



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS
CAMPUS ARAPIRACA
UNIDADE DE ENSINO PENEDO**

MARCOS ROBERTO MUNIZ SANTOS

**O USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA
DIVULGAÇÃO DA CIDADE DE PENEDO/AL NO PERÍODO DA FESTA DO BOM
JESUS DOS NAVEGANTES**

PENEDO-AL

2017

MARCOS ROBERTO MUNIZ SANTOS

**O USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA
DIVULGAÇÃO DA CIDADE DE PENEDO/AL NO PERÍODO DA FESTA DO BOM
JESUS DOS NAVEGANTES**

Trabalho de Conclusão de Curso, modalidade Artigo de Pesquisa apresentado ao Curso de Graduação em Turismo da Universidade Federal de Alagoas, Campus Arapiraca - Unidade de Ensino Penedo - como requisito para obtenção de grau de Bacharel em Turismo.

Orientadora: Prof^a Msc. Rosemeire Lima Secco

PENEDO-AL

2017



SERVIÇO PÚBLICO FEDERAL
UNIVERSIDADE FEDERAL DE ALAGOAS - UFAL
CAMPUS ARAPIRACA – Unidade de Ensino de Penedo

**O USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA
DIVULGAÇÃO DA CIDADE DE PENEDO NO PERÍODO DA FESTA DO BOM JESUS
DOS NAVEGANTES**

MARCOS ROBERTO MUNIZ SANTOS

Trabalho de Conclusão de Curso, Modalidade Artigo científico submetido à banca examinadora designada pelo Colegiado do Curso de Bacharelado em Turismo como requisito parcial à obtenção do título de Bacharel em Turismo desta Instituição Federal de Educação Superior, em 21 DE FEVEREIRO DE 2017.

Para os membros da Banca Examinadora, este Artigo foi julgado

Aprovado, porém necessitando algumas
correções.

tendo obtido nota 9,0 (nove).

CONCEITO: 9,0 (aprovado)

Banca Examinadora:

Rosemeire Lima Secco
Professora Msc. Rosemeire Lima Secco -UFAL
(Orientadora)

Denyse Evelyn Silva de Oliveira
Prof^o. Esp. Denyse Evelyn Silva de Oliveira - UFAL
(Examinadora)

[Assinatura]
Prof. Dr. Marc Dewison Buarque Lima-Costa
(Examinador)

Dedico este trabalho à Santa Mãe de Deus, Aquela que se entregou em sua totalidade a Deus. Minha eterna protetora, advogada e fonte de inspiração. OBRIGADO!

“Todos os dias quando acordo
Não tenho mais o tempo que passou
Mas tenho muito tempo
Temos todo o tempo do mundo

Todos os dias antes de dormir
Lembro e esqueço como foi o dia
Sempre em frente
Não temos tempo a perder

Nosso suor sagrado
É bem mais belo que esse sangue amargo
E tão sério e selvagem
Selvagem, selvagem

Veja o sol dessa manhã tão cinza
A tempestade que chega é da cor dos teus olhos
Castanhos

Então me abraça forte
Me diz mais uma vez que já estamos
Distantes de tudo
Temos nosso próprio tempo
Temos nosso próprio tempo
Temos nosso próprio tempo

Não tenho medo do escuro
Mas deixe as luzes acesas agora
O que foi escondido é o que se escondeu
E o que foi prometido, ninguém prometeu

Nem foi tempo perdido
Somos tão jovens
Tão jovens, tão jovens”

(Tempo Perdido - Legião Urbana)

AGRADECIMENTO ESPECIAL

Como já diz a música *Viver pra mim é Cristo*, escrita pelo Pe. Fábio de Melo: “se os *bons combates eu não combater. Minha coroa não conquistarei*”. Hoje vivo a pré-realização de um sonho, a conquista do meu nível superior na área que escolhi para atuar. Mas para chegar até aqui foi preciso muito esforço, ousadia e perseverança, e nada disso eu conseguiria sozinho. Obrigado de coração a todos aqueles que de forma direta e indireta contribuíram para que este sonho pudesse ser concretizado. Minha eterna gratidão a vocês!

Sou grato a Deus e a Virgem Maria, pelo amor infinito e misericordioso que tens por mim, por nunca me abandonarem e sempre abençoarem a minha vida, o meu trabalho e os meus sonhos. Sem vocês nada sou!

À minha família, agradeço do fundo do coração! Gostaria de agradecer especialmente à duas pessoas, a quem tenho a minha eterna gratidão, ao meu PAI (in memoriam) que hoje intercede por mim junto a Deus e à minha MÃE por serem meus maiores exemplos. Duas pessoas de um coração grande, que sempre se dedicaram com muito amor a criação dos seus filhos, tentando dar o melhor para eles. Seis filhos que deram um pouquinho de trabalho. E hoje, em forma de agradecimento descontraído eu digo “obrigado mãe, pelas vezes que apanhei para aprender a soletrar as palavras e a tabuada completa e pelas correções por algo errado”. Sou o que sou, graças a vocês!

Aos meus irmãos, Jacicleide, Henrique, Jamille, Maquisiel e Emanoelly, por todo amor e carinho. À minha avó, D. Jove (in memoriam), que sempre esteve presente na minha vida.

À professora Rosemeire Lima Secco, que como muita (muita mesmo) paciência e atenção, dedicou o seu valioso tempo para me orientar em cada passo deste trabalho. Aos professores Mac Dawisson, Silvana Pirillo, Sergio Onofre, Sandro Medeiros, Daniella Pereira, Cleidijane Siqueira, Daniel Vasconcelos, Rafael Arruda, Fabiana Lima, Marcos Campos, Tadeu Vinicius e Camila Valetino, que contribuíram de forma significativa com a minha formação acadêmica, pessoal e profissional. Obrigado por tanta influência na minha vida futura!

Aos meus colegas da UFAL, sem exceção alguma, e em especial aqueles no qual construí uma amizade mais intensa, Liliâne Marinho, Maria José, Quitéria

(nossa rainha da xânica), Laíse (minha representante), Solange Reis (rainha da sofrência), Fabiana Menezes (depressiva do São Francisco), Karline Cordeiro, Tia Edilene, Ana Claudia (santinha), Fran, Kaliana Pereira (abusada), Rosane Lessa (sr^a. do check list), Ana Flores, Maíse Barbosa, só tenho a agradecer por todos os momentos que estudamos, trabalhamos, brincamos (e muito, né) e que aproveitamos juntos as oportunidades que a UFAL nos proporcionou. Digo, sem sombra de dúvidas, “em cada coração, encontrei um verdadeiro irmão-amigo”. Obrigado por me aturarem durante a nossa caminhada. Ela não seria a mesma sem vocês!

Não poderia deixar de fazer memória à duas pessoas especiais, onde tive a graça de conhecer e conviver na Universidade, Petrucio Junior e Antony Moura, que hoje não se encontram em nosso meio e partiram para eternidade, estando junto a Nosso Senhor intercedendo por nós.

Agradeço aos verdadeiros e maravilhosos amigos que ganhei ao longo de toda minha vida. Obrigado a vocês que, mesmo não estando citados aqui, contribuíram para a conclusão deste trabalho e para o Marcos Muniz que sou hoje. Saibam que vocês são especiais para Deus e para mim. Amo vocês de todo coração!

“Nossa vida é um presente de Deus e o que fazemos dela é o nosso presente a Ele.”

(Dom Bosco)

O USO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NA DIVULGAÇÃO DA CIDADE DE PENEDO/AL NO PERÍODO DA FESTA DO BOM JESUS DOS NAVEGANTES

Marcos Roberto Muniz Santos

RESUMO

O presente artigo pretende mostrar a importância do uso das Tecnologias da Informação e Comunicação-TIC na divulgação do município de Penedo-Alagoas no período da festa do Bom Jesus dos Navegantes. Este projeto está dividido em quatro partes: na primeira são apresentados alguns aspectos conceituais relativos às TIC. Na segunda, tem-se uma reflexão sobre o Marketing Turístico. Na terceira, aborda-se um contexto sobre a cidade de Penedo, onde será abordado um pouco sobre a sua historicidade, geografia, potencialidade econômica, manifestações culturais, calendário festivo do município e a festa do Bom Jesus. Na quarta e última parte, apresenta uma entrevista realizada durante a festa do Bom Jesus em 2016, onde se identifica desde a origem dos turistas e visitantes até os tipos de TIC's utilizadas para obter informação sobre a festa e a cidade de Penedo.

Palavras Chaves: Tecnologias da Informação e Comunicação – TIC's; Marketing Turístico; Penedo-AL.

ABSTRACT

This article aims to show the importance of the use of Information and Communication Technology - ICTs in the dissemination of the city of Penedo, Alagoas in the period of the feast of Bom Jesus dos Navegantes. This project is divided into four parts: the first is presented some conceptual aspects of ICT. In the second, there is a reflection on the Tourism Marketing. In the third, it approaches a context of the city of Penedo, which has a little of its historicity, geography, economic potential, cultural events, festive calendar of the municipality and the feast of Bom Jesus. The fourth and final part presents the case study, which identifies from the beginning of the tourist and visitors to the types of ICTs used to obtain information about the festival and the city of Penedo.

Key words: Information and Communication Technologies – ICTs, Tourism Marketing, Penedo-AL.

1. INTRODUÇÃO

No mundo moderno que vivemos hoje, as Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's) assumem um papel desafiador, buscando atender e contribuir de forma universal às diversas áreas profissionais, melhoria na gestão e administração de negócios, como também proporcionar as pessoas agilidade no processo de disseminação e recebimento da informação através dos novos recursos tecnológicos existentes.

Com o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação se faz necessário compreender e esclarecer as transformações econômicas, políticas, sociais e culturais na atualidade, causando impactos nos diversos setores da atividade humana, como no turismo, educação, saúde, setor público e iniciativa privada, sendo consideradas como componentes importantes para alcançar um desempenho favorável nas áreas de atuação e extraindo os benefícios ofertados por essas tecnologias.

Dentre as possíveis áreas de atuação e aplicação das TIC's temos o marketing turístico. Para PETROCCHI (2004, p.35), o turismo se insere no consumo de massa e constitui uma experiência do indivíduo. Seus serviços básicos são transporte, hospedagem, alimentação, lazer e/ou outros motivos para a viagem.

Com o mercado cada vez mais competitivo, surge a necessidade da comercialização do destino como um "produto turístico" consolidado, através de sua divulgação nos canais de comunicação do turismo. (PETROCCHI, 2004, p.35).

Daí a importância do marketing do turismo, que é a modalidade do marketing de serviços. O marketing desempenha, na realidade, um papel fundamental para a prosperidade de toda coletividade de um destino turístico. Neste sentido, o autor PETROCCHI (2004, p.35), diz que a finalidade do marketing é gerar condições de lucro e ações comerciais eficazes, sempre melhorando e buscando inovações que ampliem a vantagem competitiva do destino no difícil mercado do turismo.

Penedo, um dos 102 municípios de Alagoas, é agraciado por ser uma das cidades ribeirinhas banhadas pelo Rio São Francisco e que para TENORIO (2006, p.139), conserva um notável conjunto de arquitetura colonial, com suas construções assobradadas, algumas até de três andares, igrejas seculares, relativamente conservadas e ruas ladeirosas e incertas.

Conhecer Penedo através dos canais oficiais de comunicação e mídias sociais torna-se um papel desafiador para aqueles que desejam ter uma relação mais próxima com o nosso patrimônio, seja ele cultural e/ou natural. É notório que existe uma preocupação, no período da Festa do Bom Jesus dos Navegantes, em promover a divulgação do destino Penedo para o Estado de Alagoas e todo território nacional, buscando atingir e atrair um público que esteja interessado em vivenciar um itinerário turístico diferente e belo, alimentando a sua fé com a religiosidade do povo penedense e participando das atrações artísticas musicais locais e de renome nacional, que pairam durante as festividades.

A metodologia da pesquisa aplicada a este trabalho caracteriza-se como exploratória e estudo de caso. De acordo com GIL (2002, p.41), a pesquisa exploratória tem como objetivo a maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito. O autor ainda afirma que o seu principal objetivo é o aprimoramento de ideias ou descoberta de intuições. Com isso, a pesquisa será norteadada pela busca de identificar a importância do uso das TIC's, na divulgação do destino Penedo durante a execução de um evento religioso e artístico cultural, a origem desses turistas e visitantes e as TIC's utilizadas por eles para obter informações sobre a festa e a cidade de Penedo.

O presente artigo trata de um caso particular que é a divulgação do município de Penedo no período da festa de Bom Jesus dos Navegantes através das TIC's.

GIL (2002, p. 54), caracteriza o estudo de caso como um estudo profundo e exaustivo de um ou poucos objetos, de maneira que permita seu amplo e detalhado conhecimento.

Foi realizado, além do estudo de caso via entrevista, um levantamento bibliográfico, com base em referenciais teóricos sobre o assunto pesquisado, estimulando a compreensão sobre o tema e facilitando o desenvolvimento da pesquisa. Contudo, de acordo com GIL (2002, p.44), a pesquisa bibliográfica é desenvolvida com base em material já elaborado.

Logo após o levantamento bibliográfico, a pesquisa passará para sua segunda fase que é a aplicação dos questionários de entrevista, onde os mesmos serão compostos por questões abertas e fechadas. Essa pesquisa terá caráter amostragem, visto que, serão consultados uma parcela de turistas e visitantes durante o período da festa, a fim de mostrar a importância das TIC's na divulgação de Penedo como destino turístico durante o evento.

2. TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO – TIC.

É perceptível como a evolução da tecnologia tem provocado mudanças na sociedade e isso foi se incorporando ao processo de desenvolvimento dos setores público e privado, bem como no contexto social, político e econômico.

Com a disseminação das tecnologias da informação e comunicação, não podemos negar o relacionamento intrínseco entre o conhecimento da informática e as demais áreas do saber humano, visto que elas estão presentes e influenciam no social.

Para Secco, Lima e Feitosa (2013), as Tecnologias da Informação e Comunicação podem ser definidas como tecnologias usadas para transmissão da informação e da comunicação. Com isso, podemos afirmar que as TIC's referem-se a todas as tecnologias que influenciam os processos informacionais e comunicativos do ser humano.

A sociedade em que vivemos está marcada por inovações tecnológicas a todo tempo. A tecnologia, por sua vez, tem uma participação ativa no dia-a-dia das pessoas, desde um pequeno aparelho de celular até um grande satélite, que obtém informações e que transmite com maior celeridade esses dados para o seu inventor ou possuidor. Dessa forma, Rosini e Palmisiano (2003, p.10) ratifica que a tecnologia encontra-se em toda parte: nos eletrodomésticos em geral, na comunicação (pela internet, via satélite), nos aparelhos eletrônicos (fax, telefones e microcomputadores), entre outros.

Fleury apud Rosini e Palmisiano (2008, p. 10), define a tecnologia como: um pacote de informações organizadas, de diversos tipos, proveniente de várias fontes, obtidas através de métodos, utilizado na produção de bens.

Segundo Turban (2005, p. 43) informações são dados organizados de modo que tenham significado e valor para o receptor. Sendo assim, informação por sua vez, resulta de um processamento de dados obtidos de uma determinada organização, instituição ou indivíduo, gerando uma comunicação direta da informação que se deseja repassar.

A comunicação está intrinsecamente ligada ao processo interpessoal de envio e recebimento de mensagens. E existe uma variedade de tecnologias que dão suporte para a comunicação e conseqüentemente contribui com as tecnologias da informação. Por exemplo, a internet tornou-se desde os últimos anos, um importante

instrumento que ajuda na comunicação interativa. Através dela, podemos utilizar cada vez mais o telefone, chamadas de vídeos, rádio, tv, e outras mídias eletrônicas.

Secco, Lima e Feitosa (2013), compreende:

“Comunicação como uma troca de mensagens entre pessoas, ou seja, a capacidade do indivíduo emitir e receber mensagens pode entendê-la como compartilhamento.”

Dada essa relação, entre a tecnologia, informação e comunicação, conclui-se que, nos dias atuais, as pessoas, empresas e diversos setores não estão escapando do processo de adesão as novas tecnologias. Visto que, alguns impactos positivos influenciam e motivam esta participação e uso de TIC's, como por exemplo, a redução de custos, disseminação rápida da informação, tomada de decisão, diagnósticos, criação e oferta de seus produtos e serviços.

2.1 Exemplos de Tecnologias da Informação e Comunicação

Como foi visto no tópico anterior a revolução tecnológica não é somente vista como a centralidade de conhecimentos e informação, mas, também como uma disseminadora de conhecimentos em uma dinâmica constante entre a inovação e o seu uso.

A seguir serão destacados alguns principais motivos de transformação tecnológica no que diz respeito à geração, processamento e transmissão da informação. São eles:

2.1.1. Internet

Ao final do século XX ficou marcado pelo processo de globalização, foi uma época de extrema importância onde foram derrubadas fronteiras, em várias áreas de conhecimento, sendo social, cultural e histórico.

Na concepção de GALLI apud SOARES (2002):

“O maior instrumento da globalização cultural na sociedade tem sido certamente o conjunto das redes de comunicação de massa. A abrangência, extensão e eficácia dessas redes estão na raiz das maiores transformações na virada do século (SOARES, 2002, p. 2)

Desde o final da década de 80, até hoje, ainda contamos com mais intensidade na era tecnológica e cada vez mais tem avançado através da internet,

que tem contribuído para a melhoria da qualidade dos serviços, esse avanço está ligado a todas as áreas do conhecimento, seja ela pela rapidez ou pela urgência que os dados com que tais serviços que são executados pedem.

Existe um efeito democrático que a internet disponibiliza que são os chamados links, isto é, ao clicar sobre eles, o computador faz você ser direcionado a qualquer canal solicitado, ou seja, esse um grande processo evolutivo que a internet nos trouxe de mais democrático na comunicação. Qualquer coisa conectada a internet, possui a capacidade de transmitir imagens, palavras e sons. Ocasionalmente a democratização no acesso à informação.

2.1.2.Redes Sociais

Nos dias atuais as pessoas estão se relacionando na sociedade cada vez mais através das redes sociais, sejam elas, no âmbito familiar, na escola, no trabalho ou na comunidade em que vivem; daí é que surgem as relações que fortalecem a rede social.

Conforme MARTELETO (2001), nas redes sociais, há valorização dos elos informais e das relações, em detrimento das estruturas hierárquicas. Hoje o trabalho informal em rede é uma forma de organização humana presente em nossa vida cotidiana e nos mais diferentes níveis de estrutura das instituições modernas.

Sendo assim, podemos considerar que as redes sociais é um conjunto de pessoas e organizações que interagem entre elas na internet. Basicamente, são as redes sociais que sustentam a rede mundial de computadores. Nelas, buscam-se afinidades e objetivos em comum, superando as barreiras geográficas e conectando-se a milhares de pessoas conhecidas ou não.

2.1.3.Blog

No tópico acima podemos analisar que as páginas pessoais e a internet agem como veículos para novas identidades em cada expressão pessoal dos usuários desse sistema, cada indivíduo elabora a sua própria página como se fosse seu próprio retrato, usam textos com conhecimento social.

No planejamento e produção de materiais didáticos para Educação a Distância, os autores MOTA e LEONARDO (2015), define blog como uma excelente

forma de comunicação. Permitem que seus autores se expressem de acordo com suas convicções e visões de mundo. E mais: que outras pessoas possam ler e registrar comentários sobre a produção textual apresentada.

Partindo da premissa que o blog é uma página na internet, onde as pessoas podem externar as suas opiniões e que tendem ser organizadas de forma cronológica, leva-nos a considerar que ele é um diário eletrônico, que pode ser alimentado conforme a necessidade pessoal do blogueiro.

Sendo assim, as TIC's influenciam de forma direta em discussões de caráter público, pessoal e de temas que despertem debates e opiniões diversas.

3. MARKETING TURÍSTICO

Para COBRA (2005, p.21), a evolução da teoria de marketing tem permitido uma melhor compreensão do “fenômeno consumo”, e suas diversas aplicações têm sido realizadas na área de serviços, sobretudo em turismo e hospitalidade.

No processo de evolução do marketing, PETROCCHI (2004, p.25), destaca três estágios. Inicialmente, o estágio da produção, no qual as empresas tinham o foco na produção de bens a bom preço. Considerava-se que encontrar compradores era um problema menor. Em seguida, veio o estágio das vendas, motivado pela produção da massa, criada pela Revolução Industrial. Fabricava-se mais produtos do que os mercados podiam absorver. Nesse estágio, a empresa elaborava seu produto e o marketing entrava numa fase posterior, para colocação desse produto no mercado (PETROCCHI, 2004, p.25). E por fim, surgiu o estágio orientado para o marketing, pressionado pelo surgimento de economias competitivas, nas quais existem muitas alternativas de escolha para os consumidores. Passou-se, então, a identificar previamente os desejos dos compradores, orientando os projetos e a elaboração de produtos no sentido de satisfazer os clientes da melhor maneira possível (PETROCCHI, 2004, p.25),

Com isso, observa-se que no início da comunicação do marketing, o foco primeiro estava voltado para o produto, tudo girava em torno dele. Já no segundo momento o foco iluminava sobre o consumidor, sendo que o mesmo não conseguia absorver a produção exagerada das empresas. Enfim, chega-se a um período onde a comunicação do marketing, sente a pressão da competitividade e o risco de perder seus clientes para outras empresas concorrentes. Com isso, estrategicamente,

buscou-se conhecer, primeiramente, o seu consumidor e através disso criar produtos com uma identidade, onde logo as pessoas tivessem um sentimento atrativo por aquele bem, atingindo o grau de satisfação e fidelização de seus clientes.

Conforme PETROCCHI (2004, p.25), a orientação do marketing é a diretriz que deve predominar na condução do negócio do destino turístico. Para tanto, se deve utilizar as ferramentas do marketing desde o início do processo de planejamento dos produtos turísticos. E ainda afirma PETROCCHI (2004, p.25), que o marketing turístico de massa derivou da análise e identificação dos desejos de um grande número de pessoas, que constituem o denominado mercado de massa. Para ele, os produtos turísticos seriam estruturados com base em tais observações e lançados no mercado por técnicas de marketing.

PETROCCHI (2004, p.26), define Marketing como:

“O processo de planejar e executar a concepção, custo, planejamento, distribuição de ideias, bens e serviços para criar trocas que satisfaçam os objetivos de empresas e indivíduos”.

Sendo assim, PETROCCHI (2004, p.27), considera que o mercado de turismo se caracteriza por ofertas de promessas de satisfação de numerosos destinos que disputam a preferência dos turistas. Ele ainda afirma que logo após a escolha do destino, o turista vai ao encontro de uma experiência pessoal, ou seja, intangível; abstrata.

Partindo da ideia que os turistas e visitantes buscam viver novas experiências, aventuras, descanso, lazer, enfim, a realização dos seus sonhos, um destino que busca sua promoção, aumentar o seu fluxo de visitação e conseqüentemente impactar a sua economia local ou regional, deve investir em um planejamento de marketing eficiente que venda o destino turístico como uma promessa, agregando um pacote de expectativas de valores para o turista, atendendo efetivamente o grau de satisfação do mesmo.

O marketing, segundo PETROCCHI apud KOTLER e ARMSTRONG (2005, p.20), é a função que identifica as necessidades e desejos do turista, determina quais os mercados emissores alvos que o destino pode melhor servir e planejar produtos, serviços e roteiros de viagens adequados a esses mercados. (...) o marketing (...) lida com turistas. Criar valor e satisfação para o turista é o ponto central do pensamento e da prática do marketing moderno. Marketing é dar satisfação ao turista de forma lucrativa. A meta do marketing é atrair novos turistas, prometendo um valor superior e

mantendo os atuais, dando-lhes satisfação.

BENI (2006, p.231), diz que embora haja, em português, a palavra “mercadologia”, que corresponde à inglesa marketing, ela é muito pouco usada.

O marketing de turismo é definido como um processo administrativo através do qual as empresas e outras organizações de turismo identificam seus clientes (turistas), reais e potenciais, e com eles se comunicam para conhecerem e influenciarem suas necessidades, desejos e motivações nos planos local, regional e internacional em que atuam, com o objetivo de formular e adaptar seus produtos para alcançar a satisfação ótima da demanda (BENI, 2006, p.231).

Já no marketing do produto turístico, segundo BENI (2006, p.231), compreende-se, pois, a descoberta daquilo que os turistas desejam (pesquisa de mercado), o desenvolvimento de serviços turísticos adequados (planejamento do produto), a informação aos turistas sobre o que está disponível (publicidade e promoção), e a orientação sobre os locais onde podem comprar os serviços (canais de distribuição: operadoras turísticas e agências de viagens), de modo que estes sejam atribuídos valor (preço) e a empresa de turismo lucre, atingindo suas metas.

Considerando que o destino turístico é o lugar que é visitado por turistas, PETROCCHI apud Organização Mundial do Turismo (2004, p.37), o define como um espaço físico no qual um visitante permanece ao menos por um pernoite. Inclui produtos turísticos como serviços de apoio e atrações, bem como recursos turísticos ao alcance de uma viagem com retorno no mesmo dia. Possui fronteiras físicas e administrativas bem definidas para sua gestão, imagens e percepções que configuram sua competitividade de mercado.

O turismo por sua vez, vem ganhando espaço na produção de serviços, se consolidando como uma atividade econômica que cresce a cada dia. Segundo COBRA (2005, p.20), o turismo é hoje uma importante fonte de receita, e a compreensão das oportunidades de mercado permite direcionar estratégias de marketing. O mesmo autor, apresenta que a indústria do turismo fatura cerca de 4,5 trilhões de dólares por ano no mundo inteiro e gera cerca de 192 milhões de empregos (10,6% da força de trabalho mundial), sendo a saída estratégica para diversos países obterem recursos e equilibrarem a sua balança de pagamentos (COBRA, 2005, p.26).

Na evolução do turismo, DIAS e CASSAR (2005, p.61), relata que o início da história do turismo deu-se na antiga Grécia, passando pelos romanos e incluindo os

inúmeros movimentos de deslocamento de pessoas ao longo da Idade Média, principalmente em torno das peregrinações religiosas.

Durante todo esse processo evolutivo, conforme DIAS e CASSAR (2005, p.61), ainda no século XIX, a introdução de inovações tecnológicas, como máquina a vapor, com a conseqüente criação de trens e barcos a vapor, melhorou sensivelmente as comunicações e facilitou o acesso da sociedade mais geral aos meios de transportes. Atingindo este estágio de avanço, do ponto de vista das viagens, houve uma importante modificação da situação, pois o surgimento da estrada de ferro provocou um formidável incremento no número de viajantes. Sendo que o século XIX é marcado pelo início da atividade turística organizada – fruto desse desenvolvimento tecnológico, que tanto facilitou o deslocamento das pessoas.

Há exatamente 175 anos, especificamente em 5 de julho de 1841, um trem partiu de Leicester, na Inglaterra, levando um grupo de 570 pessoas. Este grupo era formado por membros da “Sociedade da Esperança”, e estavam indo participar de um congresso em Longhorough, cujo objetivo era encontrar novos povos, novas pessoas e novas experiências. Assim começou a primeira viagem organizada dirigida por Thomaz Cook, praticamente dando início à época moderna do turismo (DIAS e CASSAR, 2005, p.61). Com isso, a atividade turística é marcada com o seu nascimento e crescimento contínuo.

DIAS e CASSAR (2005, p.67), ratifica o turismo como uma atividade econômica no mundo, e as previsões para os próximos anos são de que seu crescimento permanecerá atingindo patamares cada vez mais altos. O autor, considera o gasto do turista como elo inicial de uma imensa cadeia econômica que subsiste graças a esses visitantes. Dentre outros efeitos econômicos do turismo, ele diz que podemos relacionar: fortalecimento de inúmeras atividades culturais, como o teatro, festivais de músicas, festas folclóricas etc (...) valorização do patrimônio natural e cultural das localidades, induzindo as iniciativas privada e pública a investir nesses setores.

Penedo reúne um grande acervo arquitetônico e cultural belíssimo, tem o Rio São Francisco, maior atrativo natural da região, e agregando a realização de eventos, a cidade acolhe um grande número de pessoas durante a Festa do Bom Jesus dos Navegantes, o maior evento religioso e cultural do Estado de Alagoas. Além deste, temos o Festival de Cinema Universitário de Alagoas, que é uma realização da Universidade Federal de Alagoas e que escolheu Penedo para o

sediar durante estes últimos anos. Com essas potencialidades, Penedo busca se consolidar como destinação turística. Para isso, DIAS e CASSAR (2005, p.188), alerta que os destinos terão que permanentemente se reinventar, melhorar sua capacidade de atendimento, incorporar novos hábitos e costumes, novos atrativos etc.

Outro aspecto fundamental a ser considerado é que o nível de especialização das necessidades dos turistas tende a crescer. Esses buscarão o destino que melhor se adequar às preferências, diversificando e segmentando ainda mais a demanda. Desse modo, o município turístico deve atentar para os diversos elementos que existem em seu entorno, levando-se em consideração várias perspectivas, como a cultural, a social, a econômica, a educativa, a tecnológica, a científica, a comercial, etc. DIAS e CASSAR (2005, p.188). Observa-se então, que a cada dia o turista fica mais exigente. Ele busca vivenciar uma nova experiência com qualidade, comodidade, rapidez e segurança, atingindo o grau de satisfação completo dos serviços.

4. PENEDO-AL

Em posição estratégica, majestosamente situada à margem esquerda do Rio São Francisco, a 44 km de sua foz, é o maior centro de arte barroca e neoclássica do Estado de Alagoas. Penedo é sinônimo de pedra, de rocha, portanto, seu topônimo é em razão do grande penedo sobre o qual se assenta (TENÓRIO, 2006, p.106).

Segundo o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2015), Penedo-AL conta com uma área de extensão territorial de 689,875 km² e possui uma população estimada de 64.292 mil habitantes.

O município está localizado no litoral sul alagoano. Limita-se ao norte com São Sebastião e Coruripe, ao sul com o Rio São Francisco, a leste com Feliz Deserto e Piaçabuçu e a oeste com Igreja Nova (TENÓRIO, 2006, p.112).

4.1 Economia local

Conforme CARVALHO (2006, p.110), o potencial da economia local está voltado para o aproveitamento de sua produção agrícola diversificada: a pecuária de

leite, que é comercializada pelo laticínio da Cooperativa Pindorama; a pesca (com o fortalecimento das cooperativas Coopeixe e Coopenedo e a Colônia de Pescadores) e a conclusão da Unidade de Beneficiamento de Peixe; e para atividades comerciais e o turismo. Penedo possui uma rede de serviços e comércio urbano permanente, assim como o expressivo mercado popular, com centenas de feirantes, formando um polo composto, principalmente, de serviços comerciais, bancários, médicos e educacionais. A agricultura está marcada pela ampla presença da cana de açúcar. A produção canavieira é destinada à Penedo Agroindustrial S.A/PAISA. A produção agrícola é complementada pelo arroz, feijão, milho, mandioca, banana, coco, laranja, manga, maracujá. Sendo que, as tradicionais culturas de subsistência perderam espaço para a cana.

4.2 Historicidade

SANTOS apud VALENTE (2016, p.39), admite a fundação de um núcleo de colonização na Região Sanfranciscana, em 1560, que mais tarde seria chamada “Vila do Penedo do Rio São Francisco”, ao ser o povoado elevado à vila através do alvará de 12 de abril de 1636. Sendo esta data o marco comemorativo de aniversário da cidade até os dias atuais.

SANTOS apud VALENTE (2016, p.39), atribui ainda a criação daquele núcleo ao Donatário Duarte Coelho de Albuquerque que, juntamente com seu irmão Jorge de Albuquerque, subiu o Rio São Francisco e sobre uma rocha existente (rocheira ou penedo), na margem esquerda léguas da foz, no local antes visitado por seu pai, Duarte Coelho Pereira, edificaram a referida povoação.

Alguns anos se passaram, e a vila veio dando passos para o seu desenvolvimento. Atingindo este estágio, a mesma foi elevada à categoria de cidade pela Lei Provincial nº 03 de abril de 1842, tendo conservado, segundo o referido diploma legal, “o título de muito nobre e sempre leal, que tem pelo Decreto de sua criação” (SANTOS apud VALENTE,2016, p.39).

Em 1637, Mauricio Conde de Nassau, depois de vencer as forças de resistência à invasão holandesa em Porto Calvo, Alagoas, marchou em direção ao sul, tendo atacado Penedo, que se rendeu, depois de grande luta, no dito ano de 1637 (SANTOS apud VALENTE,2016, p.39).

Querendo marcar os limites de sua conquista, Mauricio de Nassau ergueu,

em Penedo, um forte, ao qual foi dado o seu nome, sobre a rocha que dera denominação à vila, este forte foi destruído em meados do século XVIII, para dar construção à Casa da Aposentadoria. Ainda existem vestígios da construção, por trás da Casa da Aposentadoria - ela não foi construída totalmente sobre o forte, cujo comando foi confiado ao general Segismundo Van Schkoppe. Depois de fortes combates, foram finalmente os holandeses expulsos, no ano de 1645. Liga-se a história de Penedo à história Pátria, como núcleo de civilização, estabelecido às margens do Rio São Francisco, pela luta contra os holandeses invasores, pela luta para a destruição do Quilombo dos Palmares, à Revolução Pernambucana de 1817 e às campanhas da Abolição da Escravatura e Proclamação da República (SANTOS apud VALENTE, 2016, p.39).

4.3 Expressões Culturais

Penedo reúne um conjunto de expressões culturais, que apresentam aspectos de uma identidade com o lugar e região, e que são transmitidas de geração e geração. Conforme TENÓRIO (2006, p.109), são muitas as manifestações da cidade: Chegança, Pastoril, Baianas e Guerreiros. O calendário de festas é variado e registra muita animação por parte dos penedenses. Na Festa de Tradições Populares mostra todo seu colorido e arte. Os bonecos gigantes se constituem numa marca registrada da terra.

4.4 Calendário Festivo / Festa do Bom Jesus dos Navegantes

A Prefeitura Municipal de Penedo e o Conselho Municipal de Turismo – CONTUR (2016), elaboraram o Calendário de Eventos. Segundo o Secretário Pedro Soares, responsável pela pasta do Turismo, “a criação desse calendário é importante pois impulsiona a ocorrência de eventos em Penedo, criando uma cultura no município para a realização desses eventos mensalmente, o que facilita o planejamento e a captação de recursos, ao contrário de quando se faz um evento muito próximo, ficando difícil a captação de recursos, principalmente nos momentos atuais, por isso estamos lançando o calendário de 2017, para que possamos realizar o acompanhamento dessas ações”.

Dentre essas festividades, a Secretaria de Desenvolvimento Econômico e

Turismo de Alagoas – SEDETUR (2016) destaca a Festa do Bom Jesus dos Navegantes como um dos eventos mais tradicionais do Estado. A festa, realizada há várias décadas, apresenta manifestações religiosas e culturais que reverenciam o protetor dos navegantes. Centenas de devotos, turistas e pescadores seguem em barcos, lanchas e canoas pelo Rio São Francisco, durante a procissão em homenagem ao Bom Jesus. Apresentações de folguedos populares, atividades esportivas, shows de artistas locais e nacionais contribuem para animar o evento.

Esta festa é comemorada pela maioria das cidades ribeirinhas. Como por exemplo em Piaçabuçu e Porto Real do Colégio, no Estado de Alagoas, Propriá, Neópolis e Santana do São Francisco, no Estado de Sergipe. Durante este período, a cidade de Penedo, recebe milhares de fiéis e turistas. Conforme ressalta Jurkevics:

“O maior evento religioso do Estado de Alagoas ocorre anualmente em Penedo, na segunda quinzena janeiro. Trata-se da tradicional procissão fluvial de Bom Jesus dos Navegantes, que chega a contar com 100 mil pessoas que participam do cortejo pelas águas do “Velho Chico”. (JURKEVICS, 2005).

Segundo o site SIPEAL PENEDO (2016), a Festa do Senhor Bom Jesus dos Navegantes, surgiu em janeiro de 1884 (relatos de historiadores penedenses), com a realização da primeira procissão, cuja imagem no evento era o “Cristo Agonizante ou Cristo Crucificado”, pertencente a Ordem Terceira de São Francisco, da Igreja Conventual de Santa Maria dos Anjos, há mais de um século. Com o passar dos anos, a organização da festa pediu ao mestre santeiro Cesário Procópio dos Mártires que esculpisse uma imagem do Senhor dos Navegantes, com a mão estendida para acalmar as águas do Velho Chico. Com a imagem pronta, os festejos passaram a ser realizados na Igreja de Santa Cruz.

Com 132 anos, as festividades do Bom Jesus dos Navegantes vêm ganhando proporções maiores, onde agregasse uma vasta programação religiosa, cultural e profana. O SIPEAL (2016), coloca que o ponto alto dos festejos é comemorado no “segundo domingo de janeiro”, porém o evento tem início três dias em que antecedem as comemorações finais, agora com a inserção do “Grande Festival de Tradições Populares”. Com essa adição, a cidade de Penedo começa a atrair milhares de visitantes e turistas no período da festa, seja pela fé ou pela busca do lazer.

Considerando que a Festa do Bom Jesus, tornou-se um evento de grande porte, e que a cidade de Penedo recebe um grande número de visitantes durante este período, se faz necessário um planejamento de organização do evento. Neste sentido, SOUTO (2010), apresenta que organizar eventos abrange uma série de cuidados e preparações que hoje são estudadas por diferentes áreas do conhecimento, envolvendo o desenvolvimento da ação em uma esfera multidisciplinar. Um evento pode ser considerado como tal desde um simples acontecimento que ocorre sem a necessidade de planejamento, sem que alguém possa prever ou mesmo evitar, algo inesperado e até mesmo inevitável. Já por outro lado, pode ser considerado como um fato que carece sim de planejamento prévio e tem a intenção, além de ser um acontecimento simples, de atrair pessoas, chamar a atenção de um determinado público, despertar interesse da forma mais ampla possível e ainda fazer com que ocorra um deslocamento do público pretendido entre um lugar e outro.

Para SOUTO (2010), o evento dependendo da sua importância para a sociedade e das estratégias de divulgação, podem receber uma atenção especial por parte da mídia, e com isso voltar atenções ao órgão que está engajado na promoção do mesmo e ainda para a cidade que o sedia. Com isso, além de promover o destino que o evento está sendo realizado, contribui também para o fortalecimento de imagem para as empresas, governos e entidades envolvidas com o evento.

Absorvendo este tipo de atividade, SOUTO (2010), afirma que a realização de eventos representa um importante elemento no momento em que permite que as pessoas sejam atraídas para determinados destinos a fim de participarem de uma atividade para a qual possuam afinidade ou interesse. Por isso, a motivação parte como princípio que faz com que as pessoas saiam da sua realidade e busquem participar de um evento.



Figura 1: Procissão Fluvial do Bom Jesus dos Navegantes.
Fonte: Prefeitura Municipal de Penedo (2016)

Na figura 1 nos deparamos com o dia mais esperado pelos religiosos, a procissão fluvial do Bom Jesus dos Navegantes. Neste momento existe um engajamento não só da Igreja Católica, como também de agentes da Prefeitura Municipal, da Polícia Militar, do Corpo de Bombeiros, da Marinha do Brasil, através da Capitania dos Portos, na ação de fiscalizar o grande número de embarcações que acompanham o percurso da procissão, evitando qualquer tipo de acidente ou qualquer outra situação que venha acontecer.



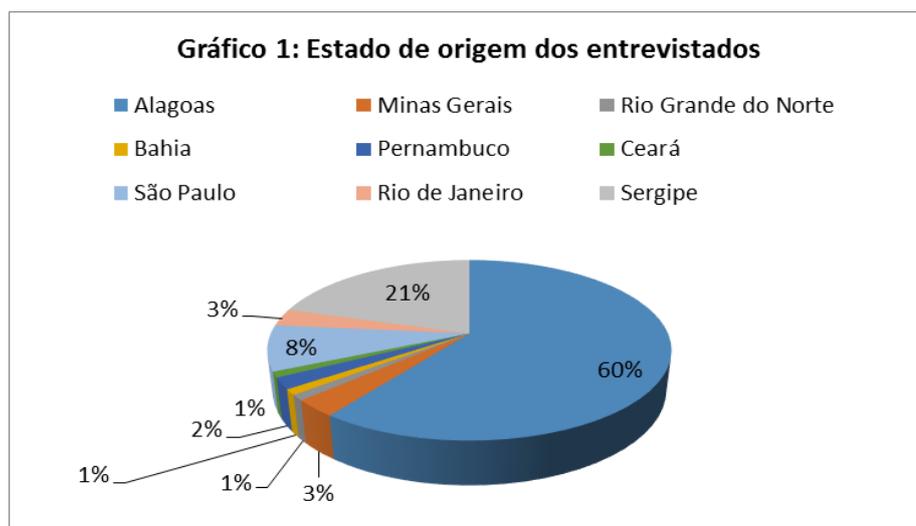
Figura 2: Show artístico na festa de Bom Jesus dos Navegantes.
Fonte: Prefeitura Municipal de Penedo (2016)

Na figura 2, fica notório a proporção que a festa vem tomando a cada ano. Milhares de pessoas advindas de outros lugares participam dos shows artísticos que acontecem logo após a programação religiosa. As noites do Bom Jesus tornam-se o ponto de encontro da sociedade penedense com turistas e visitantes que vieram conhecer a cidade e participar desta grande festa.

Penedo, sendo uma das cidades ribeirinhas, tem no coração o “Velho Chico”, muito calor humano e emoção. É uma cidade charmosa, de um povo hospitaleiro e que guarda consigo um tesouro invejável, a sua cultura. Ao chegar em Penedo pelo porto é descortinar um belo cenário com as águas que emolduram a paisagem de 380 anos, um relicário de história e de arte, cuja a colonização nasceu do caminho fluvial por desbravadores e que povoaram a região, trazendo consigo influências e tradições que guardamos até os dias atuais.

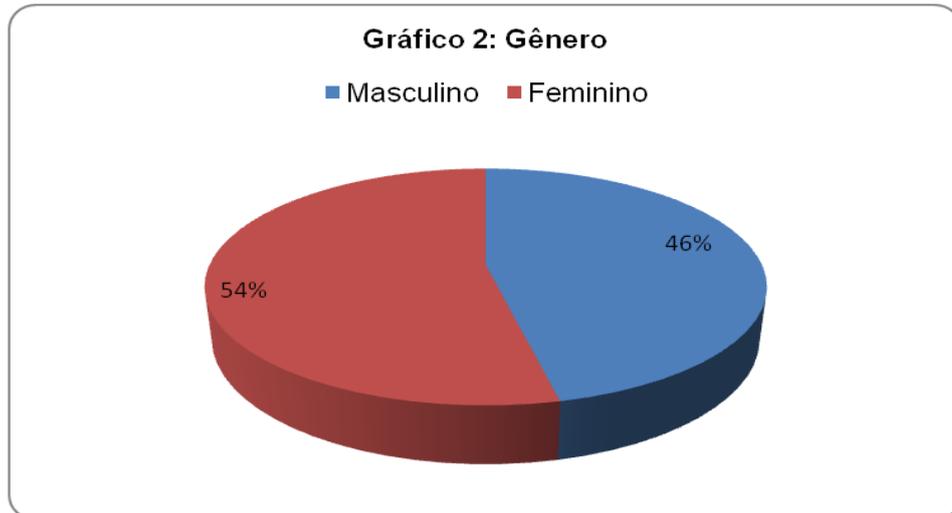
5. ENTREVISTA COM TURISTAS DURANTE A FESTA DO BOM JESUS

A pesquisa aconteceu nos dias 07, 08, 09 e 10 de janeiro de 2016 em Penedo-AL, durante as festividades do Bom Jesus dos Navegantes 2016. Foram aplicados 100 questionários durante o decorrer do evento, especificamente no período diurno, manhã e tarde, e durante a procissão.

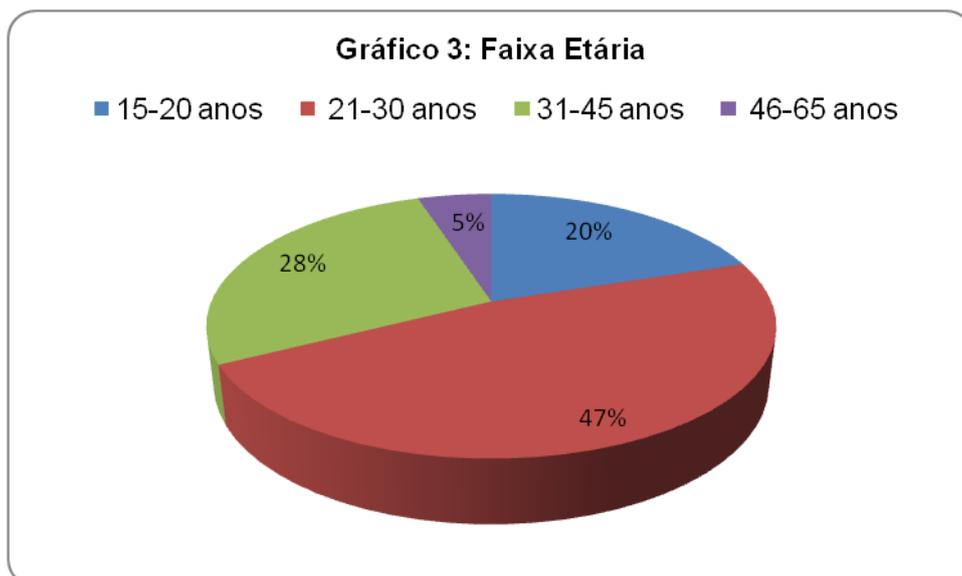


Conforme o gráfico acima, a análise dos dados obtidos, tem-se como maior parte dos turistas e visitantes durante a Festa do Bom Jesus dos Navegantes de

Penedo-AL em 2016 o próprio Estado de Alagoas (60%), seguido dos Estados de Sergipe (21%), São Paulo (8%), Rio de Janeiro (3%), Pernambuco (2%), Bahia (1%), Minas Gerais (1%), Rio Grande do Norte (1%) e Ceará (1%). Esses dados mostram que existe um fluxo de turistas e visitantes oriundos de outras regiões do Brasil.

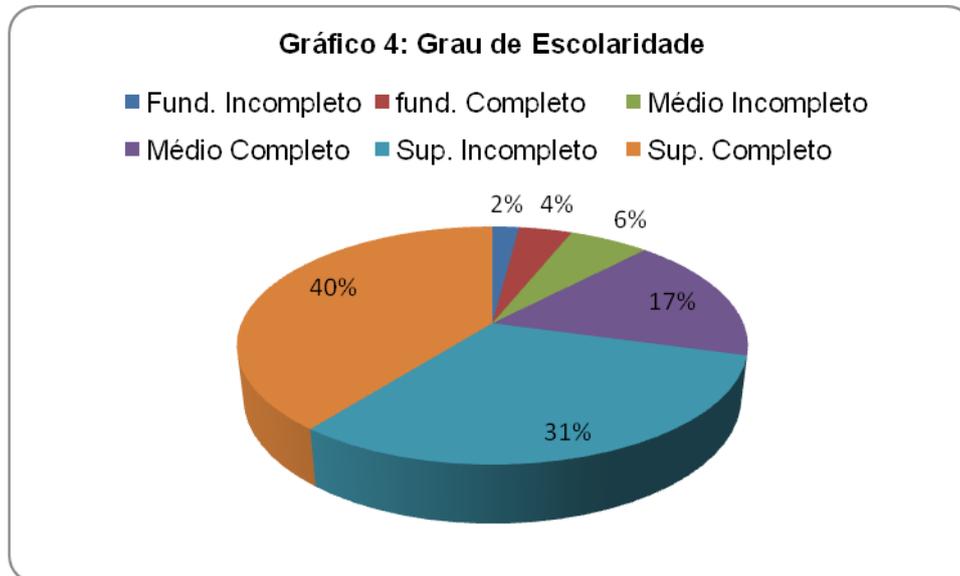


De acordo com o estudo a maior parte dos entrevistados (54%) que se encontravam na Festa do Bom Jesus dos Navegantes de Penedo-AL no período analisado, eram do sexo feminino.



O gráfico apresenta o percentual de turistas e visitantes por faixa etária na Festa do Bom Jesus de Penedo-AL 2016. Observa-se que a maioria dos

entrevistados se enquadram na faixa etária entre 21 e 30 anos, o que permite constatar um público formado por indivíduos relativamente jovens.

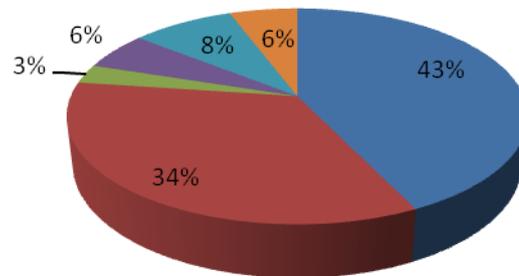


É importante destacar que, nessa pesquisa, nos dados de escolaridade dos turistas e visitantes comprovam que 40% dos entrevistados pertencem ao segmento de pessoas com curso superior completo. Em seguida, com um percentual de 31%, aparecem os respondentes com o superior incompleto, seguidos 17% dos que tem ensino médio completo e 6% médio incompleto. É importante ressaltar a presença de 4% de turistas e visitantes com o ensino fundamental completo e de 2% que não conseguiram terminar o ensino fundamental.



Gráfico 6: TIC pela qual ficou sabendo da Festa do Bom Jesus dos Navegantes

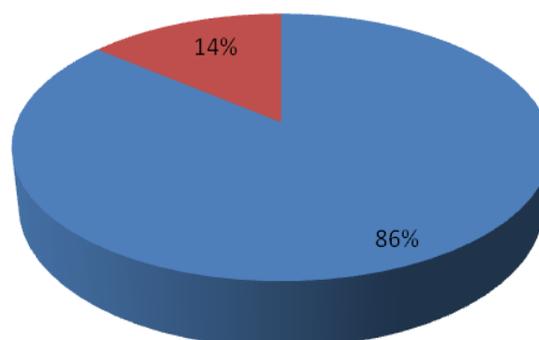
■ Whatsaap ■ Facebook ■ Internet
 ■ Google ■ Site da cidad ■ Site Prefeitura



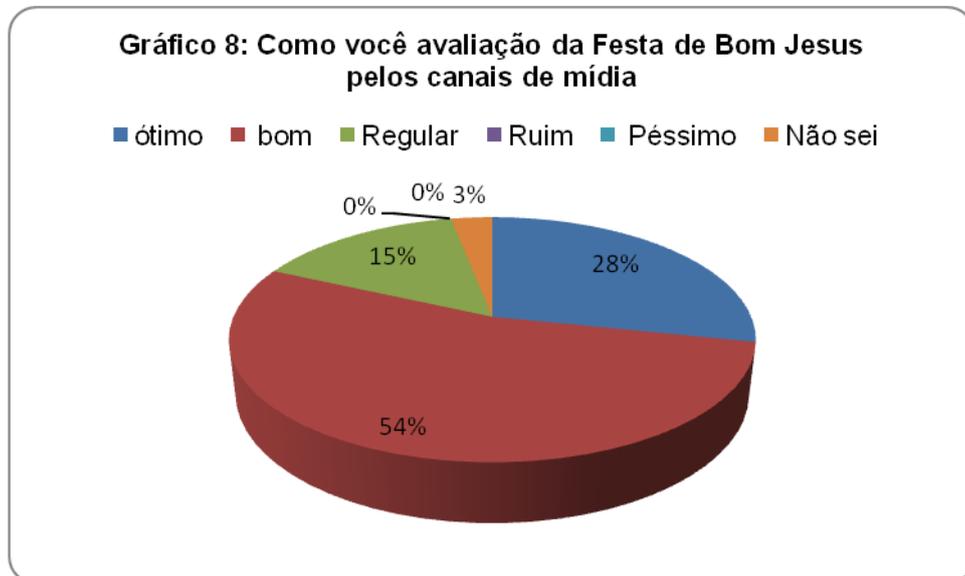
Com relação aos gráficos 5 e 6, observa-se que os entrevistados ao serem questionados sobre a forma que ficaram sabendo da Festa do Bom Jesus dos Navegantes, 62% deles afirmaram que tomaram conhecimento através da mídia e 38% disseram que sabiam diante da relação com família, amigos e conhecidos. Para aqueles que responderam sim à pergunta referente ao gráfico 5, apresenta-se algumas TIC's, que serviram como ferramentas para deixá-los cientes sobre a Festa, onde obtivemos o seguinte resultado: 43% dos entrevistados ficaram sabendo através do Whatsapp, seguido do Facebook com 34%, 8% site da cidade, 6% site da Prefeitura de Penedo, 6% pelo Google e 3% pela internet.

Gráfico 7: Utilizou alguma mídia para obter mais informações sobre a festa

■ Sim ■ Não



Conforme o gráfico 7, 86% responderam que sim, que fez uso de mídias para procurar maiores informações sobre as festividades de Bom Jesus.



Partindo para uma avaliação por parte dos entrevistados, 54% deles consideraram boa a divulgação da Festa do Bom Jesus dos Navegantes de Penedo-AL, via mídia. Seguindo de 28% avaliado como ótimo, 15% como regular e 3% não souberam responder.

Verificou-se o empenho das Tecnologias da Informação e Comunicação, na divulgação de Penedo, no período da Festa do Bom Jesus dos Navegantes, por meio da comprovação dos dados colhidos na aplicação das entrevistas, visto que, 62% dos entrevistados ficaram sabendo das festividades através de alguma mídia e 82% fizeram uso delas para obter maiores informações sobre a localidade e programação. Observa-se também que a informação sobre o destino Penedo ultrapassa as fronteiras do Estado de Alagoas e perpassa pelo território nacional, confirmados nos 40% de pessoas abordadas e que não pertencem ao o nosso Estado de origem. Com isso, confirma-se que as TIC's dão uma maior celeridade no processo da busca, entrega e recebimento da informação.

Mesmo tendo um empenho positivo na divulgação, identifica-se ainda que 38% dos visitantes ficaram sabendo da Festa e de Penedo, através de amigos, parentes e conhecidos. Mas, não os impediram de fazer o uso de alguma TIC para buscar informações sobre o lugar a ser visitado e o que ele ofereceria durante o

período das festividades.

É relevante ressaltar que a maior parte do público que visita a cidade neste período é relativamente jovem, mas, o nível de escolaridade fica no intermediário do nível superior completo e incompleto.

Com isso, entende-se que as TIC's sofrem uma maior influência por parte da juventude, não descartando e nem desmerecendo as demais faixas etárias.

Conclui-se que a divulgação de Penedo-AL passa a ser mais latente no período que antecede e durante a Festa do Bom Jesus dos Navegantes. Utilizando-se do uso eficiente das Tecnologias da Informação e Comunicação, como ferramentas para divulgação desse destino, buscando promover o mesmo e atrair um público de turistas e visitantes para a cidade.

6. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Ao realizar este trabalho, onde abordo o uso das Tecnologias da Informação e Comunicação atrelada à divulgação do destino Penedo-AL, no período do Bom Jesus dos Navegantes, percebe-se que a cidade tem uma potencialidade tamanha para consolidar-se como destinação turística, em virtude do seu grande número de atrativos culturais e naturais.

Foi possível perceber que as TIC's, podem ser utilizadas como um caminho para promover o turismo, e conseqüentemente a cidade ou região que deseja-se "vender", atraindo pessoas que busquem viver novas experiências e cheguem ao ápice da satisfação.

Durante a realização da pesquisa foi possível reconhecer que o local estudado recebe um grande número de pessoas, dos vários estados brasileiros, no período da Festa do Bom Jesus dos Navegantes. Como por exemplo: dos estados de Sergipe, São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco, Bahia, Minas Gerais, Rio Grande do Norte e Ceará.

Com tal resultado, percebe-se que as mídias são bastante utilizadas como ferramentas de busca e divulgação da informação sobre a cidade e a festividade. Comprovando que esses turistas e visitantes ao município de Penedo buscam a interatividade com as Tecnologias da Informação e Comunicação (sites, Facebook, Whatsapp, internet e etc), possibilitando aos mesmos conhecerem o local antes da visita.

Vale salientar a importância do uso das TIC's para a divulgação de Penedo, como observado na pesquisa, porém é salutar observar que pesquisas feitas com turistas em outros anos e durante outras festas que ocorrem na cidade, reforçaria ainda a referida importância do uso das TIC's para a divulgação de Penedo.

A eficiência das TIC's é justificada pela facilidade das publicações de informações na rede e por abranger um grande número de pessoas em pouco tempo. Com esse resultado, conclui-se que as TIC's tem um papel importante e eficaz como instrumentos de promoção de uma localidade visando atrair um número maior de visitantes e conseqüentemente gerar renda para o destino.

7. REFERÊNCIAS

BENI, Mario Carlos. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2006.

CARVALHO, Cícero Pérciles de. **Enciclopédia Municípios de Alagoas**. 2 edição. Maceió: Instituto Arnon de Mello, 2006.

COBRA, Marcos. **Marketing de Turismo**. 1ª edição. São Paulo: Cobra, 2005.

DIAS, Reinaldo. CASSAR, Maurício. **Fundamentos do Marketing Turístico**. 1ª edição. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

GALLI, Fernanda Correa Silveira. **Linguagem da internet: um meio de comunicação global**. Programa de Pós-Graduação em Filologia e Lingüística Portuguesa na F.C.L. - UNESP/Assis – CNPq, em dezembro de 2002.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4ª edição. São Paulo Atlas, 2002.

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. Disponível em: <<http://www.ibge.gov.br/home/>> Acesso em: 15 de outubro de 2016.

JURKEVICS, Vera Irene. **Festas Religiosas: A Materialidade da Fé**. Disponível em: <<http://revistas.ufpr.br/historia/article/viewFile/7863/5544>> UFPR, 2005.

MARTELETO, Regina Maria. **Análise de redes sociais – aplicação nos estudos de transferência da informação**. Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. MCT/IBCT – UFRJ/ECO. Janeiro/maio 2001.

MOTA, João Batista. LEONARDO, Estela da Silva. Planejamento e Produção de Materiais Didáticos para Educação a Distância. Universidade Federal de Viçosa, MG: Ed. UFV, 2015.

Prefeitura Municipal de Penedo. Disponível em: <<http://penedo.al.gov.br/2016/03/calendario-de-eventos-de-penedo-e-lancado-2/>> Acesso em: 15 de outubro de 2016.

PRETOCCHI, Mario. **Marketing para Destinos Turísticos**. Planejamento e Gestão. 1ª edição. São Paulo: Futura, 2004.

ROSINI, Alessandro Marco. PALMISIANO, Ângelo. **Administração de Sistemas de Informações e a Gestão do Conhecimento**. 2ª edição. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

SANTOS, Moezio de Vasconcelos Costa. **Penedo Patrimônio e História**. 100 Anos de Caminhada de sua Diocese. Maceió: Graf Marques, 2016.

SECCO, Rosemeire Lima; LIMA, Cinthya Santos; FEITOSA, Nancy Rosely Ferreira. **A Interação entre os blogs e o turismo na cidade de Penedo**. XVIII Seminário de Pesquisa do CCSA/UFRN – CCSA: Construindo uma Universidade Pública. Natal, maio 2013.

SEDTUR- Secretaria de Desenvolvimento Econômico do Estado de Alagoas. Disponível em: <<http://www.sedetur.al.gov.br/festas-e-eventos/festas-e-eventos>> Acesso em: 16 de outubro de 2016.

SIPEAL. Disponível em: <<https://sipealpenedo.wordpress.com/eventos-religiosos/bom-jesus-dos-navegantes/>> Acesso em: 18 de outubro de 2016.

SOUTO, Claudia Buzatti. RIBEIRO, Marcelo (org.) **Olhares sobre patrimônio cultural: reflexos e realidades**. A importância da realização de eventos em municípios de valor histórico: um estudo sobre Penedo/AL e a realização do Festival de Cinema (1975-1982). Porto Alegre: Asterisco, 2010.

TENÓRIO, Douglas Apratto. **Enciclopédia Municípios de Alagoas**. 2 edição. Maceió: Instituto Arnon de Mello, 2006.

TURBAN, Efraim. **Administração de Tecnologia da Informação para Gestão.** Transformando os negócios na economia digital. 3ª edição. Porto Alegre: Bookman, 2004.