferências, bem como suas críticas e exigências relacionadas as experiências vivenciadas em um destino.

Portanto, este estudo demonstrou como é possível realizar uma avaliação turística de um destino por meio das informações geográficas voluntárias, estabelecendo metas e realizando ações no âmbito do turismo. Diante disso, os resultados possibilitaram a construção de um inventário turístico para a cidade de Aracaju, além de tornar possível a identificação da opinião dos turistas em relação ao destino.

Desta maneira, espera-se que este estudo possa auxiliar a gestão de turismo do município de Aracaju no processo de planejamento e gestão do destino utilizando-se das

informações geográficas voluntárias disponibilizadas pelos visitantes em plataformas digitais, para uma análise e monitoramento dos produtos turísticos existentes e a possibilidade de criação de novos produtos que visem atender as expectativas e anseios dos turistas e visitantes.

## REFERÊNCIAS

BENI, M. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 1998.

BENJAMIN, S.; DILLETTE, A.; ALDERMAN, D. H. We can't return to normal: committing to tourism equity in the post-pandemic age. **Tourism Geographies**, Londres, v. 22, n. 3, p. 476–483, 2020. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1759130>. Acesso em: 6 mar. 2025.

BINFARE, P. W.; CASTRO, C. T.; SILVA, M. V.; GALVÃO, P. L.; COSTA, S. P. Planejamento turístico: aspectos técnicos e conceituais e suas relações com o conceito de turismo. **Revista de Turismo Contemporâneo-RTC**, Natal, v. 4, num. esp., p. 24-40, 2016. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/6042>. Acesso em: 6 mar. 2025.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Projeto inventário da oferta turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Inventário da Oferta Turística**. Brasília: Ministério do Turismo, 2011.

CAMILLERI, M. A. **Travel Marketing, Tourism Economics and the Airline Product**. Switzerland: Springer Nature, 2017.

CAMPOS, A. C.; SANTOS, C. A. J.; MOREIRA, C. O. VGI, Geotecnologias Open Source e Gestão do Turismo em Coimbra, Portugal. **Revista GeoNordeste**, Aracaju, v.3, n. 1, p. 6-25, 2022.

CHATFIELD, A.; BRAJAWIDAGDA, U. Crowdsourcing hazardous weather reports from citizens via twittersphere under the short warning lead times of EF5 intensity tornado conditions. HAWAII INTERNATIONAL CONFERENCE ON SYSTEM SCIENCES, 47., 2014, Waikoloa. **Proceedings** [...]. Waikoloa: IEEE Computer Society, 2014. Disponível em: <https://www.computer.org/csdl/proceedings/hicss/2014/12OmNyYm2wy>. Acesso em: 6 mar. 2025.

CHIMENTI, S.; TAVARES, A. M. **Roteiro turístico: é assim que se faz**. São Paulo: Senac, 2020.

FANG, B.; YE, Q.; KUCUKUSTA, D.; LAW, R. Analysis of the perceived value of online tourism reviews: Influence of readability and reviewer characteristics. **Tourism Management**, Hong Kong, v. 52, p. 498-506, 2016. Disponível em: <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517715001715>. Acesso em: 6 mar. 2025.

FERRARI, C. M. M.; GANDARA, J. M. Fotografias de viagens: replicando cenas da viagem perfeita em Curitiba/PR. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 15 n. 2, p. 112-130,

2015. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/975>. Acesso em: 15 jan. 2024.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

LONGLEY, P. A.; GOODCHILD, M. F.; MAGUIRE, D. J.; RHIND, D. W. **Sistemas e ciência da informação geográfica**. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2013.

MORAES, C. C. A.; FOGAÇA, I. F.; SOARES, C. A. L. Inventário Turístico: constatações e considerações. **Caderno Virtual de Turismo**, Rio de Janeiro, v. 20, 2020. Disponível em: <https://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/article/view/1749>. Acesso: 1 dez. 2023.

PETROCCHI, M. **Turismo: Planejamento e Gestão**. 2. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2009.

PINHO, T. R. R.; SILVA, D. L.; RODRIGUES, L. M.; SERRA, M. O.; PAIXÃO, R.; NUNES, T. R.; ALMEIDA, J. V. F. Gestão da crise provocada pela Covid-19 nos destinos turísticos maranhenses: as ações estratégicas das empresas turísticas. *In*: CRUZ, R. C. *et al.* (org.). **Turismo em tempos de pandemia: (des)continuidades e conjecturas**. São Paulo: FFLCH, 2023. Disponível em: <https://doi.org/10.11606/9788575064665>. Acesso em: 1 ago. 2024.

SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C.; BARBOSA, F. A. J. O Instagram como Ferramenta Promocional em Agências de Receptivo em Aracaju/Sergipe, Brasil. **Revista Turydes: Turismo y Desarrollo local sostenible**, Málaga, Espanha, v. 28, p.135-154, 2020. Disponível em: <https://www.eumed.net/rev/turydes/28/instagram-ferramenta-agencias.html>. Acesso em: 22 dez. 2020.

SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C.; RODRIGUES, L. P. O uso de novas tecnologia no planejamento do turismo em cidades históricas – o caso de São Cristóvão/SE. CONGRESSO ESTADUAL MEMÓRIA E PATRIMÔNIO CULTURAL, 2., 2017, Laranjeiras, Sergipe. **Anais [...]**. Laranjeiras, Sergipe: Universidade Federal de Sergipe, 2017. p. 1-13. Disponível em: [https://www.researchgate.net/publication/338843781\\_O\\_USO\\_DE\\_NOVAS\\_TECNOLOGIAS\\_NO\\_PLANEJAMENTO\\_DO\\_TURISMO\\_EM\\_CIDADES\\_HISTORICAS\\_-\\_O\\_CASO\\_DE\\_SAO\\_CRISTOVAOSE](https://www.researchgate.net/publication/338843781_O_USO_DE_NOVAS_TECNOLOGIAS_NO_PLANEJAMENTO_DO_TURISMO_EM_CIDADES_HISTORICAS_-_O_CASO_DE_SAO_CRISTOVAOSE). Acesso em: 6 mar. 2025.

SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C.; RODRIGUES, L. P. O turismo de Aracaju/SE em tempos de Covid-19: ameaças e tendências. **Caderno Virtual de Turismo**, Aracaju, v. 21, n. 3, p. 112-125, 2021. Disponível em: <https://dx.doi.org/10.18472/cvt.21n3.2021.1983>. Acesso em: 1 ago. 2024.

SANTOS, C. A. J.; SANTOS, P. H. J. VGI como ferramenta de dinamização do planejamento turístico. *In*: MASEGOSA, A. N. (org.). **Turismo y Desarrollo: repensando el futuro**. Málaga, Espanha: Eumed, 2021. p. 24-38.

SANTOS, P. H.; SANTOS, C. A. J.; CAMPOS, A. C. Tecnologia digital nos processos de planejamento e gestão do turismo: VGI em questão. *In*: SANTOS, C.A.J.; SOARES, J. C.; PAES, T. A. A. (org.). **Turismo**: Interfaces entre ciência, tecnologia e planejamento. Aracaju: Criação Editora, 2022. p. 125-143. Disponível em: <https://editoracriacao.com.br/turismo-interfaces-entre-ciencia-tecnologia-e-planejamento/>. Acesso em: 6 mar. 2025.

SILVA, D. S.; MENDES FILHO, L. Uma análise preliminar do uso de comentários na internet na escolha de um destino de viagem. **Revista Turismo Estudos e Práticas**, Mossoró, v. 2, n. 2, p. 174-195, 2013. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/19154>. Acesso em: 3 dez. 2023.

XAVIER, I. F. **O uso contínuo do conteúdo gerado pelo usuário na escolha de um destino turístico**: um estudo longitudinal. 2018. Monografia (Graduação em Turismo) – Departamento de Turismo, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ufrn.br/handle/123456789/37640>. Acesso em: 23 out. 2023.