

APLICATIVOS DE MAPAS GOOGLE MAPS, HERE MAPS E TURISMO

Felipe Nogueira dos Santos¹
Venilson da Silva Feitosa²
André Riani Costa Perinotto³

RESUMO

O presente trabalho destaca a importância dos aplicativos de mapas do Google e da Here e como estes podem contribuir com o turismo por otimizar informações para o turista. O desenvolvimento deste estudo realizou-se a partir da pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, a respeito das tecnologias da informação e comunicação, internet e aplicativos para dispositivos móveis. Utilizou-se também da netnografia e da análise comparativa e de conteúdo. Foram analisadas as funcionalidades presentes nos aplicativos da Here Maps e do Google Maps e como elas podem influenciar na escolha e na divulgação de um destino, visto que fornecem imagens e informações variadas de possíveis pontos de interesse, além de amenizar o caso da intangibilidade.

PALAVRAS-CHAVE: TURISMO. TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO. INTERNET. APLICATIVOS DE MAPAS GOOGLE MAPS E HERE MAPS.

¹ Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Piauí, ex-diretor presidente da Empresa Júnior ROTAS da UFPI. E-mail: felipentur@gmail.com

² Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Piauí, ex-coordenador de agenciamento e transportes da Empresa Júnior ROTAS da UFPI. E-mail: venilson.95@hotmail.com

³ Doutor em Ciências da Comunicação – UNISINOS/RS, Mestre em Geografia (Organização do Espaço) – UNESP/Rio Claro, Especialista em Docência para Ensino Superior (Turismo e Hotelaria) – SENAC/SP e Bacharel em Turismo – UNIMEP/SP. Professor Adjunto do Curso de Turismo da UFPI (Universidade Federal do Piauí – Brasil) e Professor Permanente do Mestrado em Gestão de Negócios Turísticos da UECE (Universidade do Estado do Ceará). E-mail: perinotto@ufpi.edu.br

INTRODUÇÃO

O desenvolvimento tecnológico proporcionado pela globalização contribuiu para um fluxo prático e rápido de informações. Os meios de comunicação midiaticizam as informações e as pessoas as utilizam nas tomadas de decisões em algumas situações. Em adição, Martins (2005) fala da importância da internet no fluxo de informações quando discorre que no mundo globalizado em que atitudes giram em torno destas, essa rede é a que melhor divulga e transmite aquelas de forma instantânea e com precisão. Com isso, algumas empresas encontraram uma forma de gerar lucro, tudo isso através do fornecimento de dados, inclusive de mapeamento, como é o caso do Google Maps e da Here Maps. Dessa maneira, ocorre um acirramento entre a concorrência nesse segmento, principalmente, entre as duas aqui citadas.

Vale ressaltar que devido a facilidade de acesso à internet, principalmente em smartphones, o uso de aplicativos é recorrente por facilitar algumas atividades cotidianas das pessoas. Exemplo disso são as plataformas de compras on-line como: Mercado Livre, Netshoes, Magazine Luiza, Kanui e outros que propiciam a compra de vários produtos, diretamente de um dispositivo conectado a grande rede. Assim, o cliente não necessita se deslocar até o espaço físico das lojas.

No turismo, existem aplicações que podem favorecer as escolhas dos viajantes, sejam estas associadas a escolha de um meio de hospedagem, restaurantes, voos e/ou atrações, como é o caso do TripAdvisor. Vale destacar ainda o aplicativo GuiaMais Turismo, que oferece suporte ao turista apresentando informações de pontos de interesse como museus, parques, teatros, cinemas, shopping centers, restaurantes, bares e meios de hospedagem. Além disso, os citados permitem que os usuários façam avaliações e comentários dos locais visitados.

Dentro das plataformas de mapas não é diferente. Existem várias informações como pontos de interesses (restaurantes, bares, igrejas, farmácias, hospitais, meios de

hospedagem, atrativos turísticos e etc.), distâncias de um ponto a outro, rotas alternativas (informa o melhor caminho para pedestre e/ou automóvel), além de indicar o fluxo de trânsito por onde o usuário deseja transitar. Ademais, a navegação em tais aplicativos permite a visualização de fotografias dos locais e dos pontos de interesse, podendo até ser em 3D. Dessa forma, estes aplicativos podem auxiliar os indivíduos na hora da escolha do destino.

Durante as discussões expostas, é possível a visualização de algumas diferenças entre os aplicativos do Google Maps e da Here Maps. Entretanto, ambos possibilitam que os usuários forneçam informações para o abastecimento e atualização dos mapas. Este fato é denominado pela Here Maps como mapeamento colaborativo⁴; já o Google Maps o denomina Guia local⁵.

Sendo assim, a presente pesquisa objetiva destacar que os aplicativos de mapas do Google e da Here contribuem com o turismo por otimizar informações para o turista, pois antes mesmo de se deslocar até o ponto desejado, o viajante pode recorrer ao aplicativo e pesquisar o que existe no local, qual caminho mais curto ou o melhor caminho para se chegar, dentre vários outros aspectos que podem ser antepostos a visitação. Com relação aos fatores citados, os dois aplicativos podem proporcionar uma experiência antecipada aos seus usuários, amortizando desta forma a intangibilidade.

TURISMO E AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO: UMA RELAÇÃO DE INSEPARABILIDADE

Devido ao avanço da globalização e das tecnologias da informação e comunicação, principalmente proporcionadas pela internet, as pessoas compartilham conhecimentos e suas experiências. No turismo é notório que as tecnologias e as informações obtidas através das redes sociais, sites de vendas de passagens e/ou roteiros, blogs de viagens e

⁴ Consiste numa base de dados de mapas virtuais na qual se pode, por meio de um software editor, alterar os mapas colaborativamente, tratando-se assim de mais uma variedade de websites cujo conteúdo é gerado pelo próprio usuário.

⁵ O colaborador do programa pode adicionar, corrigir e editar informações sobre locais cadastrados no mapa. Pode também responder perguntas e escrever comentários. Tudo para ajudar quem viaja e ainda não conhece o local.

outras mídias disponíveis na internet, interferem na tomada de decisão das pessoas ao adquirirem um produto ou serviço turístico.

Com base em tais informações, Guimarães e Borges (2008, p. 10) falam que:

O setor do turismo é um grande incorporador de tecnologia, nos seus diversos segmentos, e o seu crescimento sempre depende da sua capacidade de inovação e do uso da tecnologia para melhoria da gestão, desenvolvimento de novos produtos, aperfeiçoamento da comunicação, otimização das experiências de viagens e personalização no atendimento.

Com isso, tem-se a carência de ter em mãos uma tecnologia que corresponda às necessidades que possam surgir, até mesmo antes do deslocamento acontecer. Satisfazendo tais necessidades, o que se passa é confiança e credibilidade ao usuário e, é justamente isto que os aplicativos de mapas podem proporcionar aos seus utilizadores.

Assim, Goeldner et al (2002, p. 246) discorrem que:

[...] o turismo é um composto de atividades, serviços e segmentos que proporciona uma experiência de viagem, é importante identificar e classificar seus componentes de demanda. A qualidade e a quantidade deles irá determinar o sucesso do turismo em qualquer área.

Desta forma, o que se percebe é que além da visão segmentada, o turismo possui cada vez mais utilizadores, principalmente por conta do avanço das tecnologias da informação e comunicação, que tiveram um aumento significativo devido ao crescimento da globalização.

Em acréscimo, Pires (2011) retrata a ansiedade da população por inovações técnicas, o que pontua uma das características da sociedade da informação: a compra exacerbada de tecnologia e conhecimento. Tomando como base essa assertiva, percebe-se que as pessoas buscam as novas tecnologias e as trocas de informações reais e atuais; assim, empresas que trabalham para levar isso aos clientes, principalmente as de mapas, devem estar atentas com a evolução no mundo tecnológico, visando atender anseios e necessidades de seus utilizadores.

A INTERNET COMO FACILITADORA PARA O TURISMO E PARA OS TURISTAS

A internet é uma importante ferramenta no mundo contemporâneo. Através dela as pessoas conseguem comercializar produtos e serviços, trocar informações, socializar-se e ainda podem transformá-la em um meio de divulgação.

Pensando nisso, Guimarães e Borges (2008, p. 36) abordam que:

As possibilidades advindas do uso da internet pelo turismo modificaram as relações entre consumidores, produtores e distribuidores de produtos turísticos. Com as novas tecnologias, os processos decisórios de aquisição de viagens são mais rápidos e o planejamento delas pode ser feito com suporte midiático.

Trazendo o aplicativo de mapas para esta discussão, denota-se que este é um facilitador para a vida do turista e de seus usuários. Além disso, a facilidade de acesso dentro das plataformas dos aplicativos favorece a vida de quem deseja se localizar ou encontrar qualquer ponto no qual necessite ou tenha vontade de chegar.

Fica claro que, para o turismo, o desenvolvimento das tecnologias, principalmente da internet, proporciona a troca de informações, o que para muitos turistas pode ser sinônimo de economia na hora de viajar, tendo em vista que não precisará ir a uma agência de viagens e que existe a possibilidade de montar todo o seu roteiro com o auxílio da internet.

Levando a discussão adiante, Tschanz e Klein (1996) afirmam que para o turismo a internet tem um potencial que serve como canal de distribuição direto para todos os tipos de serviços de viagem. Partindo dessa observação, nota-se que a grande rede também pode proporcionar uma experiência com recursos de sons e imagens, obtidas através dos vídeos. Com isso, o nível de exigência dos consumidores por informações a respeito do destino tende a ser maior.

Nesse contexto, Xiang e Gretzel (2010, p. 13) colocam que:

O advento da Web 2.0, principalmente no formato de mídias e redes sociais ocasionou mudanças e transformações significativas na atividade turística, sobretudo em relação a produção de conteúdo por usuários e o compartilhamento de informações e conteúdos entre usuários e consumidores, ganhando popularidade entre as atividades online dos viajantes.

Relacionado ao exposto, a internet pode ser um fator decisivo para a tomada de decisão na hora da escolha de um destino turístico, sendo que as informações obtidas através deste meio geram um nível de confiança no utilizador. Quanto maior for o número de informações, maior será o nível de confiança do turista com relação a determinado local.

Por meio da internet, os aplicativos de mapas podem ser divulgadores de destinos, visto isso, Cruz et al (2012, p. 79) contam que:

Para o turismo, o desenvolvimento tecnológico proporcionou aos interessados em viajar a possibilidade de acessar as informações sobre vários lugares com bastante facilidade. É através destes recursos de informações, oferecidos e facilitados pela internet, que vários viajantes planejam suas viagens[...].

Destarte, mesmo que um destino não seja consolidado ou conhecido, uma vez estando no banco de dados dos aplicativos de mapas, pode se tornar um atrativo e/ou local de fluxo turístico, o que acarreta geração de emprego e renda para a comunidade receptora, caso a atividade turística seja planejada para este fim.

OS APLICATIVOS DE MAPAS E O TURISMO

Com o grande desenvolvimento tecnológico do final do século XX até os dias atuais, empresas como a Here e o Google, buscam maneiras de sempre estar com seus produtos no mercado e, de preferência, na lista de consumo das pessoas. Com efeito disso, Guimarães e Borges (2008) discorrem que, com a economia digital, baseada na tecnologia da informação, a informação rompe o modo tradicional de comunicação e passa a ter valor estratégico para as empresas e para os clientes do mundo todo.

Tendo em vista tais aspectos, as empresas de navegação por mapas utilizam como diferencial estratégico a navegação off-line dentro de seu aplicativo. Tal fator possibilita um melhor aproveitamento da ferramenta pelo usuário, pois mesmo que este

tenha o acesso à internet interrompido em algum momento, por quaisquer que sejam os motivos, os recursos estarão disponíveis para acesso dentro da plataforma off-line. Devido ao fato de a “indústria” do turismo ser competitiva, a inovação, a qualidade de serviço, atrativos e um preço acessível são fatores que auxiliam na captação de clientes para as empresas.

No Turismo, a utilização de aplicativos de mapas se faz importante, pois a intangibilidade quando não é trabalhada de forma que seja amenizada, pode acarretar em fatores desmotivantes para quem deseja adquirir um produto ou serviço turístico. Em uma agência de viagens, por exemplo, o agente pode mostrar ao seu cliente o meio de hospedagem mediante o qual ele irá frequentar e também os caminhos em que o meio de transporte vai tomar até chegar ao destino. À vista disso, é proporcionada ao cliente uma experiência antecipada e ele se sentirá mais confiante e à vontade na hora de adquirir um destino.

Isso indica que muitos fatores que levam aos deslocamentos dentro do turismo se baseiam principalmente em informações, estas podendo ser obtidas através dos aplicativos de mapas. As plataformas de navegação por mapas podem ser utilizadas pelo viajante para explorar os lugares desconhecidos, até mesmo com ausência de internet, fato que é uma das possibilidades proporcionadas através da navegação off-line.

A rivalidade entre as empresas desse ramo tende a contribuir para uma evolução nos aplicativos; o primeiro passo foi dado com os mapas off-line. Essa competição está relacionada a vários aspectos e, de acordo com o exposto, Guimarães e Borges (2008,p. 17) afirmam que:

A rivalidade direta entre os concorrentes está relacionada com vários fatores, tais como o crescimento da indústria, a relação entre custos fixos e valor adicionado, o excesso crônico da capacidade, a diferença de produtos, a identidade de marca, os custos de mudança, a concentração e equilíbrio, a complexidade informacional, a diversidade de concorrentes, os interesses empresariais e a existência de barreiras de saída.

Todos estes fatores corroboram para evidenciar que a rivalidade existe em todos os meios, inclusive no fornecimento de informações disponíveis nos aplicativos de mapas. Nesse sentido, essa concorrência torna-se relevante para o turismo e para o

turista, pois na tentativa de superar os concorrentes, as empresas de aplicativos de mapas estarão sempre buscando inovar e melhorar os mapas e todas as informações disponibilizadas.

Uma vantagem da tecnologia da informação e comunicação, de acordo com Bahl et al (2005), é que com a evolução da internet existe a possibilidade de preparar roteiros de viagens, fazer reservas em hotéis, comprar passagens aéreas para qualquer lugar do mundo e conhecer lugares inóspitos, utilizando um computador ou celular que esteja conectado a grande rede. Ao abordar tais aspectos, os aplicativos de mapas são capazes de fornecer aos seus usuários todas essas possibilidades.

Tomando como base tais prerrogativas, os aplicativos de navegação por mapas, como os presentes neste artigo, são capazes de promover e de consolidar um destino, pois os mapas também se utilizam de imagens e de acordo com Perinotto (2013), a imagem fotográfica pode ser uma das principais ferramentas de comercialização de destinos turísticos, apresentando grande valor quando diferencial na promoção de destinos. Isso possibilita compreender a relevância que os mapas possuem no desenvolvimento da atividade turística.

Existem hoje no mercado mundial de navegação por mapas duas grandes empresas: o Google Maps e a Here Maps. No Google, uma das áreas que mais se destaca é a de mapeamento. O Google Maps e o Google Earth são as principais ferramentas da empresa no quesito mapeamento. As ferramentas de mapeamento do Google usam fotos de satélites e/ou até mesmo fotos capturadas por aviões de empresas contratadas. Depois da captura das fotos ocorre o envio à central do aplicativo, local onde as informações são organizadas antes que ocorra a publicação no aplicativo.

Porém, nesse processo de captação de imagens, há problemas, como por exemplo aqueles relacionados à atualização. A atualização das imagens do aplicativo ocorre uma ou duas vezes ao ano, exceto quando não é possível a obtenção destas por motivos de mal tempo ou de problemas na câmera. Quando isso ocorre, a imagem no aplicativo continua a mesma da última atualização.

Há várias funções dentro do aplicativo que podem ser utilizadas como: a) monitoramento de fluxo de trânsito: alerta ao usuário os locais onde há

engarrafamentos; b) busca de rotas alternativas: caso o utilizador tome uma rua não desejada; c) Local Guides: indicado para quem não conhece o local de destino, assim a ferramenta permite navegar por comentários e fotos de habitantes locais para tomar uma decisão mais fundamentada em relação ao local de destino.

Além disso, é de relevância para o turismo algumas outras funções como: a) busca mais precisa de lugares para se alimentar: o aplicativo oferece lista dos mais variados pontos para o usuário, desde o ponto mais próximo até o mais distante, e ainda disponibiliza o número telefônico do estabelecimento; b) Street View: oferece uma navegação real do local; c) My Maps: compartilha os conhecimentos dos usuários sobre alguns locais, criando assim um mapa personalizado com seus lugares preferidos próximos e distantes.

A internet é uma tão importante ferramenta para o turismo, como diz O'Connor (2001), que uma tendência é clara: todos os principais envolvidos no setor de turismo estão entrando na rede. Isso corrobora com o fato da Here Maps e do Google Maps estarem sempre buscando o mapa mais atual do mundo, e desta forma, serem sempre na rede a primeira lembrança quando se tratar de navegação por mapas.

O aplicativo de navegação da Here é baseado em uma comunidade. O Usuário pode se juntar a outros parceiros da empresa em sua área e compartilhar informações do seu local de conhecimento, possibilitando desta maneira que várias pessoas possam conhecer através do aplicativo vários lugares. Com o aplicativo, o usuário pode diminuir a possibilidade de passar orientações erradas para algum turista que acaba de chegar a sua cidade, além disso, poderá apontar os principais atrativos do seu local de residência, fazendo desta forma a promoção do mesmo.

Por sua vez, não é novidade que as trocas de informações se intensificam dentro do turismo e, tomando em consideração as tecnologias, Guimarães e Borges (2008, p.13) corroboram que:

Uma possibilidade nascente é a utilização dos recursos da chamada realidade aumentada. Diferentemente da chamada realidade virtual, na qual se busca a criação de mundos inteiramente virtuais e os usuários ingressam com o uso de equipamentos especiais, na realidade aumentada o objetivo é usar as tecnologias para acrescentar novas camadas de significado e funcionalidade ao mundo cotidiano.

Diante da assertiva, destaca-se a significância proporcionada pelas tecnologias para o turismo, haja vista que as trocas de informações a respeito dos destinos vão formular um nível de confiabilidade e um conceito antecipado por parte de quem deseja viajar. Dessa maneira, é evidente a importância de um bom gerenciamento de informações para que um destino possa ter destaque.

METODOLOGIA

O trabalho teve uma pesquisa exploratória com abordagem qualitativa, a fim de que sejam realizados novos estudos a respeito do tema em questão, pois segundo Gil (1999) a pesquisa exploratória tem como objetivo principal desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

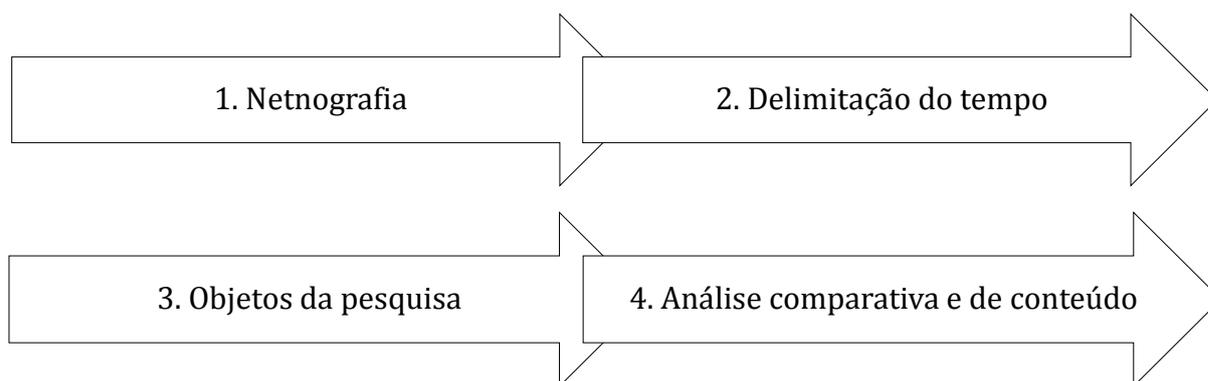
Com relação aos meios foram utilizados: inicialmente, uma pesquisa a respeito de conceitos que fazem parte das tecnologias da informação e comunicação, internet e aplicativos para celulares. Como os objetos deste estudo são os aplicativos Google Maps e Here Maps, e estes estão inseridos no meio digital, ou seja, na internet, foi utilizada a netnografia, que de acordo com Montando e Rocha (2005, p. 1):

A transposição dessa metodologia para o estudo de práticas comunicacionais mediadas por computador recebe o nome de Netnografia [...] sua adoção é validada no campo da comunicação pelo fato de que “muitos objetos de estudo se localizam no ciberespaço”.

Ainda a respeito da netnografia, Amaral (2007) discorre que este é um método de pesquisa em ambientes virtuais que busca estudar os usuários da internet. Esses ambientes virtuais são as interações em comunidades, fóruns, blogs, etc. Utilizou-se também a análise comparativa e de conteúdo com base nas funcionalidades existentes e disponibilizadas nas plataformas dos aplicativos.

Assim sendo, a pesquisa foi realizada em 4 (quatro) etapas como representa a figura 1.

Figura 1- Roteiro do Procedimento Metodológico



Fonte: Pesquisa direta (2017)

Na primeira etapa (1), foram coletadas informações nas páginas das duas empresas responsáveis pelos respectivos aplicativos e pela observação de como aqueles estão apresentados pela Here e Google para download, seja na Play Store (disponível para dispositivos com sistema operacional android), app store (disponível para dispositivos com sistema operacional iOS) ou na loja (disponível para dispositivos com sistema operacional Windows). Na seguinte (2), a pesquisa teve a delimitação de tempo de Março a Junho de 2017, devido a necessidade de se realizar comparações entre os dois aplicativos disponibilizados para download nos sistemas Android, iOS e Windows.

Como a pesquisa trata de um estudo que relaciona aplicativos de mapas e turismo, estando inserido dentro do meio digital, os objetos da pesquisa (3) foram os dois aplicativos de navegação por mapas Here Maps e Google Maps.

Na análise comparativa e de conteúdo (4), foram observados a navegação e a fluidez dentro das plataformas e como os aplicativos se comportam ao ser realizada uma pesquisa por um ponto de interesse. Observou-se ainda o que cada aplicativo oferece e a interação que ele possibilita entre usuário e mapas, além do conteúdo e relevância apresentado quando feita qualquer pesquisa.

Por fim, foram realizadas as primeiras experiências com os aplicativos observando os resultados na realização das pesquisas de rotas, opções por distância e preço, fatores que podem auxiliar o usuário a tomar a melhor decisão, além das atualizações dos mapas e informes das condições do fluxo de trânsito e, por fim, a funcionalidade dos modos off-line.

ANÁLISE E DISCUSSÕES

Os aplicativos são ferramentas presentes no cotidiano das pessoas, principalmente por conta do avanço da tecnologia e por possuírem funcionalidades que facilitam a vida em sociedade. Pensando nisso, Cunha et al (2014) salientam que, no desenvolver de todo esse movimento tecnológico, o aplicativo de celular se tornou uma ferramenta comum e indispensável para uso nos mais diversos setores da economia, um deles é o de lazer e turismo. Acrescenta-se a isto a importância da utilização dos programas de navegação por mapas e da facilidade que tais podem proporcionar para o turismo e para o turista.

A propósito, quando se comparam os mapas das duas plataformas, Google e Here, percebe-se que estes funcionam sem acesso à internet, caso o utilizador tenha feito o download da área do mapa desejado. Dessa maneira, a navegação não consome dados, tudo isso sem perder na fluidez e na qualidade das imagens e dos mapas. Para o turismo, esses fatores são de fundamental importância, pois podem auxiliar as pessoas que viajam para lugares desconhecidos, podendo ter como norteador um mapa digital.

Nesse caso, constata-se que as empresas de mapeamento buscam aperfeiçoar seus aplicativos. A cada atualização novas ferramentas são inseridas ou ocorre uma melhoria das já existentes. Como o Google e a Here são consideradas umas das empresas mais bem-sucedidas no que remete a informação e tecnologia, é justificado que os aplicativos dessas corporações estejam entre os mais utilizados.

Somado a isso, Silva et al (2013) discorrem que empresas têm adaptado seus sites e propagandas para clientes, que agora chegam a ela através de um dispositivo móvel, tanto dentro de um ônibus, como realizando exercícios físicos num parque da

cidade. Tal fator possibilita compreender que independente do lugar, as informações são exploradas em constância e estão mais acessíveis devido ao aumento do uso de aplicativos nos dispositivos móveis.

Com isso, objetivando obter informações dos lugares mais diversos do mundo, para abastecer seus dispositivos, a Here conta com vários parceiros espalhados por todos os continentes, em um programa que é denominado mapeamento colaborativo. Este trabalha principalmente com empresas juniores das universidades espalhadas pelo globo. Os colaboradores através da ferramenta Map Creator conseguem editar ou adicionar ruas, prédios, restaurantes, bares, parques, locadoras de veículos, supermercados, bancos, shoppings centers e vários outros. A Here denomina este fato como levantamento dos pontos de interesse.

Pensando em turismo, este programa de mapeamento colaborativo é uma grande oportunidade para o desenvolvimento da atividade turística, tendo em vista que, uma vez inserido no mapa, o atrativo pode ser visto por qualquer usuário, podendo assim despertar o seu desejo por conhecer tal ponto.

Ampliando tal discussão, os guias turísticos também são fontes de pesquisas utilizadas pelos turistas para obter informações a respeito dos lugares e com o avanço das tecnologias da informação e comunicação, estes passaram a ser reproduzidos também em meios digitais. De acordo com Brilhante (2013) há uma adaptação desses guias para além da web, encontrando nos aplicativos móveis uma forma de manter o viajante informado e orientado de forma dinâmica durante a viagem. Com isso, denota-se que os aplicativos de mapas também exercem o papel de guia turístico, pois abrangem os mesmos informes, porém está situado no meio digital através dos aplicativos e também possui maior dinamismo.

Ao utilizar os dois aplicativos é possível visualizar que existem diferenças entre ambos. A primeira diferença visível é ao fazer o download de uma área. O Google não considera divisas e mapas políticos. Para baixar, é preciso posicionar a área desejada dentro do mapa, usando zoom para aumentar ou diminuir a abrangência. Isso impede, por exemplo, que o usuário faça o download apenas de uma cidade ou estado.

Entretanto, dá flexibilidade para que dispositivos com pouca memória baixem apenas um bairro ou parte dele.

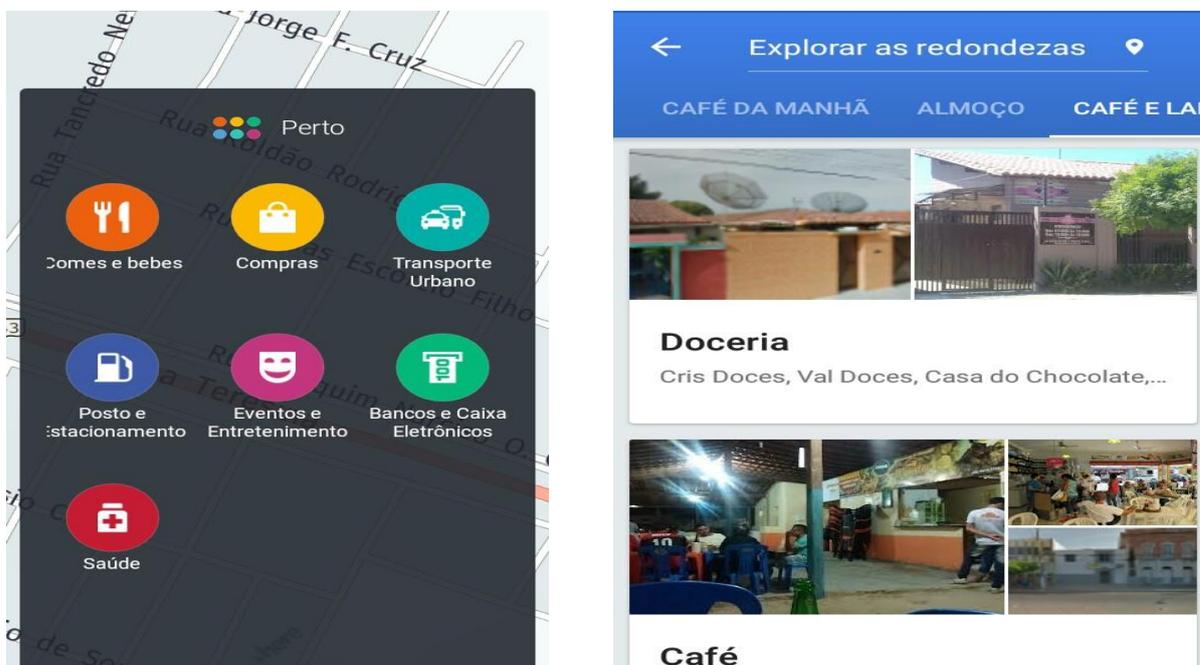
O aplicativo da Here Maps, por outro lado, trabalha com um sistema mais organizado de download, embora menos flexível. Para baixar mapas, é possível acessar o menu lateral do dispositivo e, em seguida, escolher a opção “Baixar Mapas”. Ao contrário do Google, a Here trabalha com regiões e mapas políticos divididos de forma gradativa, começando em continentes, passando por países e até em regiões ou estados, como é o caso do Brasil.

De forma geral, a Here oferece uma alternativa mais fácil para quem quer baixar mapas dos locais que navega. Caso o usuário dirija apenas dentro de um estado, pode baixar o mapa do mesmo. Se visitar estados vizinhos, existe a possibilidade de baixar toda a região. Assim, é possível garantir que quem utiliza a navegação por mapas não enfrentará problemas caso saia de uma área mais limitada de acesso à internet.

O aplicativo da Here possui algumas vantagens que ultrapassam a expectativa do Google Maps, como por exemplo, plataformas. O Google Maps está disponível atualmente apenas para Android, iOS e web. Já a Here Maps tem uma maior abrangência, estando disponível para Android, iOS, Windows Phone e web. Com isso a serviço, a Here oferta economia no consumo de dados nos dispositivos do usuário, pois sincroniza pesquisas através de uma mesma conta cadastrada.

Ainda comparando a Here ao Google, pode-se destacar que ambos são completos, tendo em vista que demonstram um mapa informativo e útil. Quando se faz uma pesquisa por uma rota no navegador da Here e do Google Maps, são disponibilizadas informações durante o trajeto, tais como o fluxo de trânsito, comércio, pontos turísticos, nome de ruas exibidas na tela e também uma visualização 3D. Ao adicionar um ponto no mapa, os aplicativos mostram o nome da rua e o número mais próximo, além de disponibilizar as coordenadas. Todavia, apesar das disposições dessas informações, os aplicativos possuem dinâmicas diferentes quanto a organização e apresentação dentro das plataformas, como observado na figura 2.

Figura 2 - Pontos de interesse apresentados nos aplicativos Here (lado esquerdo) e Google (lado direito)



Fonte: Pesquisa direta (2017).

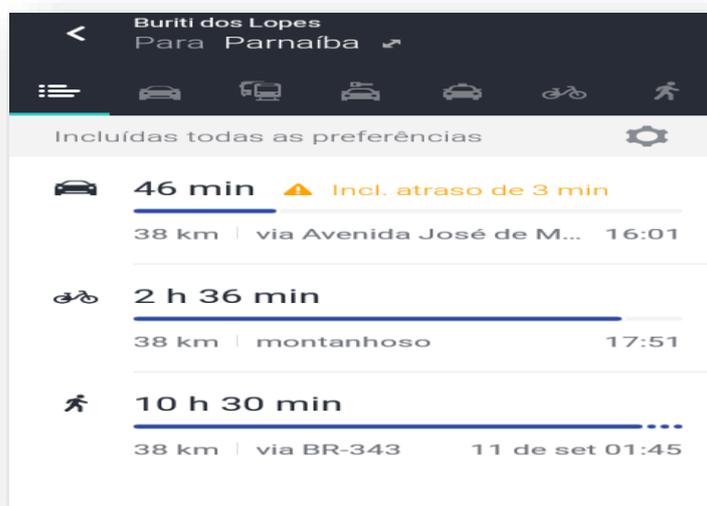
De acordo com a figura anterior, nota-se que a Here Maps apresenta os pontos de interesse por categorias. Ao selecionar aquela, o utilizador tem acesso aos locais relacionados a escolha. Por outro lado, o Google Maps informa os locais de forma direta, apresentando fotografias destes e disponibilizando-os em lista. Mesmo com as diferenças, ambos podem proporcionar facilidade na escolha do local a ser frequentado.

A Here Maps leva vantagem para quem procura um aplicativo para utilização off-line. É permitido de forma gratuita que seja efetuado o download de qualquer continente. Dentro dos mesmos há a possibilidade de escolher apenas os países, e no caso de alguns países com grandes áreas ou estradas, é possível especificar o ponto desejado. Por outro lado, para dispositivos com pouco armazenamento disponível, a opção do Google Maps de efetuar apenas o download da área de interesse, ajuda a poupar armazenamento. Entretanto, no modo off-line do Google os mapas possuem

validade de 30 dias, necessitando depois desse período que seja feito um novo download.

A Here Maps destacou-se ainda por mostrar um caminho alternativo ao indicado, o que aponta uma maior flexibilidade e inteligência do modo off-line. O usuário também tem acesso às opções de navegação automóvel, transportes públicos e a pé como observado na figura 3.

Figura 3 - Pesquisa de rota no aplicativo Here Maps com opções para automóvel, bicicleta e pedestre



Fonte: Pesquisa direta (2017).

Seguindo com o comparativo, o Google não permite ao usuário realizar o download dos mapas de todos os países, ele limita a quantidade de memória usada para baixar o mapa. No aplicativo Here Maps não há limite e o usuário, se desejar, pode baixar o mapa do mundo inteiro, caso possua os cerca de 30 GB necessários para isso. Entre diferentes dispositivos foi observada uma variação no tamanho dos mapas, que pode estar relacionada aos diferentes tamanhos da tela do celular e/ou tablet do usuário.

Existem fatores nos quais as duas empresas com seus respectivos aplicativos são semelhantes. Entre estes fatores salienta-se a pesquisa off-line. Além disso, os dois

permitem salvar os locais entre os favoritos e o compartilhamento com amigos e redes sociais. Ambos mostram o trajeto informado na pesquisa do destino, bem como o tempo estimado para chegar a tal ponto.

O aplicativo da Here conta com uma função a fim de economizar dados de internet, pois existe um botão para ativar o modo off-line. Após ser acionada a função, o aplicativo não fará nenhum download durante o percurso, mesmo que o telefone esteja conectado. Além disso, o usuário poderá receber seus alertas de e-mails, redes sociais e ligações. Já no Google Maps não foi visualizada essa função. Na figura 4, é possível observar a função off-line própria da Here Maps.

Figura 4 - Função off-line do aplicativo Here Maps



Fonte: Pesquisa direta (2017).

Com base nessa comparação, a Here Maps conta com a vantagem de já oferecer mapas off-line há alguns anos e ser a número um em navegação automotiva. Além do download simples, o aplicativo conta com mais informações que o rival, um sistema de cores mais explicativo e também o modo off-line próprio, que não obrigará o usuário a se desconectar da Internet durante a navegação. Embora o Google tenha evoluído bastante na integração entre a versão web e mobile, o serviço ainda continua ignorando o Windows em computadores, tablets e celulares. Já o aplicativo da Here oferece a

garantia de que, não importa qual dispositivo seja usado, o serviço estará presente e seus dados poderão ser sincronizados através da conta do usuário. Na figura 5, é possível visualizar as comparações das funções das duas plataformas.

Figura 5- comparativo das plataformas Google Maps e Here Maps

Google Maps	Here Maps
<ul style="list-style-type: none"> • Não considera divisas e mapas políticos; • Disponível para plataformas Android, iOS e Web; • Não permite o download dos mapas de todos os países; • Modo off-line tem validade de no máximo 30 dias; • Não permite a utilização do modo off-line quando conectado a uma rede Wifi ou de dados móveis; • Permite ao usuário salvar os locais entre favoritos e compartilhar em redes sociais na internet; • Apresenta rotas para automóvel, bicicleta e a pé; • Mostra o trajeto informado na pesquisa do destino e o tempo estimado para se chegar a tal; • Informa o fluxo de trânsito, comércios, pontos turísticos, nomes das ruas, visualização 3D 	<ul style="list-style-type: none"> • Regiões e mapas políticos divididos de forma gradativa; • Disponível para Android, iOS, Windows Phone e Web; • Permite o download do mapa do mundo inteiro, caso o usuário possua os 30 GB necessários para isto; • Modo off-line não expira; • Possui função off-line própria, o que não consome dados quando conectado a uma rede wifi ou de dados móveis; • Permite ao usuário salvar os locais entre favoritos e compartilhar em redes sociais na internet; • Apresenta rotas para automóveis, bicicleta, além de alternativas como transporte público e a pé; • Mostra o trajeto informado na pesquisa do destino e o tempo estimado para se chegar a tal; • Informa o fluxo de trânsito comércios, pontos turísticos, nomes das ruas, visualização 3D

Fonte: O Autor (2017)

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo destacar que os aplicativos de mapas do Google e da Here contribuem com o turismo por otimizar informações para o turista, facilitando dessa forma uma possível tomada de decisão. De tal maneira, diante das mudanças ocorridas devido ao avanço das tecnologias da informação e comunicação, surgiram novas necessidades no momento da escolha de um destino; o nível de exigência dos turistas por informação é crescente.

Assim, é perceptível que turismo, internet e aplicativos de navegação por mapas fazem parte de um sistema integrado em que, cada vez mais, o turismo necessita dos demais para se promover. Acrescenta-se que as empresas que fornecem os aplicativos de mapas dependem também de seus utilizadores para o abastecimento do banco de dados, o que acarreta dinamismo e interação com o utilizador, além de rapidez na atualização de informações relevantes para o usuário. Como é sabido, a internet pode influenciar na vida e na tomada de decisão das pessoas, isso reflete também na escolha de um destino a ser visitado, fato justificado pela procura de informações precisas e atuais.

Mediante o exposto, espera-se que novos focos de pesquisa em aplicativos de mapas possam surgir, a fim de serem discutidos, trabalhados e analisados em outras ocasiões, mostrando o avanço das pesquisas relacionadas ao turismo; acreditando, assim, que a utilização dos mapas, principalmente aqueles em modo off-line, pode colaborar para o crescimento das atividades turísticas, pois auxiliam o viajante a decidir quais locais frequentará no destino, o melhor caminho para tomar até o local desejado, dentre vários outros aspectos.

MAPS APPLICATIONS AND TOURISM

ABSTRACT

This paper highlights the importance of the Here and Google maps applications and how they can contribute to tourism by optimizing information for the tourist. The development of this study was based on exploratory research with a qualitative approach, regarding information and communication technologies, internet and applications for mobile devices. We also used netnography and comparative and content analysis. The features found in the Here Maps and Google Maps applications were analyzed and how they can influence the choice and disclosure of a destination, as they provide varied images and information of possible points of interest, as well as softening the case of intangibility

KEYWORDS: TOURISM. INFORMATION AND COMMUNICATION TECHNOLOGIES. INTERNET. MAPS APPLICATIONS.

REFERÊNCIAS

ALVES, M. L. B; PINHEIRO B. R. A. A fidedignidade da fotografia no turismo: a arte e o marketing em discussão. **Anptur**. São Paulo: Universidade Anhembi Morumbi. 20-21. set/2010.

AMARAL, A. Categorização dos gêneros musicais na internet – para uma etnografia virtual das práticas comunicacionais na plataforma social Last. fm. In: FREIRE FILHO, J., HERSCHMANN, M. (orgs) **Novos rumos da cultura da mídia**. Indústrias, produtos e audiências. Rio de Janeiro: Mauad, 2007.

ANDRADE, A; SOUZA, R; MALHEIROS, V. **Estudos de Caso de Aplicativos Móveis no Governo Brasileiro**. In: Simpósio Brasileiro de Sistemas de Informação (SBSI), 2013, João Pessoa. Anais do IX Simpósio Brasileiro de Sistemas de Informação: trilhas técnicas, 2013. v. 1

BAHL, M. (Org.); MARTINS, R. C. R. (Org.); MARTINS, S. F. (Org.). **O Turismo como Força Transformadora do Mundo Contemporâneo**, São Paulo, Roca, 2005. p. 335-347.

BRILHANTE, M. N. **Estudo comparativo de aplicativos de guias turísticos para dispositivos móveis: Lonely Planet e Mtrip**. Monografia (Bacharelado em Lazer e Turismo) – Escola de Artes, Ciências e Humanidades da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2013.

CACHO, A. N. B; AZEVEDO, F.F. O turismo no contexto da sociedade informacional. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. v.4, n.2, p.31-48, ago. 2010.

CRUZ, V. L. L.; MOTA, K. M.; PERINOTTO, A. R. C. Redes sociais na internet: estratégia para divulgação das potencialidades turísticas do Piauí-Brasil. **Rosa dos Ventos**. P. 77-88. Jan-jun/2012.

CUNHA, J. M. A.; SILVEIRA JUNIOR, J. G.; PERINOTTO, A. R. C. O aplicativo Clube Zoom e sua contribuição à comunicação: lazer e turismo na cidade de Parnaíba/Piauí. **Cadernos de Comunicação** (UFSM), v. 18, p. 221-241, 2014.

GOELDNER, C. R., RITCHIE, J. R., MCINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman. 2002.

GUIMARÃES, A. S.; BORGES, M. P. E. **E-Turismo: internet e negócios do turismo**. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

HERE MAPS. Disponível em: <<http://www.here.com>>. Acesso em 03/01/2017.

MARTINS, C. F. G. **A Utilização da Internet pelo Consumidor final de Turismo e as Perspectivas para o Futuro da Atividade**. In: BAHL, M. (Org.); MARTINS, R. C. R. (Org.); MARTINS, S. F. (Org.). **O Turismo como Força Transformadora do Mundo Contemporâneo**, São Paulo, Roca, 2005. p. 335-347.

MONTANDO, S. P.; ROCHA, P. J.(2005). Netnografia, Incursões metodológicas na cibercultura. **Revista E-compós**. V.4. Brasília.

O'CONNOR, P. **Distribuição da informação eletrônica em turismo e hotelaria**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

PERINOTTO, A. R. C. Investigando a comunicação turística de Parnaíba/PI-Brasil: internet e redes sociais, descrição e análise. **Turydes: revista de investigación en turismo y desarrollo local**. V. 6. N.15. dez/2013.

PIRES, L. C. Análise dos impactos da tecnologia de informação e comunicação para o turismo. **Revista acadêmica observatório de inovação do turismo**, [S.l.], jan. 2011. ISSN 1980-6965. Disponível em: <<http://publicacoes.unigranrio.com.br/index.php/raoit/article/view/3528/1655>>. Acesso em: 06 abr. 2017.

TSCHANZ, N.; KLEIN, S. **Internet satrategy development in tourism- concept and case study**. University of St. Gallen, Switzerland, 1996.

XIANG, Z.; GRETZEL, U. Role of Social media in online travel information search. **Tourism management perspectives**, v. 10, p. 13-16, 2010.

Cronologia do Processo Editorial

Recebido em: 20. nov. 2017
Aprovação Final: 22. dez. 2017

Referência (NBR 6023/2002)

SANTOS, Felipe Nogueira dos; FEITOSA, Venilson da Silva; PERINOTTO, André Riani Costa. Aplicativos de mapas Google Maps, Here Maps e turismo. **Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)**, Mossoró/RN, vol. 6, n. 2, p. 174-195, jul./dez. 2017.