

**INSTITUTO FEDERAL DE SÃO PAULO – IFSP  
CÂMPUS BARRETOS  
CURSO DE TECNOLOGIA EM GESTÃO DE TURISMO**

**LARISSA ZANETTI SCATOLIN**

**ANÁLISE DOS SITES OFICIAIS DAS CAPITAIS ESTADUAIS BRASILEIRAS:  
OS DADOS ESSENCIAIS PARA O TURISTA**

**BARRETOS**

**2018**

Larissa Zanetti Scatolin

**ANÁLISE DOS SITES OFICIAIS DAS CAPITALS ESTADUAIS BRASILEIRAS:  
OS DADOS ESSENCIAIS PARA O TURISTA**

Artigo apresentado como requisito parcial  
para obtenção do título de Tecnólogo em  
Gestão do Turismo do Instituto Federal de  
São Paulo - IFSP

Orientador: Prof. Ms. Luana Cunha Palma

BARRETOS

2018

## ANÁLISE DOS SITES OFICIAIS DAS CAPITAIS ESTADUAIS BRASILEIRAS: OS DADOS ESSENCIAIS PARA O TURISTA

Larissa Zanetti Scatolin\*

Luana Cunha Palma\*\*

### Resumo:

A internet é um importante meio de comunicação que dominou o mundo. Através dessa, infinitas informações são acessadas a todo segundo. Com o objetivo de identificar quais informações são essenciais para turistas, este artigo apresenta uma pesquisa realizada por meio de análises das páginas oficiais das capitais brasileiras quanto aos dados disponibilizados por estas a respeito dos produtos e serviços oferecidos. Após o estudo, concluiu-se que não há uma diretriz a ser seguida visto que os atrativos e destinos diferem entre si, entretanto, deduz-se que há uma necessidade mínima de itens que atendam a demanda dos possíveis visitantes com relação a serviços como: hospedagem, alimentação, transporte, atrativos e história.

Palavras-chave: sites, turismo, informações úteis, necessidades.

### Abstract:

The internet is an important mean of communication through which endless ranges of information are accessed at every instant all over the world. In order to identify which one of it is essential and needed by tourists, this article presents a research done about official websites of the Brazilians capitals cities regarding the provided data due to the services and products that are offered. After the study, it was concluded that there is no guideline to be followed since the attractions and destinations differ from each other. However it was inferred that there is a minimum need of items that can meet the demand of possible visitors regarding some facilities such as accomodation, food, transportation, tourist attractions and local history.

Key-word: websites, tourism, information, need.

---

\*Aluna do curso Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus Barretos. [la\\_scatolin@hotmail.com](mailto:la_scatolin@hotmail.com)

\*\*Professora do Instituto Federal de Educação Ciência e Tecnologia de São Paulo – Campus Barretos. [luanapalma@ifsp.edu.br](mailto:luanapalma@ifsp.edu.br)

## **1 INTRODUÇÃO**

A indústria do turismo possui certas vantagens que a tornam um negócio único (WIRES, 2009). É uma das que mais crescem, e que por envolver outras indústrias, geram mais empregos e lucros. Investir no turismo tem sido uma forma que muitos países encontraram para atrair capital e se desenvolver. O Brasil não é exceção e, por ser enorme em extensão e rico em diversidade, seja em relação à fauna, vegetação, etnia, cultura, clima e paisagens, tendo presente inúmeros recursos potenciais para usufruir, ele também enxerga a atividade como um importante setor econômico.

Para o desenvolvimento do turismo e conseqüentemente o desenvolvimento do país, além da implantação de políticas públicas para um melhor planejamento, organização e mensuração da atividade, é importante investir em marketing, para uma boa divulgação do destino. Afinal, de nada vale ter recursos para a atividade turística se essa não é reconhecida e se tampouco os possíveis consumidores a desconhecem.

A internet se tornou um meio popular de se obter informações, muitos viajantes já se utilizam das redes sociais para acessar e compartilhar informações (BRASIL, 2014). A internet presente na vida das pessoas, pode ser acessada basicamente de qualquer lugar, utilizando um celular ou computador.

Portanto, este artigo teve a finalidade de identificar as informações básicas que um turista/visitante precisa saber a respeito de um destino e se essas são disponibilizadas nos sites oficiais dos municípios responsáveis. Além disso, também se pretende apresentar sugestões de conteúdo.

O presente artigo pode ser utilizado como referência para futuros projetos e pesquisas, visto que a atividade turística e a tecnologia se desenvolvem com o passar do tempo e os turistas ficam mais exigentes.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Para se chegar aos objetivos deste artigo, foi traçado uma linha de estudo que apresenta ao leitor uma discussão teórica sobre turismo, definição e história, e como

a internet, fazendo parte da rotina de turistas, contribui com o desenvolvimento da atividade.

## 2.1 Turismo e Turismo no Brasil

O deslocamento humano está presente no desenvolvimento e na evolução humana desde seus primórdios, mas a forma como se interpreta o turismo moderno inicia-se após o inglês Thomas Cook, em 1841, organizar uma excursão que, de acordo com a agência Thomas Cook Group, foi uma viagem de trem partindo de Leicester rumo a uma conferência em Loughborough para aproximadamente 500 passageiros.

Desde então, houve várias definições para o termo turismo, até que em 1975, a Organização das Nações Unidas (ONU) fundou a Organização Mundial do Turismo (OMT) para se responsabilizar pela promoção do turismo responsável, sustentável, e universalmente acessível. E esta define o termo como:

fenômeno social, cultural e econômico que implica a circulação de pessoas para países ou lugares fora do seu ambiente habitual para fins pessoais ou profissionais. Essas pessoas são chamadas de visitantes (que podem ser turistas ou excursionistas, residentes ou não residentes) e o turismo tem a ver com suas atividades, algumas das quais envolvem gastos com turismo. (OMT, 2018)

Compreende-se que o turismo é uma indústria que engloba uma cadeia de outras indústrias que se baseiam nas necessidades humanas. Lage e Milone (2000, p.95) alegam que o turismo, basicamente, envolve cinco ciclos de atividades interdependentes representadas pelos negócios de transporte, de alojamento, de restauração, de serviços de apoio e de entretenimento.

A fim de se ter conhecimento da existência de todos os serviços citados anteriormente, a divulgação é necessária e, sendo assim, Ignarra (2003, p.14) completa afirmando que o turismo “é toda uma indústria mundial de viagens, hotéis, transportes, e todos os demais componentes, incluindo o marketing turístico, que atende as necessidades e desejos dos visitantes”.

No Brasil, acredita-se que o turismo teve início após a coroa portuguesa ter se mudado para o país (IGNARRA, 2003). Entretanto, teve sua emergência como atividade econômica quando sua importância foi reconhecida pelo governo que alegou

a capacidade de movimentar a economia, gerando riquezas e postos de trabalhos em diversos setores positivos (CERQUEIRA, PINHEIRO E OLIVEIRA, 2015)

Avançando na história do Brasil, o turismo estava sempre atrelado ao ministério dos Esportes. Porém, em janeiro de 2003, o governo criou: o MTur (Ministério do Turismo), as Secretarias Estaduais de Turismo, o Instituto Brasileiro de Turismo (EMBRATUR – criado em 1966), entre outros órgãos que se responsabilizam pelas políticas públicas de turismo, direcionando ações para o desenvolvimento da atividade, obviamente atendendo as necessidades da sociedade local juntamente com as dos turistas e do meio ambiente.

Foi a partir da década de 1990, que o turismo retomou a atenção do governo federal como importante setor econômico, visto que, em 1994, foi lançado o Programa Nacional de Municipalização do Turismo (PNMT) com o objetivo de planejar a atividade turística em escala municipal. Candiotto e Bonetti (2015) afirmam que este plano acabaria uniformizando diretrizes para os municípios planejarem o desenvolvimento do turismo em busca de maior profissionalismo e eficiência econômica na administração do turismo doméstico.

Dez anos após a criação do PNMT, o novo governo formulou o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), o qual deu visibilidade a pequenos municípios com potencial turístico que antes eram poucos explorados e se ofuscavam pela atenção dos grandes centros já reconhecidos como destinos. Esse programa foi essencial para fortalecer a atividade turística, pois aumentou a oferta de destinos ao valorizar os pequenos atrativos e, por isso, Candiotto e Bonetti (2015) relatam que o PRT se mantém até hoje como principal política pública de turismo no Brasil.

Após perceber os valores de certos potenciais e querer iniciar um projeto para o desenvolvimento do turismo no local, deve-se levar em conta a natureza desses recursos para um bom aproveitamento da atividade. Segmentar essa atividade, conforme o MTur (2006) é um método de organização do turismo com finalidade de planejamento, gestão e mercado, e podem ser determinados baseando-se nas identidades da oferta e nas características da demanda.

Ainda segundo o MTur (2006), os turismos cultural, rural, de aventura, ecoturismo, turismo náutico, de pesca, estudos e intercâmbio, negócios e eventos, e sol e praia são os segmentos considerados prioritários para o desenvolvimento no Brasil. É importante ressaltar que independentemente do segmento,

[...]o produto – a oferta – deve estar adequado à demanda. E para atender melhor esses clientes é necessário entender que não existe um único perfil de público, e sim diversos segmentos que devem ser identificados pelas características e comportamentos de consumo, assim como existem diversas ferramentas de marketing para atingi-los. O importante é fazer uma combinação das ferramentas de acordo com os segmentos definidos. (BRASIL, 2010,p.11)

A segmentação da demanda se baseia principalmente em fatores e características pessoais dos turistas e em sua relação como consumidores. Caso já seja um consumidor, é classificado como demanda efetiva; se possui condições, mas não consome, é classificado como demanda potencial. A segmentação, “é fundamental para que o prestador de serviços se planeje” (IGNARRA, 2003) e é importante para a elaboração de artifícios tendo em vista atrair consumidores.

O setor de marketing é responsável por estudar o mercado, posicionar a oferta e distinguir a demanda. É quem desenvolve uma imagem (material promocional) e é encarregado de sua divulgação. Sabendo que os consumidores são influenciados por imagens disseminadas e por estereótipos, é de grande responsabilidade e importância que o material promocional, além de motivar, informe e sempre condiga com a realidade.

## **2.2 A tecnologia da informação e o turismo**

Uma ferramenta que se tornou muito popular com o avanço da tecnologia é sem dúvida a internet e, aproveitando-se do fato que atualmente as pessoas estão conectadas, seja via celular ou computador, na maior parte do tempo, o marketing se inseriu no mundo digital, utilizando a internet como importante instrumento de promoção, divulgação e distribuição de produtos.

Enquadrando-se na indústria turística, a internet, como meio de comunicação, torna-se excepcionalmente relevante, visto que para o consumo, é necessário que o cliente se desloque até a oferta (destino/atrativo) e, para isso, o marketing tem que ser capaz de induzir desejos na demanda.

É imprescindível que os sites, páginas e blogs que promovam viagens, atrativos e destinos turísticos estejam sempre atualizados e que se empenham em manter uma qualidade aceitável.

Páginas e sites próprios e oficiais de municípios ou de determinado atrativo ou prestador de serviço já disponibilizam informações que podem ser relevantes ao turista, sendo assim, uma forma de transmitir responsabilidade e segurança ao consumidor. Entretanto, de acordo com o MTur (2010, p.136) é preciso salientar que “caso as pessoas não conheçam o site, ele não será acessado. Essa ferramenta é uma mídia passiva, que espera o turista, e que não busca ostensivamente cliente, como as outras mídias”, sendo necessária, então, uma divulgação do próprio site conjunta à divulgação do produto em questão.

### **3 MATERIAL(IS) E MÉTODOS**

Este artigo é, sobretudo, uma pesquisa exploratória, cujo tema se deu pela iniciativa de procurar auxiliar os municípios brasileiros a enxergar o próprio potencial turístico e, por meio dos sites oficiais, disponibilizar informações que possam motivar turistas, fomentando, assim, a atividade turística local.

O método de análise é classificado como mista, visto que utiliza o método quantitativo nos resultados da tabela, comparando os materiais apresentados/disponibilizados na internet, e o método qualitativo, buscando entender a importância da presença desses materiais online.

Para a pesquisa, foram analisados os sites oficiais das capitais estaduais e o da capital federal brasileira e, para isso, foi utilizado o buscador Google, onde foi inserido o nome da capital seguido da sigla do estado ao qual pertence/referente. Todos os sites selecionados nesta pesquisa (apêndice A), apresentam em seu endereço, a extensão ‘.gov.br’, indicador de que é pertencente ao governo. O acesso ocorreu nos dias 26, 27 e 28 de agosto de 2018. Entretanto, em alguns sites oficiais, ao acessar a página referente à turista, o pesquisador é conduzido para um site com outro domínio, ainda que se entenda, que este também é confiável, visto que é indicado pela página governamental.

Nesses sites foram analisadas as páginas que se referem ao turista ou turismo local, buscando informações da atividade disponibilizadas nesse espaço, levando em conta as necessidades de um visitante e baseando-se no fundamento de Lage e Milone (2000) que interpretam o transporte, hospedagem, restauração, serviço de apoio e o atrativo turístico como as cinco atividades que embasam o turismo.

Após o estudo dessas páginas na internet, foi formulada uma tabela na qual se apresentam os estados posicionados em ordem alfabética e suas respectivas capitais e os dados buscados. Nas cidades em cujos sites foram encontrados os elementos pesquisados, foi assinalado um 'X', representando a presença dos mesmos.

#### **4 RESULTADOS**

Os resultados das análises foram posicionados na tabela 1, que assinala com um 'X' a presença dos dados buscados nas relacionadas capitais. Os dados pesquisados foram escolhidos baseando-se na importância de se ter uma figura responsável pelo setor (Secretaria Municipal de Turismo e Órgão/Empresa/Agência de Turismo) e na importância dada ao visitante (Seção Turismo / Turista), nas necessidades do turista, considerando o mínimo de conhecimento que esse precisa ter (Telefones Úteis, Atrativos, Hospedagem, Transporte, Alimentação e Centro de Atendimento ao Turista) e informações que possam ser úteis e benéficas (Informações úteis e Roteiros / Guias).

Nas Informações Úteis, incluem-se endereços, como por exemplo, de bancos, hospitais, polícia, assim como dicas sobre tempo, voltagem, calendários e agenda, horário comercial, entre outros. Não necessariamente os assinalados com 'X' nessa opção possuem todos os itens listados acima e percebe-se que em alguns destes sites, o turista poderá encontrar dados adicionais disponibilizados.

Examinando os sites, notou-se que há uma divergência entre os modelos de sites: há aqueles mais detalhados como há aqueles que possuem pouco ou até nada relacionado a turismo. Percebe-se que neste último, os quais possuem pouca relação com o turismo, nota-se que grande parte deles pertence à região norte do Brasil, sendo os estados Acre, Amapá, Pará, Roraima. Não generalizando, pôde-se verificar também os estados Goiás, Sergipe, Ceará (o primeiro pertencente à região Centro-Oeste e os dois últimos à região nordeste). Alguns estados, cujas capitais já são reconhecidas como destino turístico e valorizadas por isso, possuem as páginas voltadas ao turista muito mais detalhada e informativa.

Percebe-se que mesmo algumas capitais sendo destinos renomados e até mundialmente reconhecidos, em seu site oficial não apresentam muitas informações a respeito da atividade turística local ou mesmo, não apresentam nem um órgão responsável por essa. Este é o caso dos estados de Pernambuco e São Paulo. É

importante ressaltar e reafirmar que esta pesquisa retrata exclusivamente as capitais e não o estado como um todo, entretanto, para melhor localização, é utilizado o estado como referência.

Dentre as necessidades e o mínimo de conhecimento que o turista precisa ter, o item mais encontrado é o atrativo turístico, estando presente em vinte e dois dos vinte e sete sites buscados. Seguido de centro de atendimento ao cliente e hospedagem, ambos presentes em doze sites; telefones úteis e transporte seguem presentes em onze e, por último, a alimentação estando presente em dez.

	AC	AL	AP	AM	BA	CE	DF	ES	GO	MA	MT	MS	MG	PA	PB	PR	PE	PI	RJ	RN	RS	RO	RR	SC	SP	SE	TO
	Rio Branco	Maceió	Macapá	Manaus	Salvador	Fortaleza	Brasília	Vitória	Goiânia	São Luis	Cuiabá	Campo Grande	Belo Horizonte	Belém	João Pessoa	Curitiba	Recife	Teresina	Rio de Janeiro	Natal	Porto Alegre	Porto Velho	Boa Vista	Florianópolis	São Paulo	Aracaju	Palmas
Secretária de Turismo	X	X		X	X	X	X			X	X	X			X	X		X		X		X	X	X		X	
Empresa/ Agência de Turismo			X		X								X						X								X
Seção Turismo/ Turista		X		X		X	X	X		X	X		X		X	X	X	X	X	X	X		X		X		X
Atrativos		X		X	X		X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X	X	X	X	X		X	X	X	X
Hospedagem		X		X				X		X		X	X		X	X	X	X		X							X
Transporte								X		X	X		X		X	X		X	X	X	X			X			
Alimentação								X		X			X		X	X	X	X		X					X		X
Telefones úteis		X		X	X		X	X	X						X	X	X			X				X			
Informações úteis		X					X	X		X			X		X	X	X		X		X			X	X	X	
C.A.T		X		X		X	X					X	X		X	X	X				X	X		X			
Roteiros / Guias		X			X		X			X	X					X	X		X	X	X	X					X

Quadro 1 – Informações disponíveis nos sites das capitais brasileiras.

Fonte: Elaborado pela autora

Em relação a ter uma figura responsável pelo setor, quinze dos sites apresentam a Secretaria Municipal de Turismo e em outros cinco, é apresentada uma empresa ou agência responsável pelo turismo local, frisando que esse órgão é pertencente ao governo. A presença do “algo a mais”, especificado na tabela por Informações Úteis e Roteiros/Guias aparece, respectivamente, em treze e doze dos sites.

## **5 DISCUSSÃO**

O Brasil possui muitos recursos e imenso potencial para se tornar um grande polo de destinos turísticos, porém além de todo recurso e potencial não ser explorado e usufruído, o turismo nacional, comparado ao internacional, está desvalorizado. Seu diferencial está na prestação de serviço e na população brasileira, que é conhecida pela alegria, receptividade e hospitalidade, e pela diversidade étnica e cultural. Cada região, cada estado e cada cidade é única e digna de ser reconhecida e valorizada pela população brasileira e por turistas estrangeiros.

Lamentavelmente, muitos municípios possuem potencial para atividade turística, contudo, seu próprio governo e moradores não valorizam o que possuem. Todavia, esse é o primeiro passo para o desenvolvimento do turismo que conseqüentemente, desenvolveria a economia e a localidade. Pode ser esse o motivo pelo qual, na pesquisa, encontraram-se algumas capitais que não disponibilizam informações sobre o turismo. Outra hipótese levantada pode ser a falta de condições para manutenção e alimentação constante dessas páginas na internet, uma vez que elas possuem domínio governamental, sendo de total responsabilidade dos municípios essa ação.

É de suma importância que os sites sejam sempre atualizados, pois, assim é demonstrada uma seriedade com relação à atividade turística, além de confiabilidade e segurança das informações que condizem com a realidade.

Turismo de massa e turismo de sol e praia, por exemplo, na maioria das vezes, são ligados à compra de pacotes turísticos fechados nos quais está inserido praticamente tudo o que o visitante precisa. Os pacotes podem ser organizados por operadoras de viagem ou por agências locais. Ao se planejar um pacote, o agenciador tem que conhecer o destino, saber de sua cultura, os atrativos, de como chegar, onde

se hospedar, onde e o que comer. Para isso ele pesquisará, então, pergunta-se: onde seria mais confiável e seguro para buscar se não o site oficial do destino?

Além dos consumidores de pacotes turísticos, encontram-se muito os consumidores independentes, que planejam a própria viagem, por preferir um roteiro bem personalizado, ou pelo sentimento de poder fazer isso sozinho, ou mesmo por não encontrar um pacote fechado que se encaixe em suas exigências. Para esses, é interessante ter acesso às informações citadas nesta pesquisa que, além de motivar ainda mais, informam sobre detalhes antes desconhecidos.

Ainda no que se refere aos pacotes e destinos turísticos, pode-se afirmar que dentre os setores do turismo, o de sol e praia é, sem dúvida, o mais notável pelo senso comum. No entanto, ao analisar as necessidades do visitante, devem-se considerar todos os segmentos de turismo, segundo o próprio MTur (2010). São eles:

São Paulo e Rio de Janeiro, as maiores e mais conhecidas cidades brasileiras servem de entrada para o país e nelas está presente o segmento do turismo de negócios e eventos. Para esse tipo de segmento também se encontram agências de viagens especializadas. Porém, para aquele tipo de turista que prefere se planejar por conta, é importante o acesso a um maior número de informações.

Por esse motivo, destaca-se a relevância de se oferecer informações utilizando esse meio eletrônico, ao qual todos têm acesso, e por meio de um site oficial com qualidade e segurança.

Ao pesquisar as capitais dos estados, considerou-se que estas são mais relevantes e que podem vir a servir de exemplo para outros municípios. Porém, verificou-se que nem todas essas capitais divulgam os dados mínimos e necessários para auxiliar visitantes e moradores e, as que o fazem, muitas vezes não recebem acesso pelo desconhecimento de tal fato.

Por outro lado, na televisão, encontram-se comerciais que incentivam o consumo do turismo nacional. Então, seria interessante que os sites oficiais dos destinos também utilizassem essa mídia para divulgar as informações.

## **6 CONCLUSÃO**

O turismo caracteriza-se como uma atividade digna de ser investida e desenvolvida enquanto importante para o setor econômico, e o Brasil já enxerga potencial e se usufrui dessa indústria para o desenvolvimento e enriquecimento

nacional. Entretanto, nota-se apenas a valorização de destinos e atrativos já conhecidos, enquanto há muito mais história, cultura e paisagens dignas de serem reconhecidas e valorizadas.

Um dos motivos encontrados para explicar a razão pela qual muitas localidades que apresentam recursos não se desenvolvem, é a escassez de informações e divulgação dos mesmos nos próprios sites oficiais na internet.

Após a realização desta pesquisa, entende-se que não há como generalizar, não há uma regra que determina como se devem apresentar esses sites e quais dados conter, afinal, cada município apresenta características e fatores distintos, como demanda, oferta, interesses políticos e sociais, além da presença ou ausência de condições para alimentar e atualizar constantemente a página, são determinantes das informações oferecidas.

No entanto, embora não haja um modelo fixo a ser seguido, percebe-se que os turistas possuem necessidades básicas e, levando-se em conta as atividades suportes para o turismo, conclui-se que o mínimo de conhecimento que deve estar contido nas páginas referentes aos turistas se incluem os meios de hospedagens, transporte local e como chegar ao destino/atrativo, podendo, tais sites utilizarem-se de mapas, restaurantes e lanchonetes, bem como dos atrativos encontrados na localidade, e da história e da cultura do destino.

Além disso, juntamente com esses dados, oferecer seus respectivos endereços, links para acesso à página na internet e telefones e/ou correio eletrônico para contato e mais informações.

Através do acesso a esses dados básicos e sempre atualizados, um turista consegue conhecer melhor o local pesquisado, podendo se aventurar pelo lugar com a certeza de que identificará tudo o que foi encontrado na internet.

## REFERÊNCIAS

BRASIL, Ministério do Turismo. **A importância da internet para o turismo**. Brasília: Ministério do Turismo, 2014. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/ultimas-noticias/2872-a-importancia-da-internet-para-o-turismo.html> Acesso em: out dez.2018.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo e o Mercado** Brasília: Ministério do Turismo, 2010.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: Marcos Conceituais**. Brasília: Ministério do Turismo, 2006.

CANDIOTTO, L. Z. P. BONETTI, L. A. **Trajetória das políticas públicas de turismo no Brasil**. Disponível em: <http://www.eumed.net/rev/tyrydes/19/politicas.html> Acesso em: out. 2018.

CERQUEIRA, P. da S.; PINHEIRO, L. I. F.; Oliveira, K. C. da S. **Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo no Brasil e na Bahia**", Disponível em: <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/br/15/turismo.html> Acesso em out. 2018.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo – Pioneira Thomson Learning, 2003.

LAGE, B. H. G.; MILONE, P. C. (orgs .). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.

OMT – **Organização Mundial do Turismo**. Disponível em: <http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0> Acesso em ago. 2018.

OMT – Organização Mundial do Turismo: **Glossário de Termos Turísticos**. Disponível em : <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryterms.pdf> Acesso em: set. 2018.

Thomas Cook Group, **Site de viagens do grupo Thomas Cook – história**. Disponível em: <https://www.thomascookgroup.com/thomas-cook-history> Acesso em: out. 2018.

WIRES, Douglas: **A história da indústria do Turismo**. 2009. Disponível em: <http://bastidoresdoturismo.blogspot.com/2009/05/historia-da-industria-do-turismo.htm/> Acesso em: out.2018.

## APÊNDICE A – WEB SITES PESQUISADOS

Aracaju, SE – **Site da prefeitura de Aracaju**. Disponível em: [www.aracaju.se.gov.br](http://www.aracaju.se.gov.br)  
Acesso em: 28 ago.2018

Aracaju, SE – **Site da prefeitura de Aracaju – Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo**. Disponível em:

[www.aracaju.se.gov.br/industria\\_comercio\\_e\\_turismo/turismo](http://www.aracaju.se.gov.br/industria_comercio_e_turismo/turismo) Acesso em: 28 ago.2018

Belém, PA – **Site da prefeitura de Belém.** Disponível em: [www.belem.pa.gov.br](http://www.belem.pa.gov.br)  
Acesso em: 27 ago.2018

Belo Horizonte, MG – **Site da prefeitura de Belo Horizonte.** Disponível em:  
[prefeitura.pbh.gov.br](http://prefeitura.pbh.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Belo Horizonte, MG – **Site da prefeitura de Belo Horizonte - Belotur: Empresa Municipal de Turismo.** Disponível em: [prefeitura.pph.gov.br/belotur](http://prefeitura.pph.gov.br/belotur) Acesso em: 27 ago.2018

Belo Horizonte, MG – **Belo Horizonte Surpreendente.** Disponível em:  
[www.belo Horizonte.mg.gov.br/por/index.php](http://www.belo Horizonte.mg.gov.br/por/index.php) Acesso em: 27 ago.2018

Boa Vista, RR – **Site da prefeitura de Boa Vista.** Disponível em:  
[www.boavista.rr.gov.br](http://www.boavista.rr.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Boa Vista, RR – **Site da prefeitura de Boa Vista - Turismo.** Disponível em:  
[www.boavista.rr.gov.br/turismo/](http://www.boavista.rr.gov.br/turismo/) Acesso em: 28 ago.2018

Brasília, DF – **Governo de Brasília.** Disponível em: [www.df.gov.br/#turista](http://www.df.gov.br/#turista) Acesso em: 26 ago.2018

Brasília, DF – **Governo de Brasília – Sobre Brasília.** Disponível em:  
[www.df.gov.br/category/sobre-brasilia](http://www.df.gov.br/category/sobre-brasilia) Acesso em: 26 ago.2018

Campo Grande, MS – **Site da prefeitura de Campo Grande.** Disponível em:  
[www.campogrande.ms.gov.br](http://www.campogrande.ms.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Campo Grande, MS – **Site da prefeitura de Campo grande – Secretaria Municipal de Cultura e Turismo.** Disponível em: [www.campogrande.ms.gov.br/sectur](http://www.campogrande.ms.gov.br/sectur) Acesso em: 27 ago.2018

Cuiabá, MT – **Site da prefeitura de Cuiabá.** Disponível em: [www.cuiaba.mt.gov.br](http://www.cuiaba.mt.gov.br)  
Acesso em: 27 ago.2018

Cuiabá, MT – **Site da prefeitura de Cuiabá - Turista.** Disponível em:  
[www.cuiaba.mt.gov.br/turista](http://www.cuiaba.mt.gov.br/turista) Acesso em: 27 ago.2018

Curitiba, PR – **Site da prefeitura de Curitiba.** Disponível em: [www.curitiba.pr.gov.br](http://www.curitiba.pr.gov.br)  
Acesso em: 27 ago.2018

Curitiba, PR – **Site da prefeitura de Curitiba – Instituto Municipal de Turismo.** Disponível em: [www.turismo.curitiba.pr.gov.br](http://www.turismo.curitiba.pr.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Florianópolis, SC – **Site da prefeitura de Florianópolis.** Disponível em:  
[www.pmf.sc.gov.br](http://www.pmf.sc.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Florianópolis, SC – **Minha Floripa**. Disponível em: [www.vivendofloripa.com.br/home](http://www.vivendofloripa.com.br/home)

Acesso em: 28 ago.2018

Fortaleza, CE – **Site da prefeitura de Fortaleza**. Disponível em:

[www.fortaleza.ce.gov.br](http://www.fortaleza.ce.gov.br) Acesso em: 26 ago.2018

Fortaleza, CE – **Site da prefeitura de Fortaleza – Catálogo de Serviços: turismo**.

Disponível em: [catalogodeservicos.fortaleza.ce.gov.br/categoria/turismo](http://catalogodeservicos.fortaleza.ce.gov.br/categoria/turismo) Acesso em:

26 ago.2018

Goiânia, GO – **Site da prefeitura de Goiânia**. Disponível em:

[www4.goiania.go.gov.br/portal/home/shtml](http://www4.goiania.go.gov.br/portal/home/shtml) Acesso em: 26 ago.2018

Goiânia, GO – **Site da prefeitura de Goiânia – Goiânia: Capital verde do Brasil**.

Disponível em: [www4.goiania.go.gov.br/portal/goiania.shtml](http://www4.goiania.go.gov.br/portal/goiania.shtml) Acesso em: 26

ago.2018

João Pessoa, PB – **Site da prefeitura de João Pessoa**. Disponível em:

[www.joaopessoa.pb.gov.br](http://www.joaopessoa.pb.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

João Pessoa, PB – **Site da prefeitura de João Pessoa - Turista**. Disponível em:

[www.joaopessoa.pb.gov.br/#turista](http://www.joaopessoa.pb.gov.br/#turista) Acesso em: 27 ago.2018

João Pessoa, PB – **Turismo João Pessoa – Bem-vindo a João Pessoa**. Disponível

em: [www.turismo.joaopessoa.pb.gov.br](http://www.turismo.joaopessoa.pb.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Macapá, AP – **Site da prefeitura de Macapá**. Disponível em: [macapa.ap.gov.br](http://macapa.ap.gov.br)

Acesso em: 26 ago.2018

Maceió, AL – **Site da prefeitura de Maceió**. Disponível em: [www.maceio.al.gov.br](http://www.maceio.al.gov.br)

Acesso em: 26 ago.2018

Maceió, AL – **Site da prefeitura de Maceió – Secretaria Municipal de Turismo**.

Disponível em: [www.maceio.al.gov.br/semtur/](http://www.maceio.al.gov.br/semtur/) Acesso em: 26 ago.2018

Maceió, AL – **Site da prefeitura de Maceió – Informações turísticas**. Disponível em:

[www.maceio.al.gov.br/turismo/informacoes-ao-turista/](http://www.maceio.al.gov.br/turismo/informacoes-ao-turista/) Acesso em: 26 ago.2018

Manaus, AM – **Site da prefeitura de Manaus**. Disponível em:

[www.manaus.am.gov.br](http://www.manaus.am.gov.br) Acesso em: 26 ago.2018

Manaus, AM – **Site da prefeitura de Manaus – Serviços Turistas**. Disponível em:

[www.manaus.am.gov.br/servico-turista/](http://www.manaus.am.gov.br/servico-turista/) Acesso em: 26 ago.2018

Natal, RN – **Site da prefeitura de Natal**. Disponível em: [natal.rn.gov.br](http://natal.rn.gov.br) Acesso em:

28 ago.2018

Natal, RN – **Site da prefeitura de Natal – Secretaria Municipal de Turismo**.

Disponível em: [natal.rn.gov.br/setur](http://natal.rn.gov.br/setur) Acesso em: 28 ago.2018

Natal, RN – **Site da prefeitura de Natal – Portal do Turismo.** Disponível em: [turismo.natal.rn.gov.br](http://turismo.natal.rn.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Palmas, TO – **Site da prefeitura de Palmas.** Disponível em: [www.palmas.to.gov.br](http://www.palmas.to.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Palmas, TO – **Site da prefeitura de Palmas – Serviços Turistas.** Disponível em: [www.palmas.to.gov.br/pagina/servicos-turista/5/](http://www.palmas.to.gov.br/pagina/servicos-turista/5/) Acesso em: 28 ago.2018

Palmas, TO – **Site da prefeitura de Palmas – Conheça Palmas.** Disponível em: [www.palmas.to.gov.br/conheca\\_palmas/](http://www.palmas.to.gov.br/conheca_palmas/) Acesso em: 28 ago.2018

Porto Alegre, RS – **Site da prefeitura de Porto Alegre.** Disponível em: [www2.portoalegre.rs.gov.br/portal\\_pmpa\\_novo/](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_novo/) Acesso em: 28 ago.2018

Porto Alegre, RS – **Site da prefeitura de Porto Alegre - Turista.** Disponível em: [www2.portoalegre.rs.gov.br/portal\\_pmpa\\_turista/](http://www2.portoalegre.rs.gov.br/portal_pmpa_turista/) Acesso em: 28 ago.2018

Porto Velho, RO – **Site da prefeitura de Porto Velho.** Disponível em: [www.portovelho.ro.gov.br](http://www.portovelho.ro.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Porto Velho, RO – **Site da prefeitura de Porto Velho – Secretaria Municipal de Turismo.** Disponível em: [www.semdestur.portovelho.ro.gov.br](http://www.semdestur.portovelho.ro.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Recife, PE – **Site da prefeitura de Recife.** Disponível em: [www2.recife.pe.gov.br](http://www2.recife.pe.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Recife, PE – **Site da prefeitura de Recife – Serviços para o turista.** Disponível em: [www2.recife.pe.gov.br/servicos/turista](http://www2.recife.pe.gov.br/servicos/turista) Acesso em: 27 ago.2018

Rio Branco, AC – **Site da prefeitura de Rio Branco.** Disponível em: [www.riobranco.ac.gov.br/index.php](http://www.riobranco.ac.gov.br/index.php) Acesso em: 26 ago.2018

Rio Branco, AC – **Site da prefeitura de Rio Branco – Secretaria Municipal de Turismo.** Disponível em: [www.riobranco.ac.gov.br/index.php/guia-de-servicos/item/turismo.html](http://www.riobranco.ac.gov.br/index.php/guia-de-servicos/item/turismo.html) Acesso em: 26 ago.2018

Rio de Janeiro, RJ – **Site da prefeitura de Rio de Janeiro.** Disponível em: [www.rio.rj.gov.br](http://www.rio.rj.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

Rio de Janeiro, RJ – **Site da prefeitura de Janeiro – Riotur: Empresa Municipal de Turismo.** Disponível em: [www.rio.rj.gov.br/web/riotur](http://www.rio.rj.gov.br/web/riotur) Acesso em: 28 ago.2018

Salvador, BA – **Site da prefeitura de Salvador.** Disponível em: [www.salvador.ba.gov.br](http://www.salvador.ba.gov.br) Acesso em: 26 ago.2018

Salvador, BA – **Site da prefeitura de Salvador – Saltur: Empresa Salvador Turismo.** Disponível em: [saltur.salvador.ba.gov.br](http://saltur.salvador.ba.gov.br) Acesso em: 26 ago.2018

São Luis, MA – **Site da prefeitura de São Luis.** Disponível em: [www.saoluis.ma.gov.br](http://www.saoluis.ma.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

São Luis, MA – **São Luis Patrimônio da Humanidade.** Disponível em: [turismosaoluis.com.br](http://turismosaoluis.com.br) Acesso em: 27 ago.2018

São Paulo, SP – **Site da prefeitura de São Paulo.** Disponível em: [www.capital.sp.gov.br](http://www.capital.sp.gov.br) Acesso em: 28 ago.2018

São Paulo, SP – **Site da prefeitura de São Paulo – Serviços para Turista.** Disponível em: [www.capital.sp.gov.br/turista](http://www.capital.sp.gov.br/turista) Acesso em: 28 ago.2018

Teresina, PI – **Site da prefeitura de Teresina.** Disponível em: [www.teresina.pi.gov.br](http://www.teresina.pi.gov.br) Acesso em: 27 ago.2018

Teresina, PI – **Site da prefeitura de Teresina – Secretaria Municipal de Desenvolvimento Econômico e Turismo.** Disponível em: [semdec.teresina.pi.gov.br/turismo](http://semdec.teresina.pi.gov.br/turismo) Acesso em: 27 ago.2018

Vitória, ES – **Site da prefeitura de Vitória.** Disponível em: [www.vitoria.es.gov.br](http://www.vitoria.es.gov.br) Acesso em: 26 ago.2018

Vitória, ES – **Site da prefeitura de Vitória - Turista.** Disponível em: [www.vitoria.es.gov.br/turista](http://www.vitoria.es.gov.br/turista) Acesso em: 26 ago.2018

Vitória, ES – **Site da prefeitura de Vitória – Turista: guia de serviços.** Disponível em: [www.vitoria.es.gov.br/turista/guia-de-servicos](http://www.vitoria.es.gov.br/turista/guia-de-servicos) Acesso em: 26 ago.2018