



**UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E TECNOLOGIAS
CAMPUS XVIII - EUNÁPOLIS
COLEGIADO DO CURSO DE TURISMO**

CLEMENTE ISMITH SANTOS PEREIRA

**ANÁLISE DO PORTAL VIRTUAL DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE PORTO
SEGURO: UM DESTINO TURÍSTICO**

**EUNÁPOLIS
2022**

CLEMENTE ISMITH SANTOS PEREIRA

**ANÁLISE DO PORTAL VIRTUAL DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE PORTO
SEGURO: UM DESTINO TURÍSTICO**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Bacharelado em Turismo do Departamento de Ciências Humanas e Tecnologia da Universidade do Estado da Bahia Campus XVIII como requisito final da disciplina para obtenção do grau de bacharel em Turismo.

Orientador: Mestre Diego Ramon Souza Pereira

EUNÁPOLIS
2022

FICHA CATALOGRÁFICA

P436a Pereira, Clemente Ismith Santos
 Análise do portal virtual de turismo no município de Porto Seguro:
 um destino turístico. / Clemente Ismith Santos Pereira – Eunápolis,
 2022.
 38f.il.

 Trabalho de Conclusão de Curso – (Graduação) – Universidade do
 Estado da Bahia. Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias.
 Colegiado de Turismo. Campus XVIII.
 Orientador: Prof. Me. Diego Ramon Sousa Pereira.

 1.Turismo. 2. Marketing turístico. 3. Marketing digital. I. Pereira,
 Diego Ramon Sousa. II. Universidade do Estado da Bahia.
 Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias. III. Título.

CDD 338.4791



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA – UNEB
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS HUMANAS E TECNOLOGIAS
CAMPUS XVIII – EUNÁPOLIS
COLEGIADO DE TURISMO

Ata da Sessão de Defesa Pública de
Monografia do Curso de Graduação em
Turismo.

Aos sete dias do mês de julho do ano de dois mil e vinte e dois, com início às onze horas, realizou-se via plataforma Teams a sessão para defesa pública da monografia do discente **CLEMENTE ISMITH SANTOS PEREIRA** intitulada, "ANALISE DO PORTAL OFICIAL DE TURISMO NO MUNICIPIO DE PORTO SEGURO: um destino turístico". Presidido pelo professor mestre Diego Ramon Souza Pereira, na qualidade de orientador, que, por sua vez passou a palavra para a primeira examinadora, Profa. Especialista Deisiane Barreto Ribeiro, que discutiu e levantou questões relevantes para a monografia. O mesmo aconteceu com a segunda examinadora, Prof. Especialista Sílvia Sousa Almeida. Em seguida o professor Diego Ramon Souza Pereira, presidente da banca, teceu comentários sobre o trabalho apresentado e sobre o desempenho de seu orientando.

Encerrada a apresentação, a banca decidiu APROVAR o discente, considerando que foram atendidas as exigências das normas que regulam a apresentação da defesa de monografia do Curso de Bacharelado em Turismo da UNEB Campus XVIII.

Diego Ramon Souza Pereira

Prof. Diego Ramon Souza Pereira
Orientador
Mestre

Deisiane Barreto Ribeiro

Prof^a. Deisiane Barreto Ribeiro
Examinadora
Especialista

Sílvia Sousa Almeida

Prof^a. Sílvia Sousa Almeida
Examinadora
Especialista



UNIVERSIDADE DO ESTADO DA BAHIA - UNEB

Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias
Colegiado do Curso de Turismo
Campus XVIII – Eunápolis



ATA DE DEFESA PÚBLICA DO TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Aos **07** dias do mês de **julho** do ano de **2022**, reuniram-se os membros Banca examinadora constituída pelas docentes Deisiane Barreto Ribeiro, Sílvia Sousa Almeida e pelo docente Diego Ramon Souza Pereira, para proceder a avaliação do Trabalho de Conclusão de Curso intitulado: “ANÁLISE DO PORTAL OFICIAL DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE PORTO SEGURO: um destino turístico”., do discente **CLEMENTE SMITH SANTOS PEREIRA**, como requisito curricular indispensável para a integralização do Curso de Bacharelado em Turismo. Após reunião em sessão reservada, a Banca Examinadora deliberou e decidiu pela:

Aprovação da monografia, com média _____,

Aprovação da monografia com **restrições**, com média 7,0.

Reprovação,

divulgando o resultado formalmente a discente e demais presentes e eu, na qualidade de Presidente da Banca, lavrei a presente ata que será assinada por mim, pelos demais examinadores e pelo aluno.

Diego Ramon Souza Pereira

DIEGO RAMON SOUZA PEREIRA
Orientadora e Presidente da Banca

Deisiane Barreto Ribeiro

DEISIANE BARRETO RIBEIRO
Membro da Banca

Sílvia Sousa Almeida

SÍLVIA SOUSA ALMEIDA
Membro da Banca

Clemente Smith Santos Pereira

CLEMENTE SMITH SANTOS PEREIRA
Discente

CLEMENTE ISMITH SANTOS PEREIRA

ANALISE DO PORTAL OFICIAL DE TURISMO NO MUNICÍPIO DE PORTO

SEGURO: um destino turístico

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao curso de bacharelado em Turismo do Departamento de Ciências Humanas e Tecnologias da Universidade do Estado da Bahia, como requisito final da disciplina para obtenção do título de graduado em Turismo.

Banca examinadora

Diego Ramon Souza Pereira

Prof. Me. Diego Ramon Souza Pereira- Orientador
Universidade do Estado da Bahia – UNEB – *Campus* -XVIII
Secretaria de Educação da Bahia - SEC/Ba

Deisiane Barreto Ribeiro

Prof.^a Esp. Deisiane Barreto Ribeiro
Universidade do Estado da Bahia – UNEB – *Campus* -XVIII

Silvia Almeida

Prof.^a Esp. Sílvia Sousa Almeida
Universidade do Estado da Bahia – UNEB – *Campus* -XVIII

RESUMO

Este estudo tem por objetivo descrever a apresentação do site turístico de Porto Seguro enquanto meio de oferta promocional do destino e apresentar com detalhes o seu funcionamento e produtos ofertados. Analisar quais são esses produtos ofertados e relacionar com o *marketing* turístico, a justificativa para a produção dessa análise vem do fato de querer compreender como os produtos e serviços de uma localidade turística pela oferta de um portal turístico; e sendo a metodologia de abordagem qualitativa, dimensão exploratória e descritiva, com base no levantamento bibliográfico para compressão da construção e objetivos do site turístico; os resultados alcançados foram a partir da percepção da observação do Portal turístico para compreender se de fato ele promovia o destino de Porto Seguro atendendo as características iniciais de oferta turística. Há exposição específica de serviços e produtos do portal que também compõem Porto Seguro e não são apresentados no site e melhorias no portal que precisam serem adotadas para maior ação promocional e fortalecimento do portal.

Palavras – Chave: Marketing; Turismo; Site; Porto Seguro.

ABSTRACT

This study aims to describe the presentation of the tourist site of Porto Seguro while the promotional offer of the destination will present details of its operation and products offered. To analyze what these offers are and how they relate to tourism marketing, a justification for the production of the analysis of the fact that the products want to understand how the products and services of a tourist location offer a tourist portal; being a methodology of qualitative approach, exploratory and descriptive dimension, based on the bibliographic survey for construction and objectives of the tourist site; the expected results for the promotion were based on the perception of the observation of the tourist portal to understand the destination of Porto, taking into account the initial characteristics of the tourist offer. There are specific portal products that are also developed for greater action and strengthening of the portal.

Key Words: Marketing; Tourism; Site; Porto Seguro.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	9
INTRODUÇÃO	10
2 TURISMO E O MARKETING: UMA RELAÇÃO	12
2.1 MARKETING DIGITAL E PROMOÇÃO NA INTERNET	14
2.2 PROPAGANDA	17
3 POR DENTRO DO SITE: O PORTAL VIRTUAL TURÍSTICO DE PORTO SEGURO	18
3.1 DESTINOS.....	21
CONSIDERAÇÕES FINAIS	36
REFERÊNCIAS	38

LISTA DE FIGURAS

Figura 1	Página inicial com a representação de um indígena de Porto Seguro.....	18
Figura 2	Grades com os serviços e produtos turísticos ofertados do Portal online ...	19
Figura 3	Recorte do Portal com a praia do Mundaí, praia de Itacimirim, e Parque do Pau Brasil.....	20
Figura 4	Praia de Itacimirim.....	21
Figura 5	Destinos turístico de Porto Seguro.....	22
Figura 6	Acomodações em Porto Seguro ofertas Pelo Portal turístico.....	23
Figura 7	Arraial d´ajuda eco resort.....	23
Figura 8	Hospedagens ofertas pelo site.....	24
Figura 9	Serviços gastronômicos de Porto Seguro.....	25
Figura 10	Cabana e Restaurante Mar e Mar.....	26
Figura 11	Recorte do final da aba do site informações extras.....	27
Figura 12	Recorte do site com informações sobre regularização dos ônibus em Porto Seguro.....	28
Figura 13	Recorte a página do portal no instagram.....	28
Figura 14	Recorte da aba superior do lado direito com as opções de acesso do site.....	29
Figura 15	Recorte do site com as informações institucionais.....	29
Figura 16	Recorte dos telefones úteis.....	30
Figura 17	Recorte do site com imagens das principais notícias de Porto Seguro ligadas ao turismo.....	31
Figura 18	Recorte do site com as notícias de Porto Seguro.....	31
Figura 19	Recorte do site com imagem de fundo de um evento realizado em Porto Seguro.....	32
Figura 20	Recorte do site com imagem de erro em página inexistente.....	33
Figura 21	Recorte do site com informações de regulamentações.....	33
Figura 22	Recorte do site com as formas de contato do visitante com o portal turístico online.....	33
Figura 23	Recorte do site com informações institucionais.....	34
Figura 24	Recorte do site com informações do conselho municipal.....	34

INTRODUÇÃO

O turismo se caracteriza pela produção de serviços e produtos em uma determinada área turística ou território, esses produtos e serviços são trabalhados como ofertas turísticas produzidas para a atração de visitantes naquela localidade assim gerando renda econômica e satisfação de quem compra os produtos ofertados.

Para se atingir esse êxito se faz presente o uso de instrumentos que vão impulsionar essas ofertas e promoções, portanto se faz necessário o uso do *marketing* que utiliza de técnicas e meios de como conduzir uma oferta, promoções e como desperta o interesse nos clientes assim aumentando a procura turística. E quando no turismo o destino turístico é trabalhado com a ideia de um serviço e produtos que vão trazer aos visitantes a realização de suas necessidades de lazer e conhecimento. Sendo, portanto, alinhado do turismo nessa construção que tem como objetivo também a geração de lucro e o suprimento de necessidades dos turistas.

O *marketing* entra como uma ponte que liga os serviços e produtos ofertados aos clientes que possuem uma necessidade a ser suprida através dessa ligação. O *marketing* turístico promove ações voltadas para vendas de produtos e serviços destacando as promoções de determinadas localidades e criando o aumento da demanda turística sendo ela a procura por esses serviços ofertados por essa ação do *marketing* turístico. Entre tantas formas de que o *marketing* turístico se utiliza para realizar as ofertas de seus serviços e produtos através dos meios de consumação a que mais se destaca na atualidade é uso da internet que é um dos meios de comunicação com maior alcance global bastando está conectado para se alcançar a qualquer pessoa que utilizar

A umas dessas ferramentas que a internet dispõe são os *websites* que são páginas criadas com informações, objetivos e interações para se relacionar com quem visita essas páginas. Também são reconhecidas como portais de redes; sendo um espaço de interatividade entre a informação de forma objetiva e recursos visuais. Diante deste cenário lanço o seguinte problema de pesquisa: como está configurado o portal oficial virtual de turismo no município de Porto Seguro-BA para a promoção do destino turístico?

O presente trabalho teve como objetivo principal compreender a divulgação do turismo no município através do seu portal oficial. Assim como seguiu com os seguintes escopos secundários, foram eles: perceber os mecanismos de busca presente no *site* e outros fatores contribuem para que o visitante do portal virtual se sinta atraído; analisei a promoção da localidade de como essa oferta está nos parâmetros de um portal com teor turístico. Portanto, essa pesquisa tem a finalidade a relação entre o marketing turístico e o Portal turístico virtual de Porto Seguro¹.

A justificativa se deu a partir da proposta de reforçar a análise das novas formas de interação do *marketing* turístico, adaptando as mudanças de mercado que trouxe benefícios para a área do turismo e que possibilitam uma nova ótica de mercado. Tais mudanças começaram com a chegada da internet, que desenvolveu uma nova forma de comunicação e relação entre pessoas. Com a inserção de ferramentas digitais denominadas *websites* se possibilitou uma nova forma de interação entre várias categorias de empresas e as diversas áreas do Turismo. Em relação à Metodologia, ela partiu da abordagem qualitativa no sentido de estudar o portal virtual turístico de Porto Seguro.

Assim como também a pesquisa possuiu a dimensão exploratória e descritiva por ter como objetivo descrever os processos que se encontram em um portal turístico e sua análise. Esta pesquisa visou contribuir na área de turismo em relação a trazer informações atreladas ao processo do uso do *marketing* digital como mecanismo de divulgação turística. Por isso a proposta é conhecer os procedimentos que estruturam um portal turístico, sendo mais específico o Portal de Porto Seguro como um mecanismo de promoção da localidade turística.

¹ O link do site analisado <https://portosegurotur.com/>.

2 TURISMO E O MARKETING: UMA RELAÇÃO

Uma definição para o termo Turismo é difícil de ser criada e principalmente de ser aprovada pelos estudiosos do turismo, pelo dicionário Houaiss conciso (2011) consta que ele é: ação de viajar por diversão ou para fins culturais, atividade econômica de dirigir grupos de turistas em viagem, dando informações e vendendo itinerários de excursão. Outra definição é:

Turismo é o conjunto das relações e fenômenos decorrentes das viagens e estada de forasteiros, desde que não vinculados a alguma atividade produtiva nem com residência permanente no destino. (BENI, 2012, p. 15 apud HUNZIKER, KRAPP, 1942, p. 21)

Logo o turismo se caracteriza pelo deslocamento de um grupo ou apenas um indivíduo para outra localidade, o turismo trabalha com a produção de zonas turísticas, sendo elas espaços, urbanos ou rurais, produzidas com serviços e produtos específicos encontrados naquelas localidades, portanto o que transforma em algo *sui generis*. E tem por objetivo a geração de renda e promoção do deslocamento de visitantes com seus serviços e produtos turísticos.

De acordo com Beni (2012), o turismo se apresenta de forma cada vez mais única e firme na atualidade e com grande valorização e estímulos amplos econômicos, políticos e sociais assumindo novas formas e cada vez mais indivíduos.

Certamente o turismo é uma ação que movimenta a economia da cidade, além disso, há uma valorização dos patrimônios históricos e arquitetônicos do local. A preservação da natureza é outro fator positivo para os moradores do local e a integração do poder público na estruturação da localidade como verbas de incentivo na promoção turística, melhorias e maior investimento em geração de empregos pelo setor privado.

Já o Marketing instrui:

A identificação e a satisfação das necessidades humanas e sociais. Uma das mais sucintas e melhores definições de marketing é a de “suprir necessidades gerando lucro”. (KOLTER, KELLER, 2012, p. 2).

O *marketing*, portanto, é uma atividade que identifica uma necessidade de um indivíduo ou grupo e trabalha na resolução dela; através da observação da demanda.

O *marketing* é também uma área de estudo que busca informações de mercado analisando as necessidades de um determinado público, para entender como se fazer uma oferta, para conseguir gerar produtos e serviços de forma que possa atingir o público e assim proporcionar ofertas e promoções com base nos dados coletados e ter um resultado positivo.

Cansas (2019) define o *marketing* como atividade onde indivíduos realizam uma ação com base no conceito de troca, que levou a criação de serviços e produtos mais trabalhados para resolução das necessidades de determinado grupo social que interagem com as trocas.

Outro papel que o *marketing* desempenha é atribuir valores aos produtos e serviços que estimulam o fator emocional do cliente obtendo a satisfação sendo que o custo continua envolvido. É agregado o valor emocional no serviço ou produto adquirido para se ter um valor maior do que o financeiro.

Neste cenário destaca-se o *marketing* turístico, também conhecido como *marketing* do turismo ou turismo de *marketing* que são as mesmas ações que o *marketing* utiliza, mas, voltadas para a área do turismo.

O *Marketing* Turístico visa explorar o mercado turístico e hoteleiro da mesma forma que faz com produtos e serviços, entretanto considerando todas as particularidades desse mercado (MOTA, 2011, p. 9).

O *marketing* turístico se apropria dos desejos já estabelecidos pelos seus consumidores assim trabalhando em ações de mercado e planejamentos para a realização desses desejos obtendo a realização dos clientes e criando informações de seus produtos e serviços assim criando conexão com seus consumidores.

Marketing turístico é a junção das ações do *marketing* com o turismo, ou seja, promoção dos serviços e produtos turísticos ofertados de forma direcionada para cada público e segmentos turísticos, tendo como objetivo despertar a necessidade de deslocamento para zona turística ofertada, gerando uma demanda e de tal modo obtendo lucro com a chegada dos visitantes ao consumir os serviços e produtos.

E com as novas formas de interação social e de comunicação que vieram com a chegada da internet que possibilitou um alcance maior em vários mercados inclusive o mercado turístico que ao utilizar o *marketing* turístico impulsionou as demandas turísticas.

Outros fatores que elevam o *marketing* turístico na atualidade é a utilização das novas aplicações do *marketing* que são: *marketing content* e *marketing* digital que juntos completam o *marketing* turístico alcançando novos públicos e novos mercados.

2.1 MARKETING DIGITAL E PROMOÇÃO NA INTERNET

Atuando de forma conjunta ao turismo o *marketing* possui características e tipologias específicas para se trabalhar cada demanda e necessidade apresentada dentre elas uma muito bem executada pelo *marketing* turístico que é o *marketing* de conteúdo, conhecido também como *Content Marketing* que utiliza informações para suprir as necessidades e demandas.

Através de todos os meios de informações e meios publicitários para divulgar os serviços e produtos. Com a evolução das informações e os novos consumidores é essencial também o uso do *marketing* digital que é o uso do *marketing* tradicional sendo estruturando para um modo operacional na rede *web*.

Las cansa (2021) destaca que o *marketing* digital são as ações do *marketing* tradicional realizadas *on-line* por indivíduos ou empresas utilizando os recursos da internet.

De acordo com Torres (2009) o *marketing* digital é quando se utiliza a internet para criar relacionamentos com os clientes e assim conhecer quais são as suas demandas e necessidades para assim realizar os seus desejos e suas histórias.

Com as táticas de conteúdo do *Marketing* Digital esse mecanismo muda, pois se deixa de abordar o consumidor de forma agressiva apenas para oferecer um determinado produto, passando para uma abordagem diferenciada, onde primeiro são apresentadas informações sobre a empresa e o serviço oferecido, sua utilidade e diferenciais ao consumidor, e também que estejam relacionados à filosofia empresarial.

De acordo com Martha Gabriel (2020) o *marketing* em ambiente digital coloca você e seus possíveis clientes nos mesmos canais. Esta configuração auxilia uma ~~melhor~~ interação entre clientes e serviços, visando uma obtenção de mais informações, produtos e serviços, tendo uma visão completa dos clientes nos canais digitais.

As plataformas digitais estão cada vez mais em ascensão, possibilitando um número crescente de interações virtuais. Uma maior presença entre os participantes nessas contas tendo vários endereços de e-mails, e *login* em diversos aplicativos. Isso sem falar da capacidade crescente de armazenamento nas nuvens, acessando tudo em vários dispositivos móveis conectados à internet (GABRIEL, 2020).

As vantagens dos profissionais que trabalham com o *marketing* digital estão na facilidade em atuarem em outras áreas estimulando as vendas de produtos e serviços com facilidade, pois as lojas *on-line* diferentemente das físicas funcionam 24 horas com um alcance global. Possuindo as vantagens de trabalhar de qualquer local tendo vários nichos de mercado e, ao mesmo tempo, direcionado as ações aos consumidores.

Este cenário amplia-se a relação entre o público e a internet, virtualizando ações que antes eram feitas no campo físico e agora passa ser um instrumento virtual. Essas ações do *marketing* digital na *web* que gera lucro e satisfaz os consumidores com as vendas de serviços e produtos é o *e-commerce* ou traduzindo, comércio eletrônico. Configura-se como o processo de compra e venda de produtos por meios eletrônicos, como aplicativos móveis e internet voltado para compras *on-line*. Feitas pela internet e transações eletrônicas sendo que nas últimas décadas está se fazendo uma migração de lojas físicas passarem a atuar nas redes a partir de lojas virtuais (GABRIEL, 2020).

Outro destaque do *marketing* digital está no aumento do retorno comercial, sendo que os profissionais da área possuem um resultado mais rápido, pois consegue chegar ao seu cliente, realizando o desejo, ou necessidade deles recebendo um retorno econômico com brevidade conforme as vendas dos produtos ou serviços.

O mundo digital é uma área de trabalho tanto para os profissionais de turismo como o de outras áreas. Por tanto é uma área em ascensão e valorização tanto para o profissional como para a empresa que do serviço prestado. Vendem-se serviços e produtos que vem crescendo de forma rápida com o uso da internet, encurtando as fronteiras físicas e outras com seu alcance dinâmico e rápido trazendo valor econômico para empresa e realização do profissional tanto economicamente, como pessoal.

De acordo com a pesquisa “Maturidade do Marketing Digital e Vendas no Brasil”, feita pela Resultados Digitais em parceria com Mundo Marketing,

Vendas B2B e Rock Content, 94% das empresas no Brasil escolhem o marketing digital como estratégia de crescimento (MONEYTIMES, 2021).

Um dos fatores essenciais ao se trabalhar com *marketing* ou *marketing* turístico digital é a promoção, ela se utiliza de diversas ferramentas e meios comunicativos para potencializar a oferta do produto assim promovendo e utilizando a publicidade como meio de atingir maiores públicos; e chegando aos seus futuros clientes.

A promoção utiliza-se de instrumentos que elevam as vendas de seus produtos, tendo como objetivo o conhecimento destes e seus serviços para o público alvo apresentado mantendo credibilidade (GABRIEL, 2010).

Ela também é caracterizada nas seguintes ações: propaganda, promoção de vendas, *Marketing* direto, relações públicas, venda pessoal que juntas constituem os aspectos da promoção.

Propaganda (PP) – Usada para propagar uma mensagem ao público-alvo. Características: repetição da mensagem muitas vezes, impessoal, cara.
Promoção de vendas (PV) – Usada para incentivar a experimentação e o relacionamento com o público-alvo. Características: oferta de recompensa incentivando a aproximação do público-alvo em direção à marca/produto; ações com tempo de duração determinado (GABRIEL, 2010, p. 26).

Para Gabriel (2010) o *marketing* direto pretende ser um projeto de ação específico para cada público alvo com elementos especiais. As relações públicas têm reputação do produto ou marca e fortalecimento de seu nome assim sempre em destaque e credibilidade. As vendas pessoais são usadas para formação do público com a empresa sendo mais direcionada e com benefícios para ambos (Gabriel, 2010).

De acordo com Ignarra (2017) é a intenção do turismo em utilizar de ferramentas para convencer o turista a se deslocar de sua casa para zona turística através de seus produtos e serviços, trabalhados para potencializar suas características despertando o interesse do turista.

Pois, no turismo a promoção dar-se-á a partir da utilização de imagens e recursos visuais para estimular a compra do produto tendo a publicidade como ferramenta mediadora dessas ações onde se utiliza de cartazes e panfletos. Portais, estações de rádios, diversos meios de comunicação visual para além de estimular a venda informa sobre o produto e serviço comercializando (IGNARRA, 2017).

É evidente que a promoção turística não é apenas tentar estimular os clientes a se deslocarem da localidade apenas com os produtos e serviços apresentados, mas

ter uma estrutura informativa das vantagens e recursos que complementam essa compra. É preciso produzir um material informativo com as informações da localidade além de seus produtos e serviços. Neste cenário a estrutura turística deve conter: os atrativos turísticos, recursos naturais e de serviços de saúde pública, locadora de veículos ou transporte e serviços de entretenimento como cinemas e shoppings, restaurantes, aeroportos, rodoviárias, embaixadas e consulados cujo material de divulgação deva ser produzido pelos órgãos públicos oficiais como Estado, e Municípios assim potencializando essa promoção turística.

A promoção turística foi caracterizada como um dos serviços essenciais que uma localidade deve possuir, a partir desta informação se alcança os futuros clientes que vão desde portais turísticos e canais de comunicação, como por exemplo rádios e propagandas televisivas. Não se deve descartar também o uso de internet e mídias sociais como mecanismos de divulgação da localidade turística.

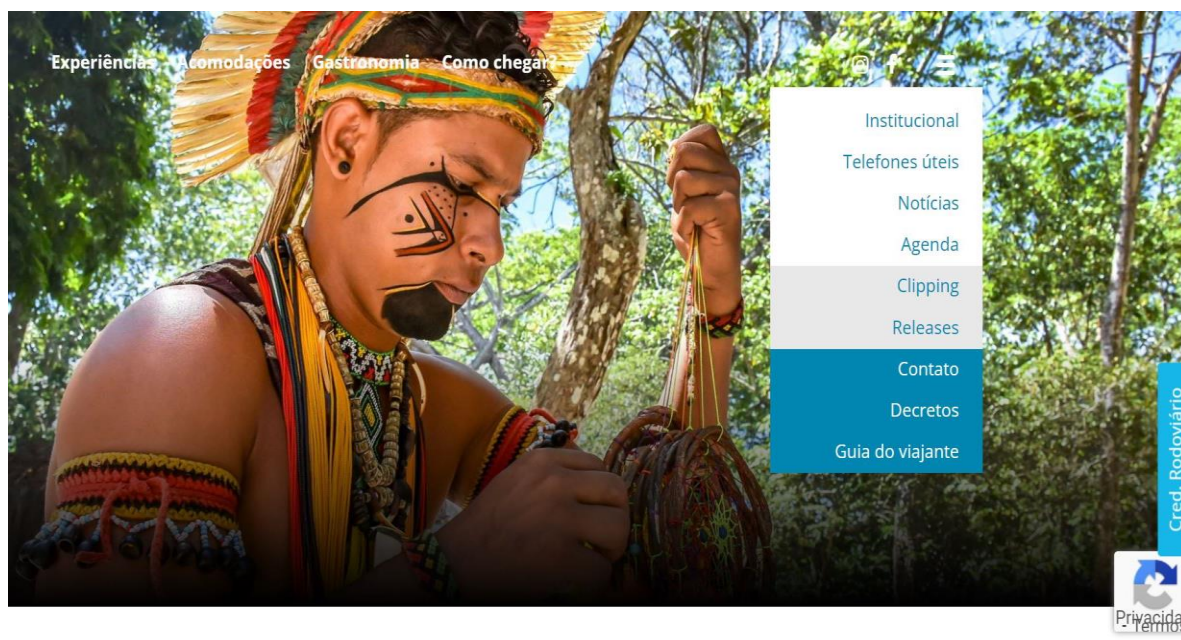
2.2 PROPAGANDA

Um aliado poderoso da promoção turística é a propaganda, pois vai informar aos potenciais clientes todos os serviços e produtos da localidade e suas ofertas. Também compõem essa localidade, o que ela possui de especial e os elementos essenciais que devem haver em um destino turístico sendo seu dever primordial de informar, estimular, motivar e convencer de forma interessante os possíveis clientes/turistas.

Propaganda é um exercício de comunicação cuja finalidade é persuadir influenciando as pessoas a consumirem o objeto apresentado assim despertado interesse (Gabriel, 2010). A aplicação de uma propaganda bem estruturada aos serviços e produtos turísticos que se utiliza dos elementos de *marketing* turístico e digital é bem informativa além de passar a segurança ao cliente que se desloca pela primeira vez a uma localidade possui função de elevar esse destino turístico. Além de atingir ao público, vender e informar os produtos e serviços de localidade e sua estrutura turística ela agrega valor e confiança elevando as vendas dos destinos turísticos.

3. POR DENTRO DO SITE: O PORTAL TURÍSTICO VIRTUAL DE PORTO SEGURO

Figura 1 - página inicial com a representação de um indígena de Porto seguro.

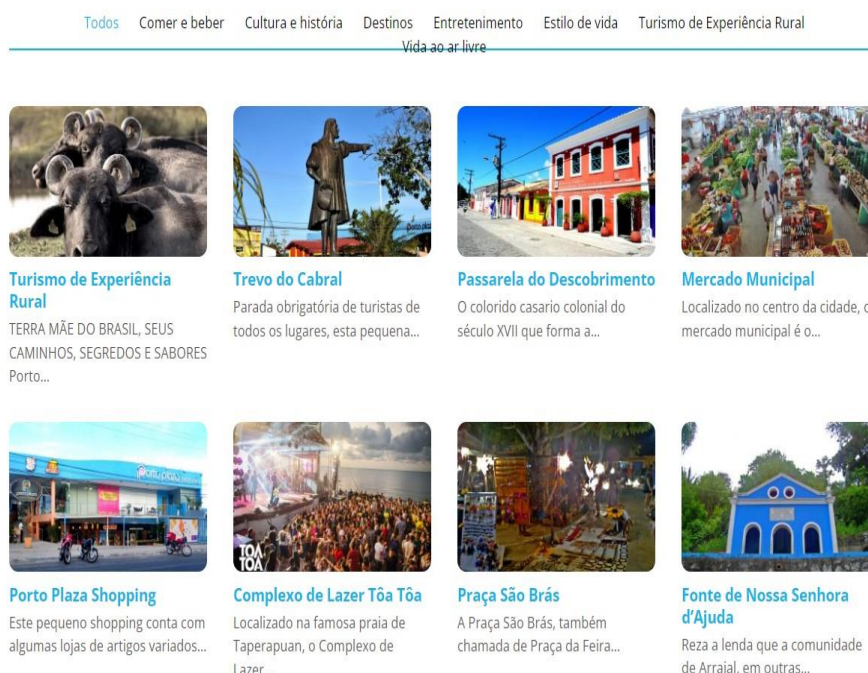


Fonte: Home do site, disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

A partir de agora o que será feito é a descrição do site <https://portosegurotur.com/> e logo em sua *home* (*Home page* é a principal página de um site, ou seja, ela é a página de entrada. Através da *Home Page* o usuário tem as primeiras impressões sobre seu negócio, por isso é importante que ela tenha um design bem pensado e focado na experiência do usuário) o que temos é um dos elementos símbolos, exaltados nos discursos da cidade que é “A cidade do Descobrimento, a terra mãe do Brasil”.

Além da imagem acima, de um indígena, descendo a página temos organizados em lista: **Todos, Comer e beber, Cultura e história, Destinos, Entretenimento, Estilo de vida, Turismo de Experiência Rural, Vida ao ar livre**, sendo cada tópico organizado de forma rápida para acesso do cliente. E logo, a abaixo a agenda da cidade de Porto Seguro.

Figura 2 - Grades com os serviços e produtos turísticos ofertados do Portal online.



Fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

A tela inicial do site de promoção turística de Porto Seguro se inicia com quatro indicações iniciais de ação para o visitante, todas localizadas do lado esquerdo, sendo elas: experiências, acomodações, gastronomia, como chegar.

Além disso, tem um espaço para busca, onde se abre uma nova aba relacionando a palavra sugerida a ação a ser realizada pelo visitante do *site*.

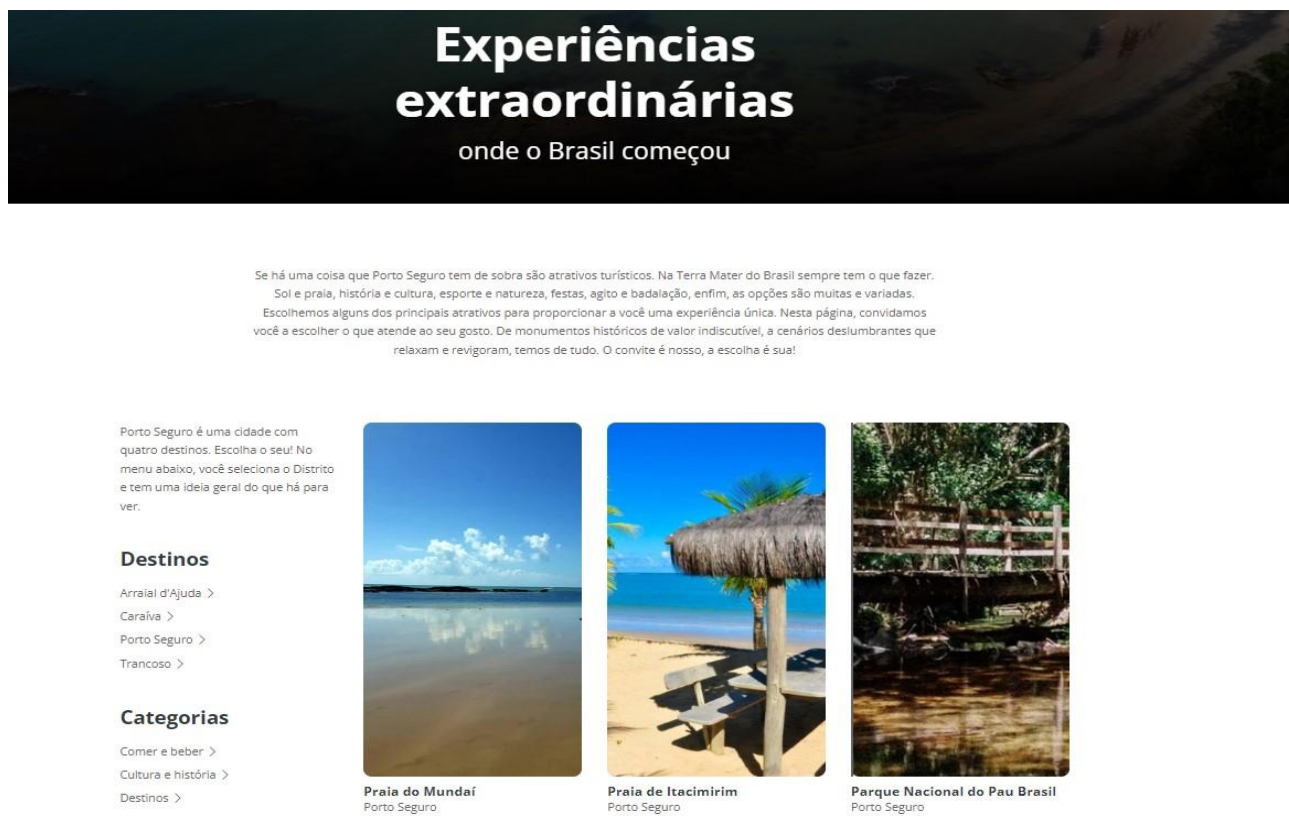
Outro elemento também presente na *home* do site, ao lado direito, são os ícones de redes sociais ao qual estão associadas ao *site*, como o ícone do *Instagram* e *Facebook*; logo abaixo um ícone com três traços que complementa a tela inicial com as seguintes representações: institucional, telefones uteis, notícias, agenda, *clipping*, *realeses*, contato, decretos e guia do viajante. Apesar destas outras redes sociais o que será explorado aqui é o site <https://portosegurotur.com/> e o seu conteúdo.

Para além da *home* do *site*, temos as abas que se configuram como espaços mais específicos de informações aos visitantes. Lembrando que o foco deste site é ser o portal oficial sobre roteiros, passeios, espaços que podem ser conhecidos pelos visitantes em Porto Seguro e nos distritos de Arraial d'Ajuda, Trancoso e Caraíva. Têm-se outros espaços territoriais na cidade que não está presente nesse site como Agrovila

e outras regiões que ficam ao longo da BR 367 (trecho que fica entre Porto Seguro a Eunápolis).

Não se tem uma ordem entre as abas, por isso a apresentação delas será de forma aleatória.

Figura 3 - recorte do portal virtual com a praia do Mundaí, praia de Itacimirim, e Parque do Pau Brasil.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Em “Experiências Extraordinárias” ao acessar a aba o visitante irá se deparar com 56 novas abas em formas de imagens das principais experiências que a cidade de Porto Seguro proporciona como atrativo. Cada imagem contendo informações da experiência abordada. Não será apresentado todas, mas vou mostrar alguns exemplos:

Figura 4 - Praia de Itacimirim.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

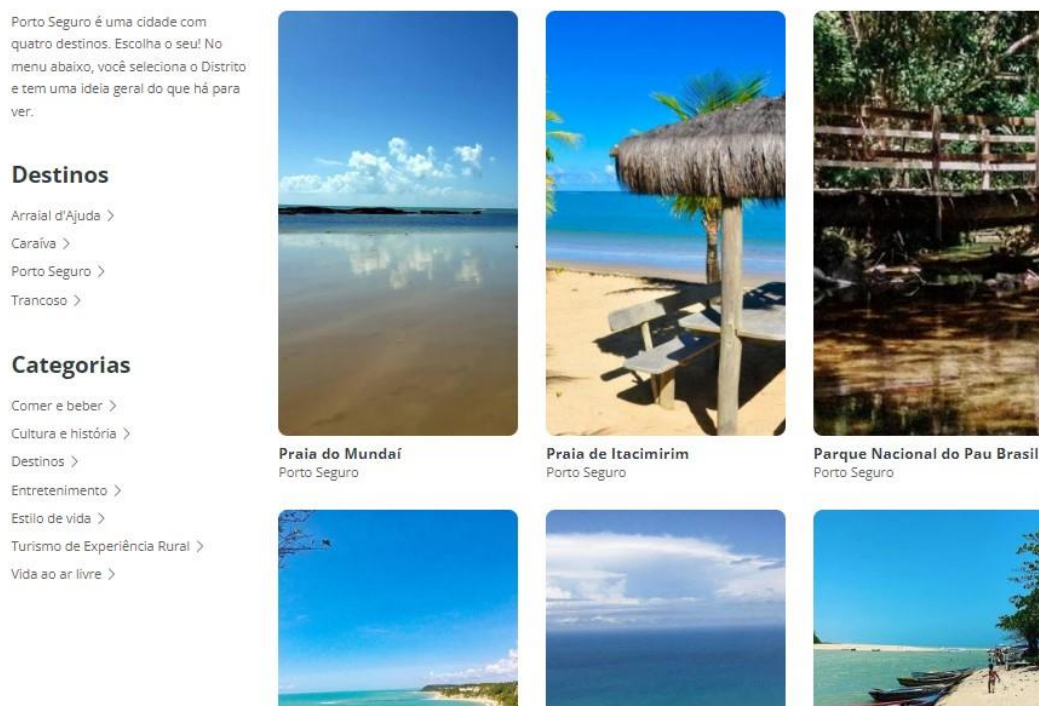
E ao lado esquerdo ainda na aba de experiências, temos subcategorias de ação na página, sendo elas: destinos (Arraial d’Ajuda, Caraíva, Porto Seguro, Trancoso), comer e beber, cultura e história, entretenimento, Estilo de vida, Turismo de Experiência Rural, Vida ao ar livre. Cada subcategoria dessa organiza a experiência conforme a representação do nome na categoria, repito as demais experiências iniciais são apresentadas a partir de cinquenta e suas imagens escolhidas por representar um espaço dito como experiência. É válido repetir que tem espaços em outras áreas do município que não estão representadas, como por exemplo todo o potencial localizado ao longo da BR 367 (trecho de Porto Seguro à Eunápolis).

3.1 DESTINOS

Arraial d’Ajuda, Caraíva, e Trancoso onde estão localizados os nomes dos distritos que compõem a cidade de Porto Seguro. Ao clicar em cada nome de um distrito uma nova aba é apresentada as “experencias” da tela inicial que agora estão em ordem para aquele distrito sendo organizados em seções de localização. Em vez

da visão geral da primeira aba que classifica as cinquenta e seis opções de experiências. Temos, portanto, a localização por distrito.

Figura 5 - Destinos turístico de Porto Seguro.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

É interessante refletir que o marketing produzido em relação a cidade de Porto Seguro visa atender o mercado turístico de “Sol e Praia” mola principal da economia da cidade e que atende aos principais empresários da cidade, por isso não se tem nenhuma menção a roteiros alternativos, hospedagem mais baratas ou a locais que não envolvam as praias ou regiões próximas a ela.

No segundo destaque “Acomodações aconchegantes”. A aba apresentada segue o mesmo padrão do que foi exibido anteriormente mais agora voltada para acomodações de Porto Seguro onde o site disponibiliza trinta e seis opções de hospedagens. Classificadas em imagens, cada imagem revela uma nova aba com informações das hospedagens e mais informações daquela escolhida. Outro detalhe bem perceptivo é apresentação das acomodações aconchegantes e a falta da apresentação de *hostels* que são acomodações onde o visitante paga sua estadia de forma mais econômica; pois essa categoria de serviço só oferece café da manhã e estadia noturna, e na cidade de Porto Seguro existe muitos *hostels* e não foram

apresentados como opção, Entre as sugestões destaco a Pousada Travel Inn localizada em Trancoso.

Figura 6 - Acomodações em Porto Seguro ofertas Pelo Portal turístico online ou site.



Acomodações aconchegantes
para um descanso perfeito

Um dos maiores diferenciais competitivos de Porto Seguro é a variedade e a excelência da nossa hotelaria. Com mais de 40 mil leitos disponíveis, já somos o terceiro parque hoteleiro do Brasil, o maior do Nordeste. Para uma cidade com pouco mais de 140 mil habitantes, convenhamos, não está nada mal! De resorts de luxo operando no sistema "all inclusive" a pousadas de charme exclusivas. Seja sozinho ou com a família, pra evento, ou que caiba no seu bolso, pode vir tranquilo que Porto Seguro é como coração de mãe: sempre cabe mais um!

No menu abaixo, você escolhe o seu destino, e decide onde quer ficar. Temos resorts, hotéis, pousadas, com alto padrão de atendimento ou com simplicidade mas conforto só esperando por você!

Destinos

- Arraial d'Ajuda >
- Caraíva >
- Porto Seguro >
- Trancoso >



Estalagem Zen
Caraíva



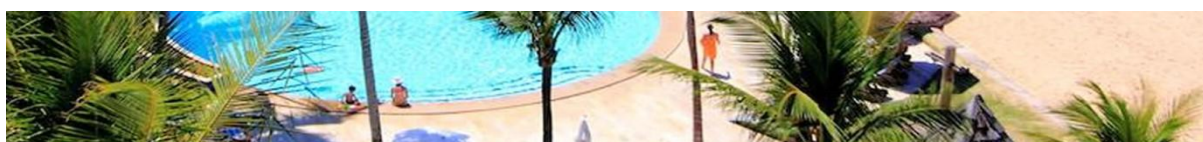
Hotel Barra Sol
Porto Seguro



Aquarela Praia Hotel
Arraial d'Ajuda

Fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Figura 7 - Arraial d'Ajuda Eco Resort.



Arraial d'Ajuda

Arraial d'Ajuda Eco Resort

Localizado na Ponta do Apaga-Fogo, em Arraial d'Ajuda, a Arraial D'Ajuda Eco Resort conta com pier e praia privativa. Sua acomodações de categoria 5 estrelas, possuem Wi-Fi gratuito, TV, ar-condicionado e frigobar com decoração exclusiva e charmosa, tendo algumas unidades vista para o mar ou varanda com rede e vista para o rio. Conta ainda com quadra de tênis, salão de jogos, restaurante, cinema próprio e parque aquático anexo.

O Hotel fica a 5 minutos de carro do Aeroporto de Porto Seguro e oferece transfer para a vila e em balsa própria para a cidade de Porto Seguro.



Fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Essa é uma das dezenas opções de hospedagem sugeridas pelo *site*, novamente reforça o intuito do turismo da cidade “Sol e Praia”, a questão que fica é: o que o turista pode fazer na cidade ou nos distritos em um momento de chuva ou no período de chuva da nossa região? O *site* não nos dá esta opção. Por isso o site aqui analisado já nos mostra uma limitação em relação a possibilidade de atividades em dias de chuva.

E seguindo o mesmo padrão de diagramação do lado esquerdo é organizado com os nomes dos distritos de Porto Seguro, as descrições dos tipos de unidades de hospedagem, como hotéis e pousadas; assim ao apenas um clique é organizado por tipo as imagens iniciais de “Acomodações Aconchegantes” agora classificadas por onde do tipo nas categorias hotel todos os hotéis listados.

Figura 8 – Meios de hospedagem em porto Seguro.

No menu abaixo, você escolhe o seu destino, e decide onde quer ficar. Temos resorts, hotéis, pousadas, com alto padrão de atendimento ou com simplicidade mas conforto só esperando por você!

Destinos

Arraial d'Ajuda >
 Caraíva >
 Porto Seguro >
 Trancoso >

Categorias

Albergue / Hostel >
 Apart-hotel / Flat >
 Hotel >
 Hotel fazenda / Pousada rural >
 Pousada >
 Resort >



Estalagem Zen
 Caraíva



Hotel Barra Sol
 Porto Seguro



Aquarela Praia Hotel
 Arraial d'Ajuda



Arraial d'Ajuda Eco Resort
 Arraial d'Ajuda



Adios Amigos Hostel
 Arraial d'Ajuda



Baixú Village Hotel
 Arraial d'Ajuda

fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

De acordo com as hospedagens listadas no *site* e a depender da localidade de onde ela está, a exemplo das hospedagens em Trancoso, mais criteriosa e elitista é a circulação de visitantes. Por isso o portal traz uma Porto Seguro cara, luxuosa e paradisíaca.

Na aba gastronomia são organizadas quarenta e três imagens com os restaurantes e ações gastronômicas promovidas pela cidade de Porto Seguro.

Figura 9 – Recorte do site com estabelecimentos gastronômicos em Porto Seguro.

O melhor da culinária

no berço do descobrimento

A variedade de cores e sabores da nossa culinária é surpreendente! As receitas não satisfazem apenas o estômago, mas enchem os olhos e também a alma! O arco-iris parece estar presente em cada prato, tal é a variedade cromática diante de seus olhos! Aprecie devagar, curta cada nuance, cada nota do tempero. Peixes, frutos de mar, carnes nobres, massas, saladas e frutas, muitas frutas, dão o tom nesta viagem gastronômica proporcionada pela variada oferta de bares, restaurantes e bistrôs espalhados por nossa sede, praias e Distritos. 🍷 de dar água na boca! Mas não se iniba. Todos os pecados serão perdoados. Amém! Saravá!

No menu abaixo, você pode escolher entre os destinos de Porto Seguro e encontrar a melhor opção para experimentar nossa cozinha. Da pizza à moqueca, da culinária baiana à internacional, temos de tudo. Encontre o local mais perto de você e bom apetite!

Destinos

- Arraial d'Ajuda >
- Caraíva >
- Porto Seguro >
- Trancoso >

Categorias



Cabana e Restaurante Mar &



Restaurante Canto Italiano



Colher de Pau - Centro

Fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Ao lado esquerdo da aba de gastronomia temos separados os tópicos organizacionais onde são localizados os distritos de Porto Seguro e os tipos de serviços e ações gastronômicas.

Abaixo segue um exemplo das opções sugeridas pelo *site*, em relação a possibilidade de alimentação:

Figura 10 – Restaurante e cabana Mar & Mar.

Porto Seguro

Cabana e Restaurante Mar & Mar

Conforto, afeto e excelente atendimento. Esses são os cartões de visita da barraca Mar & Mar.

Uma das melhores opções em Porto Seguro para a família, oferece aos seus clientes e amigos um cardápio variado com o que há de melhor da culinária baiana e regional, com gostinho de comida caseira.

A equipe proporciona aos seus clientes atendimento personalizado àqueles que chegam como visitantes e se despedem como grandes amigos da família Mar & Mar.

Cozinha Brasileira, Frutos do mar, Sul-americana

Endereço Rodovia Br 367 Porto Seguro Eunapoli Km 367 66 | Em frente ao Hotel Portal do mundial, Porto Seguro, Bahia 45810-000, Brasil

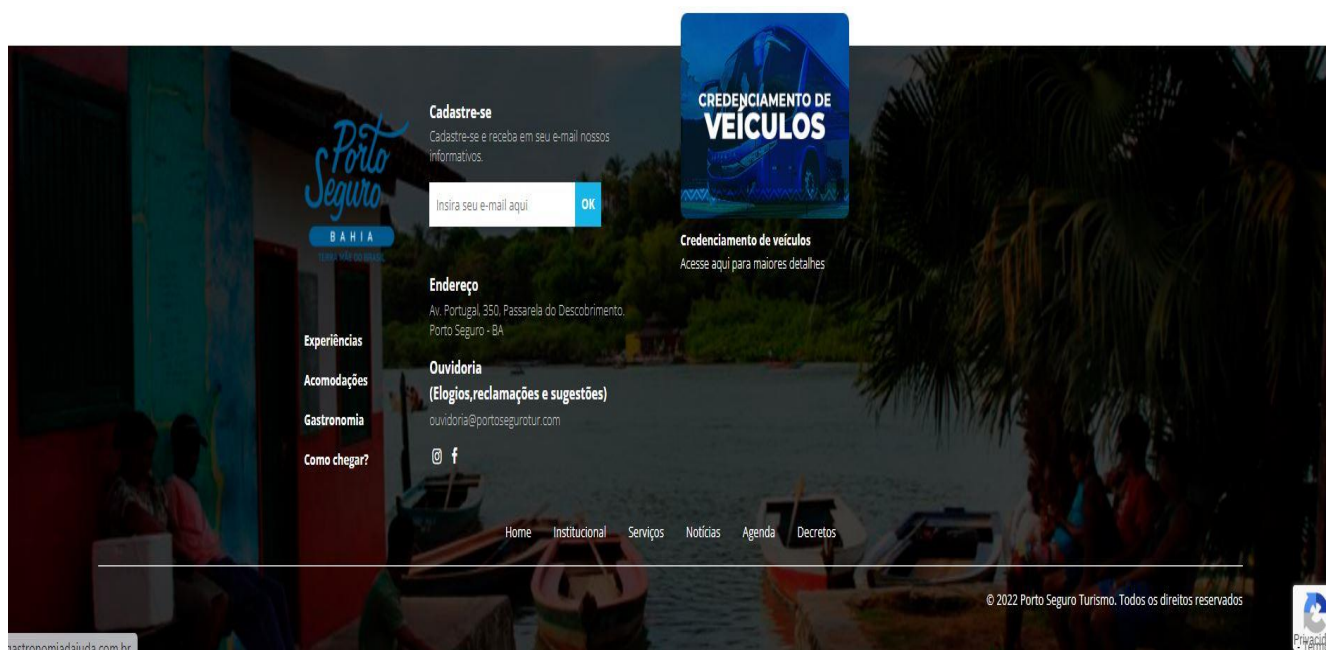


fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Ao clicar sobre o nome do serviço gastronômico, temos mais detalhes do mesmo. Todavia todas as opções ofertadas no catálogo relacionam-se a grandes restaurantes, restaurantes com prestígio nos contextos onde estão localizados ou lugares vinculados a hotéis, estes ambientes localizados nos circuitos já consolidados em Turismo, exemplo: rua do Mucugê (em Arraial), Passarela do Álcool (centro de Porto Seguro) e o Quadrado (em Trancoso). Pelo transmitido no Portal não se há opção para além destes lugares, reforçando uma elitização destes espaços e um desprestígio de outros lugares alimentícios pela cidade.

Na quarta aba “Como chegar lá”. Abre-se um link direcionando ao *Google maps*. Onde o visitante do *site* pode inserir sua localização atual e observar a rota para chegar à cidade de Porto Seguro. E no final das três abas já apresentadas: “Experencias”, “acomodações”, “Como chegar lá”. Temos no final de cada aba, mais opções de interação para os visitantes da página onde se cadastrar, em que se informa o e-mail para receber maiores informações. Tem se também o endereço com contato para maiores informações caso o visitante do *site* esteja na cidade. Além do cadastro do e-mail tem se também a secção da “Ouvidoria” onde o visitante do site pode fazer reclamações.

Figura 11 – Recorte do site aba inferior e mais opções de acesso.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Tem se também do lado esquerdo um ícone com a imagem de gerenciamento de veículos que abre uma nova aba com instruções de como empresas de turismo e ônibus devem se comportar na cidade de Porto Seguro, assim como direcionamentos e leis para as empresas que queiram trafegar em Porto Seguro. Recentemente no ano de 2022 houve uma tentativa da atual gestão da Prefeitura Municipal de regulamentar a circulação dos ônibus turísticos, Decreto 13.540, de 28 de janeiro de 2022, que proíbe a circulação de ônibus de transporte intermunicipal e interestadual em determinadas localidades. Basicamente foi construído um espaço pela prefeitura na Br 367 aonde os ônibus de passeio ficassem estacionados e só seria permitido a sua saída para pegar os turistas para voltar a sua cidade de origem.

A prefeitura chegou a desenvolver campanhas educativas, mapas, roteiros, bolsões, portais, sinalização, *transfers* e estacionamentos. Só que nada disso convenceu o empresariado da rede hoteleira e de barracas de praia que temem uma diminuição de seus clientes. Por isso ainda é visto muitos ônibus de turismo rodando pela cidade e ficando estacionado em qualquer lugar da orla e do centro da cidade de Porto Seguro. Novamente o transporte de passageiros feito pelos donos de lotação²,

² Lotação é um veículo de transporte de coletivo alternativo que basicamente consiste em carros de passeio que por um valor um pouco acima da tarifa do ônibus coletivo transporta pessoas entre os

ou motoristas de aplicativo, assim como o transporte público municipal ficou em segundo plano.

A próxima aba também atrelada a este cenário é a exposta abaixo:

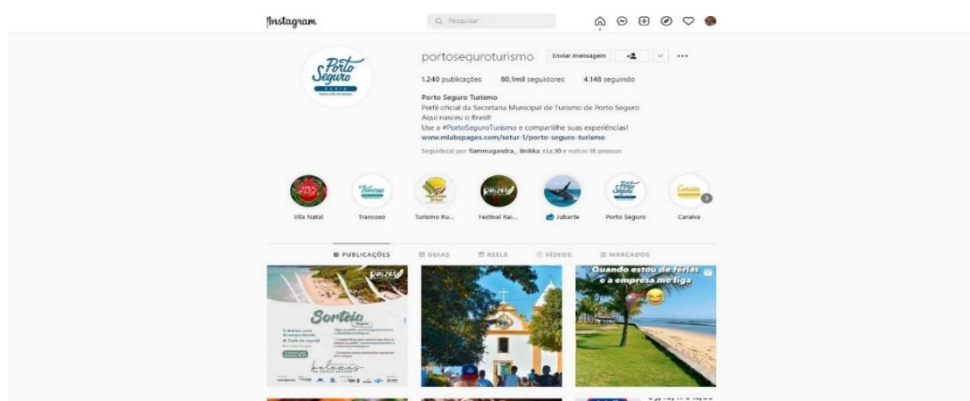
Figura 12 – Recorte do site com informações sobre regularização dos ônibus em Porto Seguro.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

No lado direito temos os dois ícones das redes sociais do *site* de Turismo de Porto Seguro onde são uma extensão da interação com seus visitantes do *site* e ao mesmo tempo as redes sociais oficiais de turismo municipal. Como por exemplo: *Instagram*.

Figura 13 – Recorte a página do portal no instagram.



Fonte: disponível em: <<https://portosegurotur.com/>>

Neste passeio pelo *site* turístico governamental de Porto Seguro, estamos seguindo para as últimas abas. Este espaço é denominado como a ala de informações

bairros da cidade, assim como entre Porto Seguro e cidade próximas (Santa Cruz Cabrália e Eunápolis). A atual gestão municipal está tentando padronizar os veículos que prestam este serviço, colocando estampas e cores no veículo informando o itinerário do mesmo, mas isso ainda é uma iniciativa isolada e com poucos adeptos.

governamentais, onde o visitante vai achar informações acerca dos decretos, regulamentos que regem a visitação, passeio em determinados espaços, como por exemplo a proibição de circulação de carros na rua do Mucugê (em Arraial da A'juda) e no Quadrado, em Trancoso. E mais recentemente com a regulamentação da Rua da Cultura aos finais de semana e feriado no centro de Porto Seguro também ficou proibido a circulação de carros de passeio.

Esta ala de informação, recebe o seguinte *layout*.

Figura 14 - Recorte da aba superior do lado direito com as opções de acesso do site.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

A partir de um direcionamento, temos a aba “Institucional” ela descreve o funcionamento e a apresenta a organização do município de Porto Seguro.

Figura 15 – Recorte do site com as informações institucionais.



Infraestrutura

A Secretaria de Cultura e Turismo fica em um dos principais pontos turísticos de Porto Seguro: na Passarela do Descobrimento, bem próximo à balsa que dá acesso a Arraial d'Ajuda, Caraíva e Trancoso. Sua localização central permite aos turistas fácil acesso a informações de atrativos e equipamentos disponíveis.

Estrutura Organizacional

Prefeito: Jânio Natal
Vice-Prefeito: Paulo Onishi

Superintendência de Cultura

Superintendência de Cultura cabe propor e implantar as políticas públicas para o setor da Cultura, coordenar e supervisionar todas as ações ligadas às diversas manifestações culturais do município, propor e desenvolver iniciativas que amparem a disseminação da cultura preservando seus usos e costumes, e fortalecendo o patrimônio cultural da comunidade. Sugerir estratégias para o desenvolvimento das manifestações culturais do município, assessorando o Secretário na sua implementação.

Superintendência de Turismo

Superintendência de Turismo, que engloba as diretorias de Relacionamento com Mercado e Melhoria da Experiência do Turista, cabe coordenar e supervisionar todas as ações desenvolvidas pelas equipes dessas diretorias, e garantir que os princípios estabelecidos pelo Direcionamento Estratégico sejam observados em cada uma dessas ações. Também cabe a esta superintendência sugerir estratégias de Inteligência de mercado, assessorando o Secretário na sua implementação, atuar como interlocutora do Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo (CMDT), e além disso, representar o Secretário na ausência deste.

Diretoria de Melhoria da Experiência do Turista

Diretoria de Melhoria da Experiência do Turista cabe desenvolver ações relacionadas com o ordenamento e fiscalização da oferta turística, bem como a qualificação e promoção do produto turístico. Sua equipe de técnicos também é responsável pela execução das ações previstas no Direcionamento Estratégico relacionadas à sua área de atuação.

Diretoria de Relacionamento com Mercado

Diretoria de Relacionamento com Mercado cabe coordenar todos os processos de comunicação, institucionais ou não, criando e operando os canais apropriados para dar visibilidade às ações executadas pelas outras áreas. Atua na área de relacionamento com

fonte: disponível em <https://portosegurotur.com/>

Vemos nesta secção apenas uma exposição sobre a organização municipal atreladas diretamente ao turismo. Como se esta dimensão da cidade fosse apenas a única necessária para o visitante ter uma boa experiência com a cidade. Ao exemplo não se tem nada ligado à rede de hospitais (público ou privados), unidades básicas de saúde (UBS) ou unidade de pronto atendimento (UPA) enfim esse é um dos recursos que precisam ser mobilizados para que o turista também possa ter uma seguridade em relação a sua vida.

Na secção de “Telefones úteis” é listado números importantes para que o visitante ao chegar na cidade ou ao planejar sua viagem possa ter os telefones essenciais.

Figura 16 – Recorte dos telefones úteis.



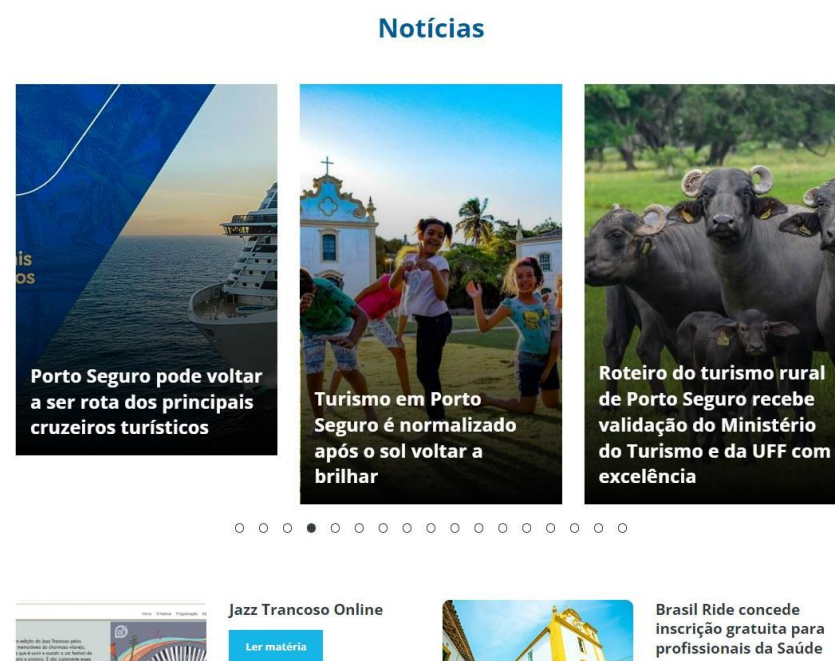
Polícia militar – 190
Bombeiros – 193
Polícia civil – (73) 3268-1783
Polícia federal – (73) 3268-8100
Polícia rodoviária federal – 191
Delegacia do turista – (73) 3268-8611 ou 3268-8610
Delegacia da mulher – (73) 3288-9262
SAMU – 192
Hospital estadual LEM – (73) 2105-6459 ou 2105-6494
Hospital Navegantes (Unimed) – (73) 3162-5000
Hospital Neuroccor (Unimed) – (73) 3288-6324
UPA Frei Calixto – (73) 3268-2032
UPA Arraial D'Ajuda – (73) 3575-3191
UPA Trancoso – (73) 3668-2052
Aeroporto – (73) 3288-1880
Balsa (Rio Nave) – (73) 3288-1799
Balsa (Buranhém) – (73) 3288-2516
Expresso Brasileiro – (73) 3288-3650
Viação Rota – (73) 3288-3791
Viação Águia Azul – (73) 3575-1170
Viação Gontijo – (73) 3288-1267 ou 3288-1198

Fonte: disponível em <https://portosegurotur.com/>

Apesar dos serviços de saúde ou de segurança pública não serem citados na aba “Institucional” já vemos menção a estes serviços na secção “Telefones úteis”, só que por não ter separação entre os números e destinos turísticos sugeridos, que são de: Caraíva, Trancoso, Arraial D’Ajuda e Porto Seguro. O turista que está em Trancoso, por exemplo, não se tem noção que aquele número é de um serviço que atende naquela localidade. O setor turístico da Costa do Descobrimento já sabe que estes quatro grandes locais turísticos mencionados acima são independentes entre si, por isso precisam ser vistos e apresentados de forma mais específica e detalhadas. Pois por exemplo tem se turistas que vão e ficam apenas em Caraíva, não vindo por exemplo à Porto Seguro.

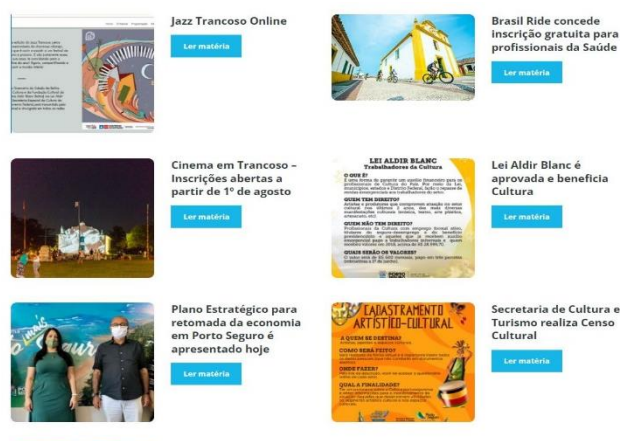
A aba “Notícias” é composta por informativos dos principais eventos acontecendo na cidade e notícias relacionadas.

Figura 17 – Recorte do site com imagens das principais notícias de Porto Seguro ligadas ao turismo.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Figura 18 – Recorte do site com as notícias de Porto Seguro.



fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Nesta secção é exposto os principais eventos, acontecimentos que estão previsto ou que estão nos quatro principais eixos turísticos da Costa de Descobrimento. Entre as notícias temos atividades governamentais ou da sociedade civil. E com isso é elencado atividades ao turistas que podem desfrutar de outros prazeres que vão além de Sol e praia.

Já na aba “Agendas” não se tem nenhum evento, o que podemos associar ao período da pandemia ou a própria falta de habilidade para atualização do site, na atual gestão municipal a secretaria comunicação, não se tem a informação se este *site* é gerenciado por uma empresa privada de comunicação ou se é gestado pelos servidores públicos desta secretaria. Essas são talvez as explicações para não ter informações na secção.

Figura 19 – Recorte do site com imagem de fundo de um evento realizado em Porto Seguro.



Fonte: disponível em <<https://portosegurotur.com/>>

Um detalhe que se percebe na construção da agenda de eventos é a falta de um calendário, que teria como objetivo uma maior imersão do visitante ao destino assim programando sua próxima viagem com algum evento ofertado pelo calendário de eventos.

E sendo mais um ganho para o destino de Porto Seguro assim ampliando o produto com mais opções e ao mesmo tempo potencializando o destino.

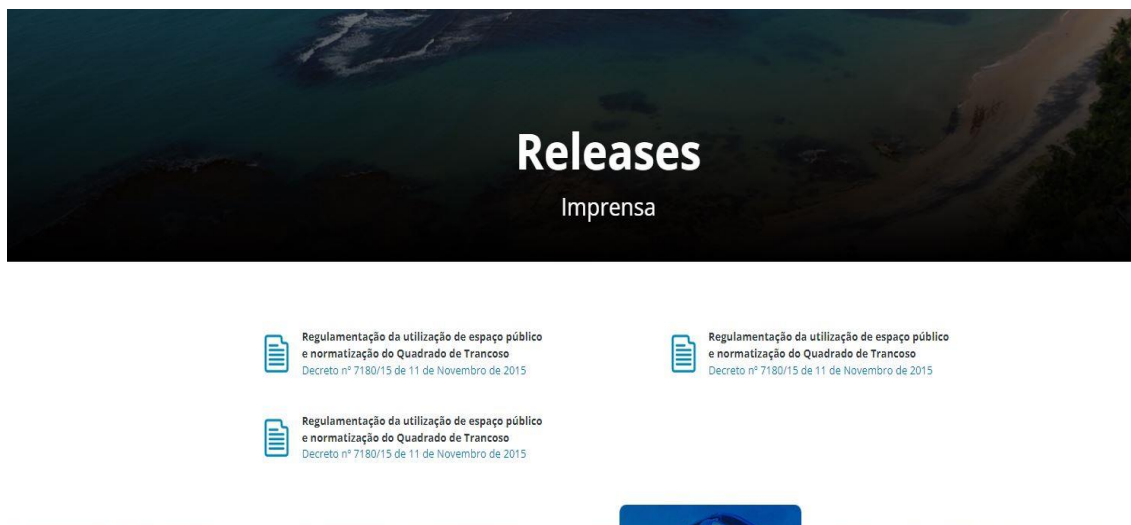
. Figura 20 – Recorte do site com imagem de erro em página inexistente



fonte: disponível em <https://portosegurotur.com/>

Em “*Releases*” a página traz uma regulamentação sobre o distrito de Trancoso. Possuindo uma má diagramação, se percebe com isso uma falta de cuidado com o *site*. O decreto mencionado regulamenta a utilização do espaço público e a normatização de um dos espaços mais visitados no distrito de Trancoso que é o Quadrado.

Figura 21 - Recorte do site com informações de regulamentações.



fonte :disponível em <https://portosegurotur.com/>

Figura 22 – Recorte do site com as formas de contato do visitante com o portal turístico online.



fonte :disponível em <https://portosegurotur.com/>

Já na secção “Em contato”, é mais uma forma de interação com o visitante da página e do portal turístico. Um espaço que o visitante pode interagir com o pessoal do site.

Na seção de “Decretos” é postado os decretos das políticas públicas de Porto Seguro ligados ao setor de turismo.

Figura 23 – Recorte do site com informações institucionais.



fonte :disponível em <https://portosegurotur.com/>

Ao abrir a aba decreto ela se inicia com o nome de institucional e a baixo do título temos as opções de decretos, onde pode clicar e selecionar o decreto desejado e obter as informações sobre ele. Do lado esquerdo e do lado direito temos o título “sobre e conselho municipal” que apresenta, mais duas abas.

Em “Sobre” ela volta para a aba institucional que já foi apresentada e em “Conselho municipal de desenvolvimento do turismo” é apresentado as leis e decretos que o conselho municipal administra e os nomes dos cargos que compõem o conselho sem o nome dos representantes.

Figura 24 – Recorte do site com informações do conselho municipal.

Conselho municipal de desenvolvimento do turismo

O Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo CMDT, surgiu como objetivo de formular as diretrizes e metas da política municipal de turismo observando as características e potencialidades distintas da sede, dos distritos e dos povoados.

Leis e decretos

 Decreto nº 9941/19, de 28 de Janeiro de 2019 - Nomeia Membros do Conselho Municipal de Desenvolvimento do Turismo - CMDT	 LEI MUNICIPAL N 1337/16, DE 19 DE DEZEMBRO DE 2016 - Altera o Art. 4º e seu § 1 da Lei Municipal 1095/13, e dá outras providências
 Decreto nº 6897/15, de 23 de Fevereiro de 2015 - Aprova o regimento interno do conselho municipal de desenvolvimento do turismo - CMDT	 LEI MUNICIPAL Nº 1095/13 DE 04 DE NOVEMBRO DE 2013
 LEI MUNICIPAL Nº 627/06 DE 29 DE MAIO DE 2006 - Altera artigo 4º da Lei Municipal nº 304/98 e determina outras providências	 LEI Nº 305/98 DE 29 DE DEZEMBRO DE 1998 - Cria o Fundo Municipal de Desenvolvimento do Turismo, FUNDETUR
 LEI Nº 304/98 29 DE DEZEMBRO DE 1998 - Cria o CMT - Conselho Municipal de Turismo	

Fonte :disponível em <https://portosegurotur.com/>

O *site* de Turismo de Porto Seguro tem caráter governamental, contudo conforme visto em muitas seções uma forte ligação com o empresariado local, particularmente aquele ligado a Sol e praia. O *site* aqui apresentado e estudado é fruto da Secretaria Municipal do Turismo, Serviços, Atividades e Transporte Turístico coordenada desde 2020 pelo senhor Paulo Cesar Onishi, que também acumula o cargo de vice-prefeito e de empresário do Complexo de Lazer Tôa tôa, o que levou o seu nome social no município de “Paulinho tôa tôa”. A barraca de praia Tôa tôa é tratada pelo *site* como uma das recomendações turísticas da cidade de Porto Seguro.

As atividades propostas pelo site de turismo são agrupadas em três ações principais que são elas “experiências”, “acomodações” e “gastronomia” onde a intenção é despertar o interessante do visitante do *site* em conhecer a Costa do Descobrimento, a “terra mãe do Brasil”. Já nas seções de “agenda” e “notícias” são comentadas as ações municipais em relação ao meio turístico e “eventos” sendo o os elementos principais para promoção das atividades aos visitantes.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo principal analisar o portal turístico de Porto Seguro (portosegurotur.com), e perceber os mecanismos que estão sendo trabalhados, para promoção do destino observando. Portanto figurou como objeto de análise como esse *site* é desenvolvido e organizado para o visitante do portal e quais os produtos e serviços são apresentados.

O principal intuito para a construção desse trabalho foi compreender como é trabalhado a exposição de um destino turístico em um portal turístico e como essa construção de elementos do portal atraem a atenção do visitante. Assim como foi de interesse da pesquisa entender quais são os serviços e produtos apresentados para a divulgação do destino turísticos.

Ao observar com mais detalhes a interação do portal é destacado a falta de recursos para inclusão como acessibilidade no portal, como vídeos com a linguagem de libras (Língua Brasileira de Sinais) e também como diferencial a falta de informações de espaços preparados para receber portadores de necessidades especiais.

Outro ponto é a falta de interatividade do portal no sentido de não possuir vídeos para despertar interesse e falta do *link* de endereço eletrônico da prefeitura com o portal oficial assim aumentando a credibilidade do portal.

Em sua construção como portal virtual turístico de Porto Seguro, dentre suas páginas não são expostos ou citados outros produtos como a Reserva da Jaqueira que abriga a aldeia indígena Pataxó. Assim como o referido portal não descreve outros serviços e produtos em Bairros da cidade com grande potencial, como o Bar e Churrascaria do Bira sendo um espaço muito frequentado na cidade.

Outro ponto que também não foi mencionado, mas, que é um espaço muito agradável a visitação é o Quintal Cambolo, praça de alimentação localizada no bairro Cambolo que possui uma enorme variedade de *food trucks* podendo agradar vários paladares.

Em relação ao produto ofertado no portal: o destino turístico Porto Seguro, de inicial é bem exposto como a apresentação de fotos, serviços, produtos e algumas imagens interativas; mas ao relacionar com destino turístico e toda sua base cultural

e valor histórico e social essa relação fica estremecida pois se percebe que nesse sentido não existe essa relação com Porto Seguro a “terra do descobrimento”.

Sendo que o portal não promove a identidade de Porto Seguro como berço do Brasil, não há o despertar nos visitantes do portal o valor histórico da cidade e assim caracterizando como fator principal o segmento de “Sol e praia” como porta de entrada para o destino e deixando de lado a importância do destino como valor histórico.

Análise do Portal como destino turístico chega ao resultado que de fato há promoção do destino, mas que é necessário a reformulação no portal no sentido de interação e agregação de maiores informações sobre o destino e a inclusão de outras ofertas e serviços que fazem parte do destino e não são apresentados, assim deixando de potencializar mais o destino, outro ponto é a falta da inclusão de acessibilidade dentro do portal virtual que deve ser trabalhada.

REFERÊNCIAS

ASSAD, Nancy. **Marketing de conteúdo** :1ª ed. editora atlas, 2016.

BENI, Mario. **Turismo: Planejamento Estratégico e Capacidade de Gestão** – Editora Manole, 2012.

CASAS, Alexandre. **Administração de Marketing, 2ª edição** Grupo GEN, 2019.

CASAS, Alexandre. **Marketing Digital**. Grupo GEN, 2021.

GABRIEL, Marta, KISO, Rafael. **Marketing na Era Digital 2a ed.** Editora atlas 2020.

GABRIEL, Marta. **Marketing na Era Digital**. Editora Novatec, 2010.

HOUAISS, Antônio; VILLAR, Mauro de Salles. **Dicionário Houaiss Conciso**. São Paulo: Moderna, 2011.

HUNZIKER, W.; KRAPF, K. **Tratado de uma teoria geral de turismo**. Cidade: Editora, 1942.

KOTLER, Pliph. Keller, Kevin L. **Administração de marketing**: 14ª ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2012.

KOTLER, Pliph. KARTAJAYA, Hermawan. SETIAWAN, Iwan. **Marketing 4.0: Do Tradicional ao Digital** Edição Todos os direitos reservados, no Brasil, por GMT Editores Ltda. Rio de Janeiro: Editora, 2017

MONTA, Keila. **Marketing turístico tecnologia em hotelaria** Fortaleza, CE 2011.

MONTEIRO, Plinio. **Gestão de Marketing**: Editoração Eletrônica Belo Horizonte: Sebrae, 2017

NETTO, Alexandre Panosso. **O que é turismo**. Brasiliense, 2017.

TORRES, Claudio. **A Bíblia do Marketing Digital**: tudo que você queria saber sobre marketing e publicidade na internet e não tinha ninguém para pergunta. São Paulo: Editora Novatec Ltda, 2009.