

**INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DA PARAÍBA
UNIVERSIDADE ABERTA DO BRASIL
CURSO DE ESPECIALIZAÇÃO EM DOCÊNCIA PARA A EDUCAÇÃO
PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA**

GILVANILSON DO NASCIMENTO DE MELO

**MÍDIAS SOCIAIS: uma estratégia de publicidade para o Técnico em Guia de
Turismo**

CABEDELO - PB

2022

GILVANILSON DO NASCIMENTO DE MELO

MÍDIAS SOCIAIS: uma estratégia de publicidade para o Técnico em Guia de Turismo

Artigo apresentado à Coordenação do Curso de Especialização em Docência para a Educação Profissional e Tecnológica do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba, Polo de Araruna da Universidade Aberta do Brasil, como requisito parcial para obtenção do título de especialista. Orientadora: Profa. Ma. Cláudia Ricardo de Macêdo.

CABEDELO - PB

2022

Dados Internacionais de Catalogação – na – Publicação – (CIP)
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB

M528m Melo, Givanilson do Nascimento de.

Mídias Sociais: Uma estratégia de publicidade para o Técnico em Guia de Turismo. / Givanilson do Nascimento de Melo. – Cabedelo, 2022.
19 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Especialização em Docência para Educação Profissional e Tecnológica) – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia da Paraíba – IFPB.

Orientadora: Profa. Ma. Cláudia Ricardo de Macedo

1. Mídias sociais. 2. Intervenção pedagógica. 3. Guia turístico. I. Título.

CDU 37.013: 316.77

FOLHA DE APROVAÇÃO

GILVANILSON DO NASCIMENTO DE MELO

MÍDIAS SOCIAIS: uma estratégia de publicidade para o técnico em guia de turismo.

Trabalho de conclusão de curso elaborado como requisito parcial avaliativo para a obtenção do título de especialista no curso de Especialização em Docência EPT, campus Cabedelo, e aprovado pela banca examinadora.

Cabedelo, 12 de abril de 2022.

Aprovado em: 12, 04, 2022

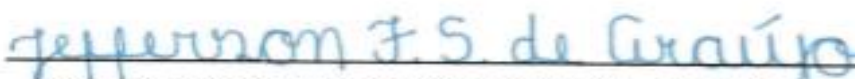
Banca Examinadora



Profa. Ma. Cláudia Ricardo de Macedo – Orientadora
(IFPB)



Profa. Dra. Deyse Morgana das Neves Correia – Examinador
(IFPB)



Prof. Me. Jefferson Flora Santos de Araújo – Examinador
(IFPB)

RESUMO

O objetivo deste estudo é apresentar uma proposta de intervenção para o Curso Técnico em Guia de Turismo. São atividades direcionadas para desenvolver habilidades no uso das mídias sociais para publicidade dos atrativos locais como ferramenta de trabalho do guia. Pois possibilita uma abordagem nas Tecnologias de Informação e Comunicação com atividades voltadas para o uso das mídias sociais. Foi realizada uma pesquisa bibliográfica para entender as ações necessárias para atingir os objetivos e desenvolver uma metodologia que possibilite ao aluno sistematizar novas formas de publicar os atrativos turísticos. Espera-se que os resultados sejam apresentados através da qualidade nas publicações, agregando valor à carreira do guia.

Palavras-chave: Proposta de intervenção; Guia turístico; Mídias sociais; Ferramentas tecnológicas; Marketing turístico.

ABSTRACT

The objective of this study is to present an intervention proposal for the Technical Course in Tourism Guide. These are activities aimed at developing skills in the use of social media to publicize local attractions as a working tool for the guide. Because it enables an approach in Information and Communication Technologies with activities aimed at the use of social media. A bibliographic research was carried out to understand the actions necessary to achieve the objectives and to develop a methodology that allows the student to systematize new ways of publishing tourist attractions. It is expected that the results will be presented through the quality of publications, adding value to the guide's career.

Keywords: Intervention proposal; Tourist guide; Social media; Technological tools; Tourist marketing.

SUMÁRIO

1-	INTRODUÇÃO	06
2-	REFERENCIAL TEÓRICO	07
2.1 -	A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA NOS DIAS ATUAIS	07
2.2 -	A FORMAÇÃO DO GUIA DE TURISMO	09
2.3 -	O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DO GUIA DE TURISMO.....	11
3-	METODOLOGIA DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO	13
4-	RESULTADOS ESPERADOS	16
5-	CONSIDERAÇÕES FINAIS	18
	REFERÊNCIAS	18

1 INTRODUÇÃO

A comunicação visual é uma forma de interação cada vez mais presente na cultura contemporânea (BORGES, 2008). Diante dessa constatação, as mídias sociais contribuem com novas possibilidades de expressão e informação, pois cada vez mais, elas fazem parte do cotidiano das pessoas. Além disso, as tecnologias digitais estão introduzindo e ampliando esses modelos de comunicação, através da divulgação de imagens e seus elementos verbais.

Tais indicações passam a exigir o desenvolvimento de diferentes habilidades, criando uma relação com o espaço pedagógico. Nesse entendimento, a instituição escolar deve preparar seus alunos para interagir na sociedade da informação e da comunicação digital. Segundo Kenki (2012), a educação e as tecnologias são indissociáveis, e para que essas associações aconteçam de modo produtivo é preciso que os educadores e todos os mediadores desse processo consigam direcionar para o seu uso social.

Desse modo, pode-se afirmar que essa relação caminha com a Educação Profissional do Técnico em Guia de Turismo a partir da associação de ideias e de metodologias para atingir visualmente o objetivo de transmitir informação, comunicação, dentre outras ações. Pois, as publicações em mídias sociais e seu uso na área profissional do turismo podem interagir através de projetos que direcionem e ampliem a educação com as tecnologias digitais. Portanto, essas funções devem ser aplicadas e exploradas no processo de ensino dos profissionais da área.

De acordo com Sousa et al (2020), o turismo, por ser uma área muito dinâmica no âmbito da comunicação, faz-se necessário que as pessoas com conhecimentos de divulgação através das mídias sociais e com essa capacidade reflitam positivamente na sua expansão profissional e no sucesso turístico de uma determinada localidade. Nesse sentido, o município de Serra de São Bento, no estado do Rio Grande do Norte é considerado uma região com grande potencial turístico, mas com carência de profissionais habilitados para promover e divulgar o turismo local.

Desta forma, foi desenvolvida uma Proposta de Intervenção para ser realizada em Curso Técnico em Guia de Turismo. Tratando-se de uma metodologia de trabalho que propõe desenvolver habilidades para o uso das mídias sociais como uma ferramenta de trabalho do guia turístico, além de ser uma estratégia para a publicação dos pontos que apresentam atrativos turísticos na localidade.

É um estudo com abordagem significativa nas mídias sociais através das ferramentas digitais, na qual serão desenvolvidas atividades que utilizam a sensibilização, criticidade e criatividade na promoção do marketing sobre os pontos turísticos locais, trazendo a valorização e o reconhecimento desses atrativos. Cabendo proporcionar um maior número de possibilidades de aprendizagens a estes indivíduos, o que irá lhes provocar a tornarem-se protagonistas de seus próprios conhecimentos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA NOS DIAS ATUAIS

A Educação Profissional e Tecnológica – EPT atualmente se nota como uma modalidade de ensino em crescimento e que contempla a formação do homem em sociedade para o mundo do trabalho, com qualidade e equidade social. De acordo com a Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional – LDB, Lei nº 9.394/96, em seu Art. 39., Parágrafo 2º:

A educação profissional e tecnológica abrangerá os seguintes cursos: I – de educação inicial e continuada ou qualificação profissional; II – de educação profissional técnica de nível médio; III – de educação profissional e tecnológica de graduação e pós-graduação.

Utilizando-se do exposto, observamos as diversas modalidades de ensino que o segmento educacional está dividido. Porém, todas buscam desenvolver no indivíduo saberes fazeres fundamentais para o exercício de uma profissão técnica qualitativa, para que estes possam ter uma vivência em sociedade com mais dignidade, tornando-se sujeitos preparados para atuarem nas diferentes áreas do conhecimento, visto que com o desenvolvimento de tais capacidades, irão refletir em competências com diferentes habilidades e, conseqüentemente, terão sucesso profissional e satisfação pessoal.

De acordo com os estudos de Pironi e Júnior (2019), as formações técnicas podem despertar nos indivíduos características empreendedoras e que podem ser significativas para a sua atuação enquanto profissional autônomo neste mundo globalizado, no qual estamos inseridos e com grandes competitividades em todos os setores sociais e segmentos do mercado, e que visa cada vez mais o desenvolvimento tecnológico.

A expansão através dos processos de inclusão pode alcançar um maior número de indivíduos ainda em sua formação de nível médio, para que desde cedo, estejam buscando a sua preparação para o ingresso no mundo do trabalho com qualidade, equidade, técnicas e saberes fundamentais para o desenvolvimento de sua profissão com excelência, além de assumirem o papel de produtores de ciência e tecnologia. Neste contexto, Pacheco (2011, p. 31) complementa destacando que:

As políticas públicas e inclusivas para a educação, em especial, para a educação profissional e tecnológica, representam a intensificação da luta pela construção de um país que busca sua soberania e a decisão de ultrapassar a condição de mero consumidor para a de produtor de ciência e tecnologia.

Contudo, sabemos que já está presente em diversas regiões do Brasil através da Rede Federal de Educação Profissional e Tecnológica, mas é preciso que as instituições de ensino profissional estejam cada vez mais presentes nas cidades interioranas, ampliando as oportunidades de formação profissional para aqueles indivíduos que possuem interesse em se profissionalizar.

Corroborando com o exposto acima, Dallabona & Fariniuk (2016) descrevem que a Educação Profissional e Tecnológica inclui cursos de formação inicial e continuada, e que esses cursos também são desvinculados do sistema de formação regular de ensino. Pois são cursos destinados à formação profissional básica; cursos técnicos que se situam no mesmo nível dos cursos de nível médio; e cursos de tecnologia, estes situados no âmbito da Educação Superior. Para os autores, a educação profissional diferencia-se como uma terceira via para o desenvolvimento.

Desta forma, compreende-se a Educação Profissional e Tecnológica com tamanho significativo e se torna necessária na formação do indivíduo na contemporaneidade, principalmente daqueles que estão em processo formativo, desde a sua escolarização de nível médio para poderem ingressar cada vez mais cedo no mundo do trabalho e como consequência, poderem ter condições para uma melhor qualidade de vida.

2.2 O USO DAS MÍDIAS SOCIAIS NO PROCESSO DE FORMAÇÃO DO GUIA DE TURISMO

Na atualidade, o turismo apresenta-se como uma área em ascensão e de bastante adesão das pessoas que buscam o lazer e a diversão. As cidades interioranas vêm se destacando como grandes potenciais turísticos, seja pelas belezas naturais, monumentos históricos, turismo religioso, roteiros de charmes, de aventuras, dentre outros.

De acordo com Zettermann e Vergana (2017), o guia de turismo se apresenta como profissional com capacidade e habilidade primordiais para desenvolver as condições necessárias na promoção dos atrativos turísticos. Pois, esse profissional pode apresentar informações seguras, transmitir conhecimentos, entre outros aspectos, resultando na valorização de uma região.

Nesse sentido, os turistas precisam de pessoas capacitadas para promover e dinamizar o turismo local, visando receber os visitantes com qualidade no atendimento e com aconchego, ou seja, oferecendo serviços essenciais e fundamentais para que eles se sintam bem acolhidos. Portanto, o guia precisa direcionar seu público visando garantir os melhores roteiros, com logística e assessoramento, dentre outras demandas.

Como destaca Picazo (1996), o guia de turismo é um artista que promove cor e calor aos pontos onde apresentam potenciais turísticos. Tem o dom de dar sentido e vida aos monumentos históricos, por ser um profissional com a função de acompanhar o turista fazendo os longos caminhos tornarem-se curtos e interessantes.

Dentre os serviços oferecidos, pode-se destacar aqui, principalmente a oferta de um guia de turismo, um profissional preparado para receber e acompanhar o turista com as informações precisas e indispensáveis para o engajamento dos visitantes, com um bom acolhimento e o encaminhamento destes até aos pontos que se destacam por apresentarem grandes e interessantes potenciais turísticos. De acordo com Santos e Tomazzoni (2020), este tem a função de garantir aos turistas os melhores momentos, impressões, experiências e lembranças, além de ajudar na preservação da identidade e dos valores dos pontos turísticos visitados por estes.

Mas, para o profissional ter as habilidades necessárias para este fim, faz-se fundamental a formação na área. A qualificação do guia turístico é uma demanda necessária, pois vai influenciar no desempenho do turismo em uma determinada região. Corroborando com essa premissa, Souza e Corrêa (2002) evidenciam que este é o profissional apto para assessorar os turistas e elevar o nível de informações sobre um local, região, entre outros.

Neste sentido, por meio da sua profissionalização, vai estar preparado para atuar neste setor, com as técnicas e habilidades adquiridas com a sua formação por meio de uma instituição que apresente um corpo docente preparado, com ensino e aprendizagem favorável para desenvolver e estimular na pessoa que busca esta formação, as estratégias e as ferramentas fundamentais para a oferta de um bom serviço e para uma boa atuação, sabendo prestar as informações sobre o ambiente visitado e dar uma boa assessoria ao turista, quando demandada.

A utilização das mídias sociais no contexto atual se faz necessária em todas as nuances do convívio em sociedade e torna-se de suma importância para o indivíduo viver na sociedade atual. Assim, compreende-se ser uma estratégia de grande utilidade para as pessoas no mundo contemporâneo, pois são necessárias para a concretização das inúmeras ações do homem em seu cotidiano social. É a partir delas que podemos tornar os processos mais ágeis, de certa forma menos burocráticos, com um alcance social muito rápido e de acordo com a realidade imposta pelo mundo atual.

Partindo das premissas acima, Moura e Carvalho (2019) as mídias sociais e virtuais, são ambientes efetivos de interação e compartilhamento de informações pelas e para as pessoas, e se torna de fundamental importância para a vivência do indivíduo em uma sociedade tecnológica. Tendo em vista a relevância que estas assumem para a praticidade das inúmeras ações das pessoas, sejam comunicativas, informacionais, profissionais, estudos e para outras situações diversas, a exemplos de compras, vendas, transações bancárias, publicações, dentre outras, as quais são tão necessárias e fundamentais para a vivência do homem socialmente.

Os mesmos autores ainda expõem que estas mídias sociais virtuais são ferramentas digitais diversificadas, permitindo relação, criação ou troca de conteúdos entre o usuário e o manipulador das informações e situações. Moura e Carvalho (2019) relacionam o Facebook, WhatsApp, Instagram, Twitter, Skoob, blogs, YouTube, bem como outras mídias, as quais podem ser utilizadas por qualquer indivíduo, desde que esteja acessível a um smartphone ou

notebook com internet, pois, com essa usabilidade há uma diminuição de distâncias entre as pessoas, elevando a transmissibilidade de informações e comunicações entre os indivíduos em sociedade.

Desta maneira, o uso das mídias sociais no processo de formação do Guia de Turismo é de fundamental importância para se tornar uma formação mais dinâmica, interativa, comunicativa e, sobretudo, voltada para o contexto da tecnologia e da informatização, pois assumem um papel relevante na sociedade atual, visto a ampla divulgação dos fatos e das situações, além da rapidez com que as informações chegam às pessoas, tendo em vista estas estarem conectadas com o mundo tecnológico constantemente.

Neste sentido, Sousa et al (2020) complementam destacando que o turista desempenha um importante papel com ativismo na comunidade das marcas, por ter as características requeridas pelas mídias sociais para o compartilhamento de informações com rapidez e facilidade, elevando e incentivando aos demais consumidores.

Assim, apresentar conteúdos relevantes, imagens dos pontos turísticos, dados e experiências com vídeos daqueles turistas que vem conhecê-los, nas redes sociais, é primordial para engrandecer e fortalecer cada vez mais o turismo local, atraindo outras pessoas e de outras partes do mundo para também comparecerem e compartilharem dessas situações tão agradáveis, apresentadas hoje com uma grande expansão e de tamanho significativo, principalmente para o comércio, os restaurantes, as pousadas, dentre outros atrativos, que mantém a circulação de turistas na região.

Nesta perspectiva, destacamos aqui, com base em Camurca e Giovan-Mini Jr. (2003, p. 254), que é por meio do turismo que:

O indivíduo pode exercitar um olhar que, ao se identificar com a cultura e religião do outro, no mesmo movimento se diferencia dele, reforçando seu próprio lócus identitário. Pelo seu caráter de consumo, o turismo proporciona uma experiência única, onde o sujeito pode compor vários sentidos, religiosos, históricos, culturais, ressignificando-os em busca de uma satisfação pessoal.

Corroborando com estes autores, podemos acrescentar que é a partir do olhar e do consumo exercitado pelo turista sobre as tradições e dos monumentos históricos apresentados, que vão adquirindo gosto e prazer pelas experiências, tornando-as únicas, compondo sentidos e dando novos significados e identidades ao ambiente, lhes proporcionando uma satisfação pessoal e cada vez mais gosto pelo local conhecido.

3 METODOLOGIA DA PROPOSTA DE INTERVENÇÃO

Este estudo apresenta uma pesquisa qualitativa, a partir de uma Proposta de Intervenção para ser aplicada em uma turma de 20 (vinte) alunos, participantes do

Curso Técnico em Guia de Turismo ofertado pela Unidade Acadêmica Escola Agrícola de Jundiá – EAJ/UFRN, polo de Serra de São Bento no estado do Rio Grande do Norte. Para realização desta ação pedagógica buscou-se utilizar uma abordagem nas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), com atividades voltadas para as mídias sociais. De acordo com Minayo (2009, p. 21-22), a pesquisa qualitativa:

[...] trabalha com o universo de significados, motivos, aspirações, crenças, valores e atitudes, o que corresponde a um espaço mais profundo das relações, dos processos e dos fenômenos que não podem ser reduzidos à operacionalização de variáveis.

Os instrumentos utilizados para construção do referencial teórico desse estudo basearam-se em diversos autores. Sobre os quais, que estão acessíveis nas referências, realizou-se uma pesquisa bibliográfica para entender as ações necessárias para atingir os objetivos, o planejamento das atividades da proposta de intervenção e para fundamentação deste artigo científico.

Nesse sentido, podemos relacionar a visão de Lakatos e Marconi (1996, p. 183) sobre a pesquisa bibliográfica que:

[...] abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema estudado, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, materiais cartográficos, etc. [...] e sua finalidade é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto [...].

Assim, após a coleta das informações nas bases teóricas citadas anteriormente, foram realizadas leituras, análises e interpretações dos dados, sendo selecionados aqueles mais relevantes e que mais se aproximassem do tema da proposta em discussão, para uma fundamentação teórica e um aprofundamento mais efetivo dos resultados esperados sobre a proposta de intervenção em discussão.

Pois conforme Gil (1999, p. 168):

A análise tem como objetivo organizar e resumir os dados de tal forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto para investigação. Já a interpretação tem como objetivo a procura do sentido mais amplo das respostas, o que é feito mediante sua ligação a outros conhecimentos anteriormente obtidos.

Na sequência, utilizou-se o tratamento de dados por meio da organização das informações, de tal forma que determinassem respostas coerentes e significativas para a realização das atividades da proposta de intervenção, tendo por objetivo desenvolver habilidades no uso das mídias sociais através da publicidade dos atrativos locais como ferramenta de trabalho do guia de turismo.

Desta forma, pretende-se que os alunos do Curso Técnico em Guia de Turismo desenvolvam atividades de publicidade dos pontos turísticos locais, e os apresentem no Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, ou qualquer outra rede social que os educandos tiverem habilidades e se sentirem à vontade para desenvolverem a ação proposta.

A organização desta proposta teve início a partir das pesquisas, do planejamento e elaboração da ação pedagógica. As atividades diárias terão 4 (quatro) horas de duração, com carga horária total de 20 (vinte) horas, conforme cronograma apresentado a seguir, no quadro 1.

Quadro 1 – Programação da proposta de intervenção

Dia da atividade	Atividade a ser realizada	Objetivo da atividade
Primeiro dia 04 h / relógio	Conversa informal; Falar sobre a evolução das TICs no turismo; Exibição de slides sobre a temática das mídias sociais no turismo; Fazer uma abordagem sobre ética no trabalho com imagens e dados históricos;	Apresentar a proposta; Conversar sobre o papel das TICs e das mídias sociais no turismo; Discutir sobre qualidade das postagens nas redes sociais; Debater sobre sensibilidade e ética nas postagens de atrativos turísticos;
Segundo dia 04 h / relógio	Apresentação de slides com fotos representativas de locais com potencial turístico; Trabalhar as metodologias propostas para esta intervenção; Direcionar os alunos para realizar pesquisas na internet e com pessoas da comunidade.	Fazer um estudo sobre as melhores representatividades das fotos; Entender as abordagens adequadas sobre os dados históricos dos pontos turísticos apresentados; Desenvolver habilidades de pesquisa sobre dados históricos;
Terceiro dia 04 h / relógio	Formação de grupos de estudo; Definir as mídias sociais e as TICs que cada grupo irá utilizar; Apresentação dos dados das pesquisas; Iniciar as atividades de publicidade;	Socializar com os demais grupos os resultados da pesquisa; Utilizar as mídias que tenham afinidade e habilidade; Desenvolver habilidades de publicidade utilizando as TICs e as mídias sociais;
Quarto dia 04 h / relógio	Estudo das publicidades de cada grupo; Socialização das publicidades desenvolvidas; Postagem das atividades nas mídias sociais;	Fazer as observações das publicidades; Apresentar as atividades desenvolvidas no grupo;
Quinto dia 04 h / relógio	Discussão sobre as apresentações e mídias escolhidas e os resultados	Entender a dinâmica da publicidade do turismo a partir do uso das TICs e das redes

	alcançados por cada grupo; Aplicação de um questionário.	sociais; Observar os resultados e nível de aceitabilidade da proposta de intervenção.
--	---	--

Fonte: Elaborado pelo próprio autor da Proposta de Intervenção.

Inicialmente, é proposto um contato com a instituição ofertante do referido curso, para que possa ser apresentada essa proposta de intervenção deixando em destaque o tema, os objetivos, as atividades a serem desenvolvidas e a importância desta para o curso, principalmente para os futuros profissionais.

Para o início da Intervenção Pedagógica, a primeira atividade será a apresentação da proposta para os estudantes e o professor da disciplina de formação de guias turísticos locais. Por meio de conversa informal e com o apoio de slides serão descritas todas as informações sobre o projeto de intervenção. Pois, esta ação tem o objetivo de mostrar a importância da utilização das TICs e das redes sociais no turismo, bem como analisar os pontos éticos das publicidades.

No segundo dia, serão exibidos slides com fotos representativas da região, dos locais com potencial turístico, e que serão possíveis de resgatar a história, assim como, para realizar o trabalho de publicação nas redes sociais, a qual está proposta por esta intervenção. Neste sentido, os alunos poderão debater sobre as melhores formas de publicação e valorização das imagens nas redes sociais.

O procedimento metodológico descrito acima traz estratégias de sensibilização do olhar, para ampliar a capacidade de criatividade e criticidade na comunicação utilizando as TICs e as redes sociais. Nesse sentido, Maia (2011, p.26) descreve que “a atitude de um leitor crítico é a de um sujeito curioso diante do texto e da vida”. Por isso, é importante as postagens estarem sobre um olhar criterioso e a parte textual venha compor esse elo de valorização, conseguindo despertar o desejo nas pessoas de conhecerem o ambiente turístico fotografado e descrito.

A mesma autora acima citada acrescenta ainda que, para sermos leitores com criticidade, precisamos compreender aquilo descrito nas entrelinhas das leituras efetivadas, dando respostas aos questionamentos que ainda estão para serem realizados. Desse modo, é ter um pensamento autônomo, no qual se efetiva a construção do seu próprio conhecimento.

Desta forma, e já dispostos dessa relação, deverá ser solicitada aos cursistas a realização de pesquisas na internet e com pessoas da comunidade, sobre a história de cada ponto turístico, bem como de fotos diversificadas, para que possam planejar e montar suas publicações a serem disponibilizadas nas mídias sociais dos referidos resultados.

No terceiro dia, deverá ser proposta a formação de equipes com cinco participantes para a execução das atividades e postagem nas redes sociais. Os estudantes irão escolher as mídias sociais e as TICs consideradas mais interessantes ou que possuem mais habilidades, para a realização da atividade proposta.

No quarto dia, antes da publicação, faz-se necessário que estas informações produzidas pelos estudantes sejam revisadas e reestruturadas pelo professor

responsável pela ação pedagógica, de modo que deverá realizar suas observações nos grupos, através de critérios como: qualidade, coerência e uma visão geral das publicações. Em seguida, os grupos poderão fazer suas apresentações sobre as atividades produzidas.

Deste modo, através das apresentações e dos debates, os estudantes praticarão critérios necessários para o trabalho com as imagens e os elementos textuais desenvolvidos. Neste mesmo dia já iniciam suas postagens das atividades nas redes sociais, a exemplos do Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, ou outras, solicitando que marquem nas publicações os professores, colegas e demais envolvidos na proposta, a fim de que sejam cada vez mais visualizadas.

E, no quinto dia, deverão ser feitas discussões sobre as apresentações emídias escolhidas e os resultados alcançados por cada equipe. E como última atividade proposta para esta intervenção, será aplicado um questionário com a finalidade de avaliar as atividades realizadas, bem como, serem dadas sugestões para a melhoria da proposta e das ações elencadas. Além de ser possível destacar os resultados e o nível de aceitabilidade pelos participantes da intervenção proposta.

4 RESULTADOS ESPERADOS

Com a aplicação desta intervenção, espera-se que estes indivíduos participantes se empenhem nas ações propostas e despertem interesse em aprender efetivamente, tornando-se guias turísticos locais atuantes nesta profissão.

Tenham uma aceitabilidade por parte desta proposta, por perceberem a importância dessas ações para uma aprendizagem mais efetiva e significativa do histórico de cada potencial turístico trabalhado. De acordo com Pacheco (2011, p. 23), a tecnologia é uma transversalidade no ensino, na pesquisa e na extensão, vinculando-se como uma dimensão que vai além das técnicas simples de aplicabilidade, por se ramificarem nos aspectos culturais e socioeconômicos.

Conforme o autor mencionado, é possível perceber a relevância apresentada pela tecnologia para o ensino, para a pesquisa e para a extensão nos tempos atuais, por ser um elemento transversal e que vai muito além das aplicações técnicas, destacando-se com muita efetividade nos aspectos sociais, econômicos e culturais dos indivíduos em processo de aprendizagem.

Outro ponto importante nos possíveis resultados é o reconhecimento por parte dos alunos, sobre a importância da utilização das TICs e das redes sociais para o turismo, bem como, os pontos éticos das publicidades, podendo debater sobre as melhores formas de publicação e valorização das imagens nas redes sociais, em conjunto com os demais envolvidos no processo, ampliando a sua capacidade de criatividade e criticidade na comunicação, por meio da utilização das Tecnologias da Informação e da Comunicação e das redes sociais.

Para Borges (2008), a Sociedade da Informação e do Conhecimento está tendo um grande reconhecimento em virtude da grande usabilidade que a informação, o conhecimento e as tecnologias da informação e da comunicação estão tendo no cotidiano das pessoas e da própria sociedade, e isso se dá nas mais distintas situações ou atividades sociais.

Em relação à atividade de pesquisa sobre os pontos turísticos, é possível que os alunos desenvolvam habilidades de buscar informações com as pessoas da comunidade, mas também, críticos e autônomos na busca dessas informações na internet. Nesse sentido, suas postagens terão um diferencial, os quais poderão ser atribuídos através de qualidade e eficiência na demonstração da realidade desses locais. Essas indicações são pertinentes à visão de Valle (2004), na qual se verifica que o guia de turismo é o responsável pela imagem, também relaciona para esse profissional o papel de multiplicador, demonstrando a importância de suas apresentações.

É esperada ainda a utilização das diferentes mídias sociais para a publicação da história e das fotografias de cada ponto turístico destacado na localidade, pois “a Internet se tornou um ambiente que afeta o marketing de sua empresa de diversas formas, seja na comunicação corporativa seja na publicidade, e continuará afetando o marketing mesmo que você não invista um centavo nela” (TORRES, 2009, p. 61). Desse modo, cientes desse poder da internet para a realização do marketing dos pontos turísticos trabalhados ou apresentados, torna-se uma metodologia interessante, dinâmica, coerente e efetiva para desenvolverem habilidades no uso das mídias digitais para publicidade dos atrativos turísticos locais como ferramenta de trabalho em turismo.

Considerando que deverão ser utilizadas as diferentes redes sociais e as diversas Tecnologias da Informação e da Comunicação para o desenvolvimento das atividades, acredita-se que haverá um desempenho satisfatório dos educandos nas ações propostas, trazendo-lhes resultados necessários e fundamentais para a ampliação dos conhecimentos sobre publicações em redes sociais, e também sobre os locais turísticos e históricos, pois assim sairão conhecedores e aptos a exercerem partes de suas responsabilidades para com a profissão em formação.

Deste modo, a partir da realização das ações propostas nesta intervenção, compreende-se que sejam estratégias relevantes e atuais para despertar mais interesse aos estudantes, e por meio da utilização das mídias sociais e ferramentas digitais, sejam promotores de um marketing sobre os pontos turísticos locais, elevando a sua autoestima e o reconhecimento desses atrativos a nível local, regional e nacional. Além de proporcionar um maior número de possibilidades de aprendizagens a estes indivíduos, o que irá lhes provocar a tornarem-se protagonistas de seus próprios conhecimentos.

Portanto, a metodologia descrita nesse plano de intervenção pode possibilitar aos futuros profissionais, novas formas de publicação dos monumentos com referências turísticas, visto que a proposta contempla um novo olhar para trabalhar a imagem e a sua composição textual. Desta forma, que consigam transmitir através de suas postagens o desejo das pessoas conhecerem *in loco* tais pontos publicizados. E que, neste sentido, compreende-se como forma de agregar valor para o desenvolvimento da carreira do técnico em guia de turismo.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Observa-se que a partir da aplicação desta Proposta de Intervenção com os estudantes do Curso Técnico em Guia Turístico é esperado que sejam promovidos resultados significativos e fundamentais para com o bom desempenho profissional,

mais que, sobretudo, seja uma forma prazerosa e relevante de incentivar estes indivíduos a desenvolverem habilidades no uso das mídias digitais para publicidade de pontos turísticos locais como ferramenta de trabalho em turismo.

Com o desenvolvimento desta proposta de intervenção, espera-se que estes estudantes despertem o interesse em participar efetivamente, adquirindo aprendizagens significativas para tornarem-se profissionais do amanhã com qualidade e comprometidos com o que fazem, tornando-se atuantes na sociedade e na profissão ora adquirida.

Desta maneira, deverão ser momentos dinâmicos, interativos, compartilhados e atrativos para sua participação e aprendizagem, por meio do uso das mídias sociais e das Tecnologias da Informação e Comunicação integralizadas aos conteúdos ministrados no curso e as situações de aprendizagens voltadas para as suas necessidades profissionais e sociais.

Ainda que sua realidade seja transformada e adquiram uma perspectiva de um futuro profissional com responsabilidade, estratégias e coerência social, para potencializar cada vez mais o ambiente onde estiver inserido e a sua profissão, por meio do uso efetivo das tecnologias digitais e das práticas demonstradas em seu contexto educacional através das mídias sociais.

Desenvolver tais ações na capacitação desses jovens participantes do Curso Técnico em Guia de Turismo é de grande importância, para que sejam profissionais com diferencial competitivo em relação ao apresentado no mercado do turismo, tendo em vista ser uma atividade bastante demandada na localidade.

Compreende-se que a partir da realização desta ação pedagógica, os alunos irão elaborar publicidades turísticas que provoquem nos turistas um maior entusiasmo e adesão ao seu trabalho, primando pela eficiência e qualidade, desenvolvendo novas habilidades de utilizar as ferramentas digitais e midiáticas, tendo um novo olhar para trabalhar a imagem e a sua composição textual.

Para concluir, vale salientar que os discentes precisam se sentir autores de sua própria aprendizagem e de suas produções sociais. Para isso, o docente deve buscar meios que sejam importantes para essa mediação metodológica, de forma que os estudantes se sintam atraídos a permanecerem no espaço profissionalizante, com uma participação significativa nas atividades e ações propostas pelo formador, adquirindo aprendizagens significativas e que lhes apresentem resultados consistentes e efetivos, alcançando os objetivos de ensino propostos.

REFERÊNCIAS

- BORGES, M. A. G. A informação e o conhecimento como insumo ao processo de desenvolvimento. **Revista Ibero-americana de Ciência da Informação (RICI)**, v.1, n. 1, p.175- 196, jul/dez 2008. Disponível em: <https://periodicos.unb.br/index.php/RICI/article/view/1249>. Acesso em: 15 fev. 2020.
- BRASIL. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação Nacional**, LDB. 9394/1996.

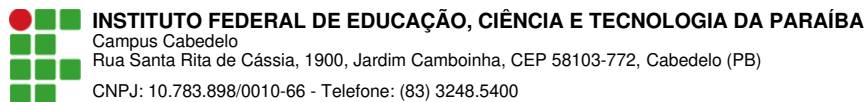
- CAMURCA, M. A.; GIOVAN-MINI JR., O. Religião, patrimônio histórico e turismo na Semana Santa em Tiradentes (MG). **Horizontes Antropológicos**, Porto Alegre, v. 9, n. 20, p. 225-247, Oct. 2003.
- DALLABONA, C. A.; FARINIUK, T. M. D. EPT no Brasil: histórico, panorama e perspectivas. **POIÉSIS**, v.10. n. Especial, 46-65, jun/dez 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/1019177/prppge.v10e0201646-65>. Acesso em: 02 fev, 2022.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- KENSKI, V. M. **Educação e Tecnologias: o ritmo da informação**. Campinas, SP. Papirus. 2012.
- LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. DE A. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1996.
- MAIA, J. V. **A leitura crítica a partir da interpretação de charges jornalísticas**. 2011. 220 f. Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Ceará, Centro de Humanidades, Programas de Pós Graduação em Linguística, Fortaleza – Ceará, 2011.
- MINAYO, M. C. de S. (Org.). **Pesquisa Social: teoria, método e criatividade**. 28 ed. Petrópolis: Vozes, 2009.
- MOURA, K. M. de; CARVALHO, Luciene Oliveira de. As mídias sociais na prática do professor. **Polyphonia**, v. 30/2, jul.-dez. 2019. Disponível em: <https://www.revistas.ufg.br/sv/article/view/65111/35301>. Acesso em: 28 jan. 2022.
- PACHECO, E. **Institutos Federais: Uma Revolução na Educação Profissional e Tecnológica**. Eliezer Pacheco – Org. Editora Moderna. Brasília, 2011. Disponível em: https://www.fundacaosantillana.org.br/wp-content/uploads/2019/12/67_Institutosfederais.pdf. Acesso em: 31 Jan. 2022.
- PERONI, Ana Paula; JUNIOR, Octávio Cavalari. Educação Empreendedora: formação de cidadãos na Educação Profissional e Tecnológica. **Revista Principia – Divulgação Científica e Tecnológica do IFPB**, nº 47, João Pessoa, 2019.
- PICAZO, C. **Assistencia y Guia a Grupos Turísticos**. Madrid: Sintesis, 1996.
- SANTOS, B. P. G.; TOMAZZONI, E. L. O reconhecimento do guia de turismo e as pesquisas sobre essa atividade profissional nas revistas científicas brasileiras. **Revista Turismo em Análise | ECA-USP | v. 31, n. 1, p. 77-95, jan./abr., 2020**. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/171354/162857>. Acesso em: 13 fev. 2022.
- SOUSA, B. B.; MACHADO, A. F.; IGREJA, C. M.; CAMPOS, J. G. **As redes sociais como veículo para combater os efeitos nefastos do covid-19: um estudo exploratório no contexto turístico português**. Cambiassu, v. 15, n. 25, p. 21-35. 2020.
- SOUZA, A. M.; CORRÊA, M. V. M. **Turismo: Conceitos, Definições e Siglas**. Manaus: Ed. Valer, 2000.
- TORRES, C. **A bíblia do marketing digital**. 1ª edição. São Paulo: Novatec, 2009.
- VALLE, I. A. de. **A profissão de guia de turismo: conhecendo o passado e o presente para projetar o futuro**. Dissertação (Mestrado em Turismo). Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia. Ilhéus, Bahia, 2003.

Disponível em:

http://www.uesc.br/cursos/pos_graduacao/mestrado/turismo/dissertacao/lvete.

Acesso em: 16 fev. 2022.

ZETTERMANN, G. D.; VERGARA, L. G. L. (2017). **O guia de turismo**: uma abordagem legal sobre uma profissão no brasil. Revista Turismo - Visão e Ação, 19(1), 185-215. 2009.



Documento Digitalizado Ostensivo (Público)

Trabalho Final de Curso - TCC

Assunto: Trabalho Final de Curso - TCC
Assinado por: Gilvanilson Melo
Tipo do Documento: Anexo
Situação: Finalizado
Nível de Acesso: Ostensivo (Público)
Tipo do Conferência: Cópia Simples

Documento assinado eletronicamente por:

- **Gilvanilson do Nascimento de Melo, ALUNO (202027410211) DE ESPECIALIZAÇÃO EM DOCÊNCIA PARA A EDUCAÇÃO PROFISSIONAL E TECNOLÓGICA - CAMPUS CABEDELLO**, em 06/06/2022 09:30:21.

Este documento foi armazenado no SUAP em 06/06/2022. Para comprovar sua integridade, faça a leitura do QRCode ao lado ou acesse <https://suap.ifpb.edu.br/verificar-documento-externo/> e forneça os dados abaixo:

Código Verificador: 538396
Código de Autenticação: 42456752e1

