

UFPB

UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
DEPARTAMENTO DE MÍDIAS DIGITAIS
CURSO DE GRADUAÇÃO EM COMUNICAÇÃO EM MÍDIAS DIGITAIS

LETÍCIA MARIA ALVES DE MEDEIROS

MANGUETOUR: APLICATIVO PARA MEDIAÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS DO RECIFE ANTIGO

João Pessoa/PB
2026

LETÍCIA MARIA ALVES DE MEDEIROS

MangueTour: Aplicativo para mediação dos pontos turísticos do Recife Antigo

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao departamento de Comunicação em Mídias Digitais, da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação em Mídias Digitais.

Orientador: Prof. Dr. Cleber Matos de Morais

João Pessoa/PB
2026

Catalogação na publicação
Seção de Catalogação e Classificação

M488m Medeiros, Leticia Maria Alves de.
Manguetour: aplicativo para mediação dos pontos turísticos do Recife antigo / Leticia Maria Alves de Medeiros. - João Pessoa, 2026.
52 f. : il.

Orientador: Cleber Matos de Morais.
TCC (Graduação) - Universidade Federal da Paraíba/Centro de Ciências Humanas Letras e Artes, 2026.

1. Protótipo. 2. Turismo cultural. 3. Design de interface. I. Morais, Cleber Matos de. II. Título.

UFPB/CCHLA CDU 004:338.48

Elaborado por MARIA DE FATIMA HENRIQUE JORGE MAIA - CRB-15/392

LETÍCIA MARIA ALVES DE MEDEIROS

MANGUETOUR: APLICATIVO PARA MEDIAÇÃO DOS PONTOS TURÍSTICOS DO RECIFE ANTIGO

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao departamento de Comunicação em Mídias Digitais, da Universidade Federal da Paraíba, como parte dos requisitos para a obtenção do título de Bacharel em Comunicação em Mídias Digitais.

Aprovado em: _____/_____/_____

BANCA EXAMINADORA

Assinatura: _____

Prof. Dr. Cleber Matos de Morais

(Orientador)

Assinatura: _____

Profa. Dra. Signe Dayse Castro de Melo e Silva

(Examinadora)

Assinatura: _____

Prof. Dr Daniel Lucena da Hora Alves

(Examinador)

AGRADECIMENTOS

Primeiramente, eu gostaria de agradecer aos meus pais, Maria Antonia e Itamar, e ao meu irmão, Leandro, por me apoiarem quando eu decidi mudar para João Pessoa para cursar a graduação, e por estarem comigo sempre mesmo com a distância, vocês são essenciais na minha vida.

Agradeço a Giulia Assis e a Lóren Stayner, que estiveram comigo na construção do aplicativo, Lóren com as fotografias e Giulia com os ícones, sem vocês esse projeto não teria sido o mesmo, sou imensamente grata a vocês.

Por fim, quero agradecer à Professora Signe Silva, pela força que me deu logo no início da graduação, nunca vou esquecer, e serei sempre grata. E ao meu orientador, o Professor Cleber Morais por ter me ajudado em todo projeto, você também foi parte essencial em tudo isso, esteve comigo em todas as etapas, me aconselhando e me guiando durante toda trajetória.

RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo o desenvolvimento do protótipo "MangueTour", um aplicativo móvel voltado à mediação dos pontos turísticos do Recife Antigo. Partindo da constatação de que as informações sobre os atrativos culturais da região encontram-se dispersas em diferentes plataformas, propõe-se um catálogo digital unificado que integre exploração turística e gamificação, oferecendo ao usuário selos colecionáveis por cada local visitado e um cartão postal personalizado como recompensa final. A pesquisa fundamenta-se teoricamente nos conceitos de turismo cultural digital, gamificação e design de interface. Metodologicamente, o processo de desenvolvimento seguiu três fases: a pesquisa de campo para mapeamento dos pontos turísticos, a construção do *design system* (paleta de cores, tipografia, logomarca, ícones e selos) e a elaboração dos *mockups* em alta fidelidade. Como resultado, foram projetadas 13 telas que compõem o fluxo completo de navegação do aplicativo, desde o login até a conquista do cartão postal final. Assim o aplicativo busca promover a valorização e a democratização do acesso à cultura recifense, oferecendo, ainda, um modelo replicável para outros contextos de turismo cultural digital.

Palavras-Chave: Protótipo; Turismo Cultural; Design de Interface; Gamificação; Recife.

ABSTRACT

The present work aims to develop the "MangueTour" prototype, a mobile application designed to mediate access to the tourist attractions of Recife Antigo. Based on the observation that information about the region's cultural attractions is scattered across different platforms, a unified digital catalog is proposed, integrating tourist exploration and gamification, offering the user collectible stamps for each visited location and a personalized postcard as a final reward. The research is theoretically grounded in the concepts of digital cultural tourism, gamification, and interface design. Methodologically, the development process followed three phases: field research for mapping the tourist attractions, the construction of the design system (color palette, typography, logo, icons, and stamps), and the elaboration of high-fidelity mockups. As a result, 13 screens were designed, composing the application's complete navigation flow, from login to the final postcard achievement. Thus, the application seeks to promote the appreciation and democratization of access to Recife's culture, also offering a replicable model for other digital cultural tourism contexts.

Keywords: Prototype; Cultural Tourism; Interface Design; Gamification; Recife.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Design Thinking Canvas..... 19

Figura 2 - Tela Inicial, tela de login e tela de boas-vindas..... 22

Figura 3 - Categorias Turísticas..... 22

Figura 4 - Visualização detalhada do local..... 23

Figura 5 - Tela de conquistas, tela do prêmio final..... 24

Figura 6 - Mapa Geral..... 24

Figura 7 - Perfil..... 25

Figura 8 - Paleta de cores principais..... 25

Figura 9 - Logomarca “MangueTour”..... 27

Figura 10 - Tipografias..... 29

Figura 11 - Selos..... 30

Figura 12 - Ícones..... 30

Figura 13 - Cartão Postal..... 30

Figura 14 - Mockups em alta fidelidade..... 32

Figura 15 - Tela inicial, login e tela de boas-vindas..... 33

Figura 16 - Exposições, pontos turísticos, bares e passeios..... 34

Figura 17 - Explorar Cais do Sertão..... 35

Figura 18 - Mapa Geral..... 36

Figura 19 - Conquistas e conquista final..... 37

Figura 20 - Perfil..... 38

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO....9
2. JUSTIFICATIVA....10
3. OBJETIVOS....11
3.1 Objetivo Geral....11
3.2 Objetivo Específico....11
4. CARACTERIZAÇÃO DO PRODUTO....11
5. ESCOLHAS TEÓRICAS....12
5.1 Design Thinking Canvas....12
5.2 Turismo Cultural Digital....13
5.3 Gamificação....13
5.4 Design de Interface....14
5.4.1 Interface do Usuário (UI)....14
5.4.2 Usabilidade....15
5.4.3 Experiência do Usuário (UX)....15
6. METODOLOGIA....16
7. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO....17
7.1 Primeira Fase de Desenvolvimento do Projeto:....17
7.1.1 Identificação e Mapeamento:....17
7.1.2 Requisitos Funcionais:....20
7.1.3 Wireframes:....21
7.2 Segunda Fase de Desenvolvimento do Projeto:....25
7.2.1 Paleta de Cores:....25
7.2.2 Logomarca:....26
7.2.3 Tipografias:....28
7.2.4 Ícones e Selos:....29
7.3 Terceira Fase de Desenvolvimento do Projeto:....31
7.3.1 Construção dos Mockups em Alta Fidelidade:....31
8. CONSIDERAÇÕES FINAIS....38
REFERÊNCIAS....41
ANEXOS....43

1. INTRODUÇÃO

Recife é uma cidade rica em história, cultura e manifestações artísticas (PREFEITURA DO RECIFE, 2026). Seus pontos turísticos, desde o histórico Recife Antigo até os eventos contemporâneos da cena cultural local, formam um mosaico diversificado que atrai visitantes do mundo inteiro. Contudo, a informação sobre esses atrativos encontra-se dispersa em diferentes plataformas, dificultando o acesso integrado dos turistas.

Em uma era digital onde celulares se tornaram extensões de nós mesmos, a criação de soluções móveis para o turismo cultural representa uma necessidade contemporânea. Embora Recife possua uma cena cultural vibrante e pontos turísticos consolidados, ainda falta uma plataforma digital integrada que centralize as informações de forma acessível e atrativa. Segundo McGonigal (2012) “Relações humanas e experiências compartilhadas são vitais para a felicidade”. O aplicativo não apenas promove o acesso à informação cultural, mas também incentiva a valorização da cultura regional, conectando visitantes às expressões autênticas da cidade.

Isso nos leva à questão central desta pesquisa: como utilizar o *design* de *interfaces* móveis para criar uma experiência digital integrada que facilite o acesso de turistas aos patrimônios culturais do Recife Antigo. De que modo um aplicativo pode não apenas informar sobre pontos turísticos, mas também promover uma conexão mais profunda entre visitantes e a identidade cultural da cidade. Através de uma *interface* intuitiva e o conteúdo elaborado, um aplicativo se torna uma ferramenta de preservação e difusão cultural, transformando cada turista em um descobridor ativo da cultura recifense. Apoiado por um sistema de gamificação, esse aplicativo pode incrementar mais a experiência real de experimentar uma cidade.

Desta forma, este projeto propõe o desenvolvimento de um aplicativo móvel que funcione como um catálogo digital unificado, conectando visitantes aos pontos turísticos do Recife Antigo de forma prática e acessível. Segundo Krug (2014, p. 150), os elementos de uso frequente ou urgente devem estar imediatamente acessíveis ao usuário, enquanto os demais podem estar a uma distância maior de cliques, desde que exista um caminho evidente para alcançá-los. Além disso, o

aplicativo propõe um modelo de aplicação de *interfaces* no contexto do turismo cultural que pode ser replicado e adaptado para outras cidades, contribuindo para a área de comunicação em mídias digitais aplicada ao patrimônio cultural.

A organização desse projeto será dividida em 7 seções diferentes, sendo elas: justificativa, objetivos, caracterização do produto, escolhas teóricas, processo de desenvolvimento e considerações finais. Com este trabalho espera-se contribuir para o processo de produção de interfaces aplicadas a domínios específicos da comunicação e do turismo.

2. JUSTIFICATIVA

Este projeto nasce da convicção de que o *design* de *interfaces* (NORMAN, 2008) pode ser uma poderosa ferramenta de valorização e democratização da cultura. A escolha de desenvolver um aplicativo para o turismo cultural em Recife não é apenas tecnológica, é um ato de promover o encontro entre visitantes e a autenticidade cultural da cidade.

Para a Comunicação Digital, o aplicativo oferece uma aplicação prática sobre como as *interfaces* móveis podem ser pensadas especificamente para o contexto cultural e turístico. Ele pretende contribuir com um estudo de caso sobre usabilidade aplicada ao turismo, explorando como o *design* centrado no usuário pode facilitar o acesso como uma ferramenta de comunicação cultural. É uma pesquisa aplicada que mergulha na realidade da cultura de uma cidade próxima (Recife), gerando um produto com potencial para implementação real e fortalecendo a pesquisa sobre comunicação digital aplicada ao turismo cultural na instituição.

O verdadeiro impacto deste projeto está em seu potencial de democratização cultural. Ao facilitar o acesso à informação sobre pontos turísticos, o aplicativo contribuirá para a valorização da cultura regional e para a economia criativa local. Será uma ferramenta que pode aumentar a visibilidade de pontos culturais, promovendo o desenvolvimento sustentável do turismo cultural na região.

Este projeto representa várias das competências essenciais do profissional de comunicação digital contemporâneo. O projeto exige e desenvolve habilidades complementares: desde a pesquisa de campo para mapeamento cultural, passando pela arquitetura da informação, *design* de *interfaces*, prototipagem, e análise de usabilidade.

3. OBJETIVOS

3.1 Objetivo Geral

Esse trabalho tem como objetivo criar um protótipo funcional de aplicação, chamado de “MangueTour”, para mapear e organizar sistematicamente os pontos turísticos do Recife Antigo; e, para além disso, busca transformar essas informações em uma experiência digital integrada. A principal contribuição é experimentar como a comunicação visual pode facilitar o acesso de turistas à cultura regional, trazendo uma conexão com o usuário, por meio do sistema de gamificação.

3.2 Objetivos Específicos

- Pesquisar o universo do turismo cultural digital, gamificação e mídias sociais para construção de referências, investigando como aplicativos móveis podem ser eficazes na promoção e acesso à cultura local, estudando casos similares e fundamentos teóricos da área.
- Mapear a cena cultural turística do Recife Antigo, identificando pontos turísticos consolidados e eventos da indústria cultural/artística através de pesquisa de campo sistemática.
- Desenvolver a arquitetura da informação e o *design* de *interfaces*, estabelecendo critérios de usabilidade e experiência do usuário para o contexto turístico-cultural.
- Construir *Mockups* de telas da aplicação em alta fidelidade.
- Realizar prototipagem funcional, materializando a solução proposta em um produto digital navegável que demonstre a eficácia da *interface*.

4. CARACTERIZAÇÃO DO PRODUTO

O Recife Antigo conta toda a história de como a cidade do Recife nasceu. É uma terra que carrega muito conhecimento e cultura (PREFEITURA DO RECIFE, 2026). É onde acontece um dos maiores carnavais do Brasil. O aplicativo foi pensado através do resgate de memórias afetivas e do “bairrismo” que temos pela

nossa cidade, pela necessidade de pertencimento e valorização da nossa cultura, e para que aqueles que vêm de passagem sintam que também podem fazer parte desse festival que é Recife.

O MangueTour será inspirado na interface de três aplicativos móveis: "*Airbnb*[1]" (ANEXO 3), "Instagram[2]" (ANEXO 5) e do jogo "Perguntados[3]" (ANEXO 4). A tela inicial do "*Airbnb*" servirá como base para a *home*; já o "Instagram" será utilizado como referência para a tela de perfil; e o jogo "Perguntados" irá referenciar a parte das conquistas. O *app* usará de uma linguagem jovial, mais informal, contendo gírias recifenses, para trazer junto com o sistema de gamificação, uma conexão maior com o usuário.

No que se refere a funcionalidades, a ideia principal é que o *app* funcione como um mediador dos pontos turísticos do Recife Antigo. Dentro do aplicativo terá um mapa identificando a localização de cada ponto turístico, os usuários poderão adicionar uma foto durante sua visita, fotos essas que ficarão disponíveis no perfil de cada um para que possam revisitar o momento, cada local visitado e fotografia adicionada fará com que o usuário receba um selo pela experiência de ter conhecido e vivenciado o lugar. Ao completar todos os selos, ele ganhará um prêmio surpresa, inspirado no passaporte pernambucano, será um cartão postal personalizado, contendo todos os selos dos locais visitados para que possam guardar de recordação, tanto físico, com a opção de imprimir o PDF, como digital, para que possam compartilhar em suas redes sociais.

5. ESCOLHAS TEÓRICAS

Para compreender a proposta do aplicativo é necessário estabelecer as bases teóricas que o fundamentam. Nesse sentido, serão explorados quatro conceitos principais: *Design Thinking Canvas*; Turismo Cultural Digital; Gamificação; e *Design* de *Interface*.

---

[1] Airbnb, empresa de aluguéis de imóveis por temporada. Disponível em: https://www.airbnb.com.br/
[2] Instagram é uma rede social focada no compartilhamento visual de fotos e vídeos. Disponível em: https://www.instagram.com/
[3] Perguntados (*Trivia Crack*) é um jogo de conhecimento baseado em curiosidades desenvolvido pela Etermax. Disponível em: https://preguntados.com/#splash

5.1 Design Thinking Canvas

O *Design Thinking Canvas* é uma metodologia de *design* desenvolvida por André Neves, que estrutura o processo criativo em quatro grandes blocos de ação, observação, concepção, configuração e publicação, organizados visualmente em um painel único, permitindo à equipe registrar e comunicar de forma clara as decisões tomadas ao longo do projeto (NEVES, 2014). Diferente de outros modelos de canvas voltados majoritariamente para negócios, essa ferramenta une elementos de jogos ao processo de design, guiando desde a identificação do cenário e do público-alvo até a definição das funcionalidades, da forma e das estratégias de publicação do projeto. No desenvolvimento do MangueTour, o *Design Thinking Canvas* foi utilizado como etapa inicial de planejamento estratégico, servindo de base para mapear o cenário do turismo cultural do Recife Antigo, definir a persona do turista, identificar oportunidades de mercado e estabelecer as diretrizes centrais do aplicativo, como suas funcionalidades e proposta de valor. Essa estruturação prévia foi fundamental para orientar as fases seguintes de *design* e desenvolvimento do produto.

5.2 Turismo Cultural Digital

De acordo com o site Sagy Marketing (SAGY, 2024), o Turismo Digital é um conceito que se refere à utilização de tecnologias digitais para facilitar e enriquecer a experiência de viagem, abrangendo desde a pesquisa e planejamento até a experiência durante a estadia.

Para atender à busca atual por rapidez e conveniência, o protótipo focará na intuitividade. Através de uma curadoria de locais com descrições objetivas, a ferramenta simplifica o planejamento da viagem, entregando valor e conhecimento ao turista, com o propósito de disseminar a identidade cultural da região.

5.3 Gamificação

A gamificação refere-se à utilização estratégica de elementos de design de jogos em contextos não lúdicos, como a educação, com o objetivo de engajar e motivar os participantes (SANCHES, 2021).

Ela estimula a interatividade ao oferecer recompensas que impulsionam o uso frequente do aplicativo. A gamificação diversifica as formas de aprendizado ao aprimorar informações e a percepção do usuário, elementos fundamentais para o desenvolvimento do pensamento complexo e o processo de ensino aprendizagem (TORRES RAPOSO NETO; PENTEADO; CARVALHO, 2023, p. 313).

O conceito de *affordance* (ARAUJO; VERGARA, 2022) exerce um papel psicológico fundamental nos usuários gerando sensações positivas ao perceber avanços em direção a objetivos estabelecidos e o fortalecimento da autoconfiança ao lidar com tarefas específicas. Tem-se affordances para necessidades, que permitem aos sujeitos relacionar o uso do artefato à satisfação de suas necessidades, contribuindo para o desenvolvimento de significados pessoais e para a motivação da atividade.

Neste projeto, o sistema de gamificação dará uma recompensa por cada local visitado, com o propósito do usuário colecionar selos; após todas as visitas realizadas, ele ganhará um prêmio final. A ideia central da gamificação é incentivar novas atitudes. Na prática, isso ajuda o usuário a construir uma rotina de uso e a consolidar hábitos positivos de maneira mais rápida, graças ao sistema de feedbacks e recompensas.

5.4 Design de Interface

Ao iniciar a pesquisa para a criação do *design* da *interface* é fundamental compreender quem são os usuários e em quais cenários o produto será utilizado. Segundo Norman (2008, p. 15), "o design não é apenas sobre a aparência de um produto; é sobre como ele funciona e como o usuário se sente ao interagir com ele".

Para consolidar o projeto, a fase de avaliação submete o protótipo ao uso real. Utilizando técnicas de observação, é possível mapear desafios na jornada do usuário e promover melhorias pontuais. O aplicativo passará por todo esse processo de refinamento constante garantindo a entrega de um produto final que atenda as expectativas dos usuários.

5.4.1 Interface do Usuário (UI)

O *design* de interface do usuário (UI), é uma definição de usabilidade que foca nos elementos visuais, criando uma estética agradável e fácil de navegar, envolvendo pesquisas, testes e observação.

Jakob Nielsen (1994) destaca dez princípios do UI: Visibilidade do status do sistema; Correspondência entre o sistema e o mundo real; Controle e liberdade do usuário; Consistência e padrões; Prevenção de erros; Reconhecimento em vez de lembrança; Flexibilidade e eficiência de uso; Design estético e minimalista; Ajude os usuários a reconhecer, diagnosticar e se recuperar de erros; e Ajuda e documentação. Para Nielsen, a interface deve priorizar o reconhecimento em vez da recordação, para que o usuário não precise sobrecarregar sua memória de curto prazo retendo informações de uma tela para outra. Na prática, aplicaremos esse conceito usando uma linguagem visual familiar, uma tela limpa, sem informações desnecessárias, cores que fiquem agradáveis aos olhos, junto de toda construção do aplicativo. A ideia é que o usuário sinta-se à vontade para navegar pelos pontos históricos, focando no conteúdo e na descoberta, sem sentir o desconforto de uma tela cheia de informações soltas.

5.4.2 Usabilidade

De acordo com a norma ISO 9241-11 (1998), a usabilidade é definida como a "extensão na qual um produto pode ser usado por usuários específicos para alcançar objetivos específicos com eficácia, eficiência e satisfação em um contexto de uso específico"**.**

A usabilidade da *interface* é analisada no tempo que o usuário consegue entender, realizar tarefas com proatividade, acessar facilmente depois de um tempo sem uso, e com uma baixa taxa de erro, ela é fundamental para que os produtos digitais sejam realmente utilizados de forma intuitiva.

Com o protótipo pronto, entraremos em fase de teste de usabilidade, onde pessoas externas serão convidadas a fazer o primeiro uso do aplicativo, para sabermos se ele realmente está nos padrões de uma boa usabilidade.

5.4.3 Experiência do Usuário (UX)

Garrett (2011) diz que a experiência do usuário é o resultado de um processo estratégico dividido em cinco planos interdependentes, que garantem que o produto final atenda tanto aos objetivos do negócio quanto às necessidades dos usuários. O UX, diferente do UI, não é apenas visual, mas é todo o processo de interação do usuário com o produto. Dentro do UX, existem sete princípios para que a experiência seja acessível, são eles: Foco no usuário; Consistência; Hierarquia; Usabilidade; Controle do usuário; Acessibilidade; e Contexto. Ele molda a jornada que o usuário fará durante toda a experiência com o produto, tornando-o intuitivo e usual.

No MangueTour, a Experiência do Usuário (UX) atuará como a base estratégica que conecta os objetivos do projeto às necessidades reais dos turistas. A aplicação prática da UX se dará na estruturação da arquitetura da informação e na criação do fluxo de navegação entre as 10 telas principais da aplicação.

Ao aplicar os princípios de foco no usuário, hierarquia, controle e contexto, o planejamento de UX mapeará cada etapa da jornada do visitante, garantindo que a transição entre as informações ocorra de forma lógica. Dessa maneira, enquanto outras etapas cuidarão da estética, a UX garantirá a estrutura e o esqueleto do aplicativo, certificando-se de que a interação do turista com o catálogo cultural do Recife Antigo seja intuitiva do início ao fim.

A etapa seguinte consistirá na prototipagem, dedicada à construção de modelos funcionais. Essa representação permite que a equipe visualize a arquitetura do sistema e antecipe falhas de usabilidade, facilitando a identificação de problemas e a validação de ideias antes da implementação definitiva.

6. METODOLOGIA

Considerando que o desenvolvimento dos aplicativos *mobiles* possui diversas etapas, este projeto irá focar-se no desenvolvimento de um protótipo interativo e gamificado. Seguindo a lógica dos elementos da experiência do usuário proposta por Garrett (2011), o trabalho organiza-se em três etapas fundamentais: a pesquisa de campo (estratégia e escopo), o desenvolvimento do projeto (estrutura e esqueleto) e a construção dos *mockups* (superfície).

A primeira parte do desenvolvimento consistirá em uma pesquisa de campo, cujo objetivo será fazer registros dos pontos turísticos e fazer descrições sobre eles,

que ficaram disponíveis para os usuários conhecerem um pouco do lugar antes da visita, mas com um olhar afetivo.

Com os registros e descrições definidos, será iniciada a criação dos *wireframes*, para a visualização da base do aplicativo, logo após seguindo para a construção do *Design System*. Nesta etapa será estabelecido a paleta de cores, a tipografia e os elementos gráficos que fundamentam a identidade visual da aplicação. Uma vez consolidado o *Design System* a pesquisa progredirá para a última parte do projeto: a elaboração dos *mockups* de alta fidelidade e a prototipação das *interfaces*.

Ainda no que diz respeito à interface, pode-se dizer que de uma maneira geral, o aplicativo contará com 13 telas principais, sendo elas: Tela Inicial; Tela de *Login*; Home/Explorar com categorias de bares, pontos turísticos, exposições e passeios; Conquistas; Mapa Geral; Perfil.

Para dar vida ao MangueTour, o processo criativo e técnico seguirá um fluxo de trabalho focado estritamente na construção visual e interativa do produto. O objetivo desta etapa é documentar como as ideias sairão do papel, detalhando a sequência prática de execução do aplicativo: começando pela organização do material coletado em campo, passando pela definição estética e culminando na montagem gráfica das telas, sendo submetido a fase prática de testes. Logo, encerrando o ciclo de desenvolvimento com o protótipo funcional e de alta fidelidade.

7. PROCESSO DE DESENVOLVIMENTO

7.1 Primeira Fase de Desenvolvimento do Projeto:

7.1.1 Identificação e Mapeamento:

O desenvolvimento do aplicativo teve início com a fase de planejamento estratégico. Para tanto, foi realizada uma pesquisa sobre o turismo cultural digital e um estudo de casos similares, desenvolvendo para o mapeamento e pesquisa de campo dos pontos turísticos do Recife Antigo.

Após identificar a falta de uma plataforma que facilite o acesso ao turismo e a cultura recifense em um único ambiente, tanto digital, quanto físico, foi iniciado o

processo de criação do protótipo. A primeira ação foi a elaboração do *Design Thinking Canvas*, onde foram definidas as diretrizes do produto. Nesse projeto foram estruturadas as principais características do aplicativo, incluindo os objetivos, as demandas que ele deveria atender e as funcionalidades centrais, marcando assim um passo importante para as fases de *design* e desenvolvimento que se seguiram.

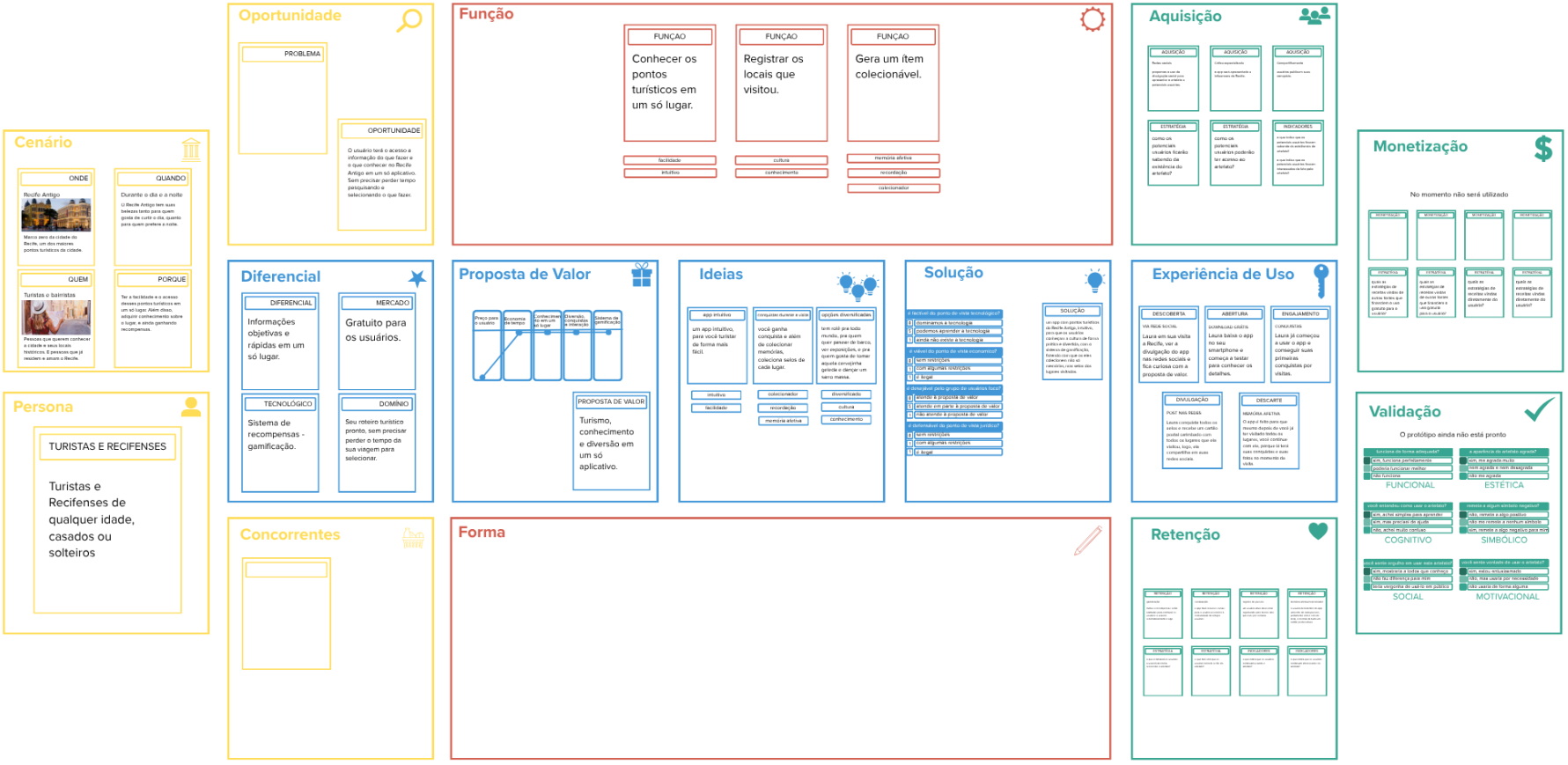

Oportunidade
PROBLEMA
OPORTUNIDADE
O usuário terá o acesso à informação do que fazer e o que conhecer no Recife Antigo em um só aplicativo. Sem precisar perder tempo pesquisando e selecionando o que fazer.
Função
FUNÇAO
Conhecer os pontos turísticos em um só lugar.
FUNÇAO
Registrar os locais que visitou.
FUNÇAO
Gera um ítem colecionável.
facilidade
intuitivo
cultura
conhecimento
memória afetiva
recordação
colecionador
Aquisição
AQUISIÇÃO
AQUISIÇÃO
AQUISIÇÃO
ESTRATÉGIA
ESTRATÉGIA
INDICADORES
Cenário
ONDE
Recife Antigo
Marco zero da cidade do Recife, um dos maiores pontos turísticos da cidade.
QUANDO
Durante o dia e a noite
O Recife Antigo tem suas belezas tanto para quem gosta de curtir o dia, quanto para quem prefere a noite.
QUEM
Turistas e balmistas
Pessoas que querem conhecer a cidade e seus locais históricos. E pessoas que já residem e amam o Recife.
PORQUE
Ter a facilidade e o acesso desses pontos turísticos em um só lugar. Além disso, adquirir conhecimento sobre o lugar, e ainda ganhando recompensas.
Monetização
No momento não será utilizado
MONETIZAÇÃO
MONETIZAÇÃO
MONETIZAÇÃO
MONETIZAÇÃO
ESTRATÉGIA
ESTRATÉGIA
ESTRATÉGIA
ESTRATÉGIA
Diferencial
DIFERENCIAL
Informações objetivas e rápidas em um só lugar.
MERCADO
Gratuito para os usuários.
TECNOLÓGICO
Sistema de recompensas - gamificação.
DOMÍNIO
Seu roteiro turístico pronto, sem precisar perder o tempo da sua viagem para selecionar.
Proposta de Valor
PROPOSTA DE VALOR
Turismo, conhecimento e diversão em um só aplicativo.
Ideias
app intuitivo
um app intuitivo, para você turistar de forma mais fácil.
conquista durante a vida
você ganha conquista e além de colecionar memórias, colecione selos de cada lugar.
opções diversificadas
tem roléi pra todo mundo, pra quem quer passar de barco, ver exposições, e pra quem gosta de tomar aquela cervejinha gelada e dançar um samo maisa.
intuitivo
facilidade
colecionador
recordação
memória afetiva
diversificado
cultura
conhecimento
Solução
SOLUÇÃO
Experiência de Uso
DESCOBERTA
ABERTURA
ENGAJAMENTO
DIVULGAÇÃO
DESCARTE
Persona
TURISTAS E RECIFENSES
Turistas e Recifenses de qualquer idade, casados ou solteiros
Validação
O protótipo ainda não está pronto
FUNCIONAL
ESTÉTICA
COGNITIVO
SIMBÓLICO
SOCIAL
MOTIVACIONAL
Concorrentes
Forma
Retenção
RETENÇÃO
RETENÇÃO
RETENÇÃO
RETENÇÃO
ESTRATÉGIA
ESTRATÉGIA
INDICADORES
INDICADORES

Figura 1 - *Design Thinking Canvas*
Fonte: Imagem autoral

7.1.2 Requisitos Funcionais:

[RF01] Autenticação e Introdução do Usuário

- **Descrição:** O sistema deve permitir que o usuário realize o acesso ao aplicativo e seja introduzido às funcionalidades principais através de um fluxo inicial.
- **Funcionalidades associadas:**
    - Interface de *login* para entrada de credenciais (Tela 2 - login).
    - Fluxo de *onboarding* ou tela de boas-vindas para novos usuários (Tela 3 - boas-vindas).

[RF02] Exploração de Categorias Turísticas

- **Descrição:** O usuário deve ser capaz de navegar por diferentes segmentos de lazer e cultura da cidade, visualizando listas organizadas dos locais.
- **Funcionalidades associadas:**
    - Navegação por categorias específicas: Exposições, Pontos Turísticos, Bares e Passeios (Telas 4, 5, 6 e 7).
    - Visualização de detalhes, descrições e fotografias de um ponto selecionado (Telas 8 e 10 - Cais do Sertão).

[RF03] Visualização em Mapa

- **Descrição:** O aplicativo deve fornecer uma visualização espacial dos pontos de interesse para auxiliar na locomoção e orientação do turista.
- **Funcionalidades associadas:**
    - Exibição de um mapa interativo com marcadores dos pontos turísticos que levam até a visualização dos detalhes de cada local (Tela 9 - mapa geral).

- Integração entre a lista de locais e a sua respectiva posição geográfica no mapa.

[RF04] Gamificação e Sistema de Selos (Conquistas)

- **Descrição:** O sistema deve recompensar o usuário conforme ele visita os locais sugeridos, incentivando a exploração completa do roteiro através de selos digitais.
- **Funcionalidades associadas:**
  - Acompanhamento do progresso de visitas e selos colecionáveis (Tela 11 - conquistas).
  - Notificação visual de conclusão de objetivos (Tela 12 - conquistas final).

[RF05] Gestão de Perfil e Histórico

- **Descrição:** O usuário deve ter uma área dedicada para gerenciar suas informações e visualizar seu status dentro da plataforma.
- **Funcionalidades associadas:**
  - Visualização de dados pessoais e foto do usuário (Tela 13 - perfil).
  - Acesso centralizado às atividades realizadas e conquistas acumuladas.

7.1.3 Wireframes:

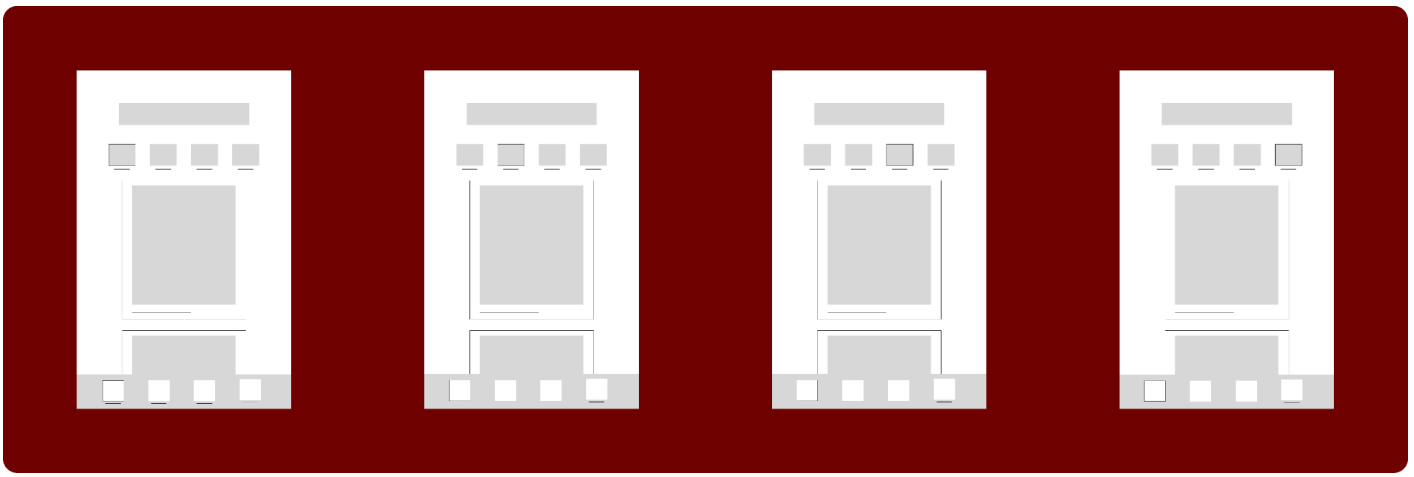
Durante as etapas de concepção visual e prototipagem, o desenvolvimento evoluiu de esboços preliminares (*wireframes*) para protótipos de alta fidelidade. Esse progresso foi fundamental para materializar a arquitetura e a lógica de navegação da interface, além de estabelecer as diretrizes do *design system*, o que garante a integridade visual e a facilidade de uso do aplicativo.

Figura 2 - Tela Inicial, tela de login e tela de boas-vindas



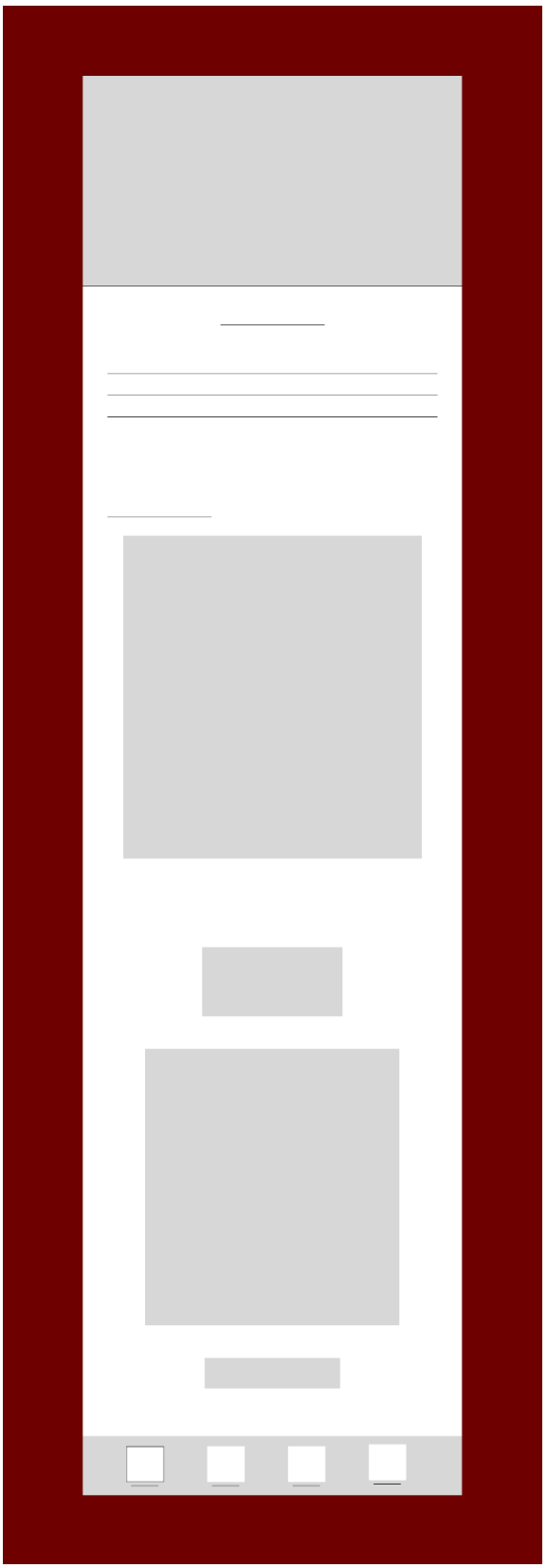
Fonte: Imagem autoral

Figura 3 - Categorias Turísticas (exposições, pontos turísticos, bares e passeios)



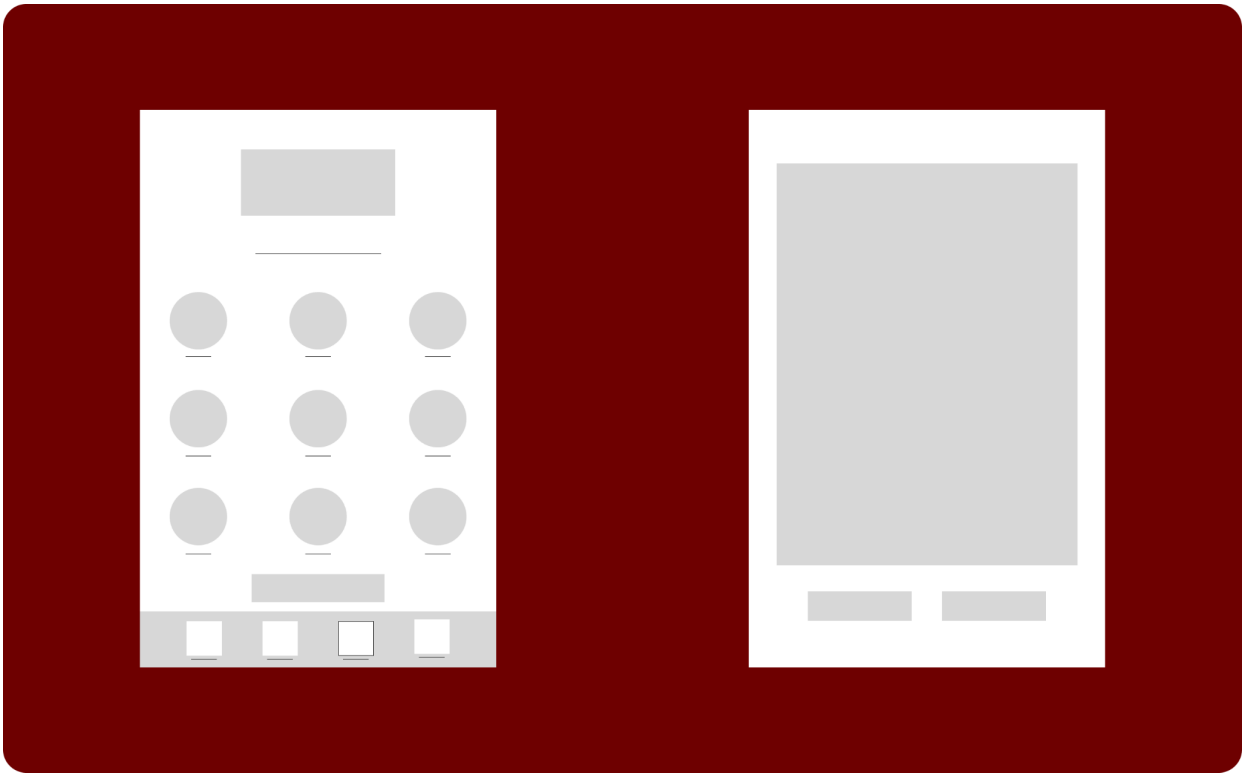
Fonte: Imagem autoral

Figura 4 - Visualização detalhada do local



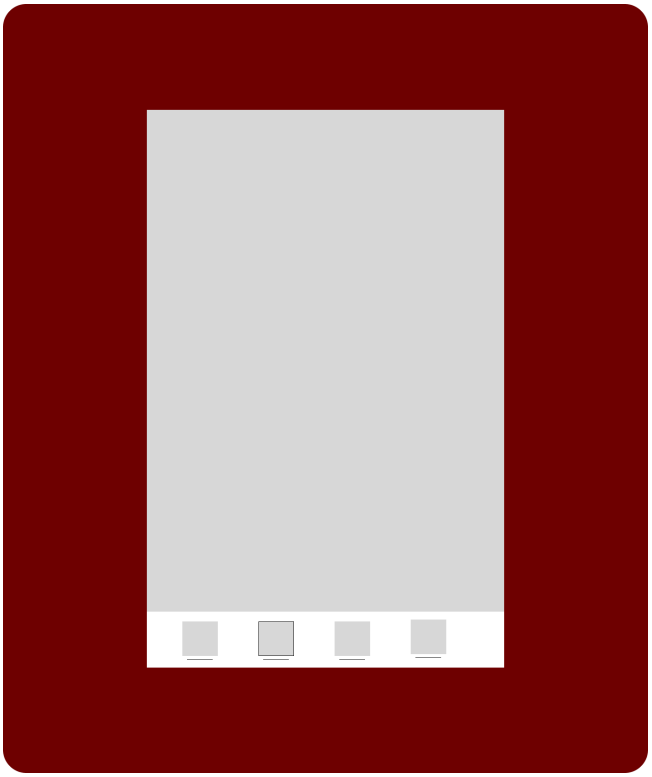
Fonte: Imagem autoral

Figura 5 - Tela de conquistas, tela do prêmio final



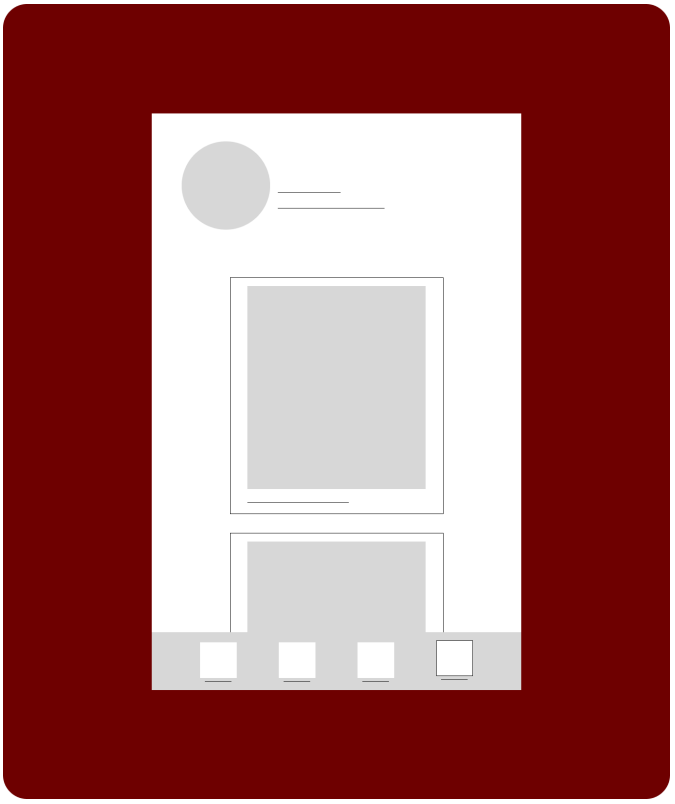
Fonte: Imagem autoral

Figura 6 - Mapa geral



Fonte: Imagem autoral

Figura 7 - Perfil



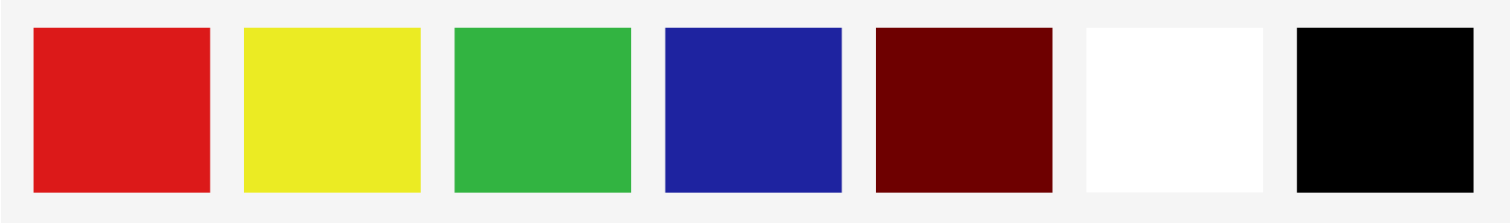
Fonte: Imagem autoral

7.2 Segunda Fase de Desenvolvimento do Projeto:

7.2.1 Paleta de Cores:

A paleta de cores selecionada para o protótipo “MangueTour” foi escolhida para representar as cores marcantes do Recife, que são as cores do “frevo”, junto do vermelho terroso que remete ao mangue. Ao mesmo tempo que as cores primárias transmitem juventude e energia, o bordô, junto com o branco e o preto, quebra um pouco o colorido, trazendo seriedade e sofisticação. Esses tons tornam a interface visualmente atraente, proporcionando um ambiente *clean* e minimalista, funcional para públicos diversos.

Figura 8 - Paleta de cores principais



Fonte: Imagem autoral

Vermelho (E01C1C); amarelo (EEEE06); verde (1BAD2C); azul (000796):

- Essas cores foram escolhidas propositalmente para trazer o “frevo” recifense para a logo do protótipo, representando a alegria da festa e as cores da bandeira de Pernambuco. Historicamente, essas cores remontam à Revolução Pernambucana de 1817, quando o arco-íris, inicialmente vermelho, amarelo e branco, assinalava o início de uma nova era, de paz, amizade e união que o movimento revolucionário buscava (TAVARES apud WIKISOURCE, [s.d.]).

Bordô (720404):

- Uma cor de destaque, usada em elementos principais como botões ou detalhes de marca, transmitindo sofisticação.

Branco (FFFFFF):

- Cor sólida e neutra, usada como fundo principal, garantindo contraste e legibilidade em todas as seções da interface.

Preto (000000):

● Cor sólida e clássica, usada para textos e ícones, garantindo contraste e legibilidade em todas as seções da interface.

7.2.2 Logomarca:



Figura 9 - Logomarca “MangueTour”
Fonte: Imagem autoral

A logomarca “MangueTour”, desenvolvida para o protótipo gamificado de pontos turísticos do Recife Antigo, reflete, de forma conceitual, o mangue e as cores do “frevo”, conectando-se ao conceito central do projeto. Suas principais características e elementos são:

- **Caranguejo:** O caranguejo simboliza o mangue, um marco cultural para Recife, com o movimento de contracultura brasileiro, o “Manguebeat” (ANEXO 6), que teve como líder do movimento, o cantor Chico Science (ITAÚ CULTURAL, 2026), a estrela em seu casco, faz referência a estrela da bandeira de Recife. Isso faz com que os

usuários já conheçam um pouco da história, mesmo sem ainda ter entrado no aplicativo.

- **Bandeira do Recife:** A bandeira na logomarca traz o “bairrismo” do recifense, onde “todos levantam e defendem a sua bandeira”, fazendo ligação ao “*tour*” pelo Recife Antigo. Trazendo também uma analogia diretamente ao símbolo do “Manguebeat”, que consiste em um “caranguejo com cérebro” segurando uma antena parabólica na lama.

- **Cores fortes:** As cores utilizadas representam a energia, e a seriedade com a cultura do Recife, focando no que o aplicativo oferece, sem poluição visual.

- **Tipografia forte e moderna:** Ambas as tipografias selecionadas para a logo do aplicativo “MangueTour”, transparecem modernidade, são letras grandes e fortes, com formatos geométricos, resultando em uma aparência limpa. Característica importante voltada para um *app* funcional e intuitivo.

7.2.3 Tipografias:

As tipografias selecionadas para o “MangueTour” foram escolhidas para equilibrar, modernidade, diversão e seriedade, elementos essenciais para um aplicativo voltado ao turismo cultural. Com fontes como *Asimovian* e *Nova Square*, que são ideais para títulos, textos curtos e destaques visuais, oferecendo uma excelente legibilidade e reforçando uma identidade moderna e geométrica. Já a *Poppins*, utilizada nos botões do protótipo, mesmo sendo também geométrica, é uma fonte versátil, ideal para textos de parágrafos, botões e diversos conteúdos, sendo uma tipografia mais limpa e amigável.

Figura 10 - Tipografias



Fonte: Imagem autoral

7.2.4 Ícones e Selos:

Os ícones e selos são elementos reais, que existem ou fazem parte da cultura recifense. Os selos atuam como elementos de recompensa, incentivando o usuário a explorar as diferentes categorias e completar as atividades propostas, reforçando a dinâmica de gamificação do projeto. Para o desenvolvimento dos ícones, contou-se com a colaboração da artista Giulia Assis[4], responsável pelos desenhos digitais. Já para os selos, foram utilizadas molduras disponibilizadas pela plataforma Canva (ANEXO 2) como base gráfica.

Por serem parte fundamental do aplicativo, contribuem com a imersão dos turistas no Recife desde o momento em que abrem o "MangueTour" (Figura 15) até finalizarem todo o passeio cultural, recebendo assim seu cartão postal. Essa funcionalidade permite ao usuário gerar e compartilhar a imagem estilizada do postal, promovendo a divulgação dos pontos turísticos e aumentando o vínculo do usuário com o aplicativo. Cada selo traz um elemento ou característica que remete ao seu local específico, desenvolvidos de formas distintas, para incentivar um vínculo memorável de cada lugar visitado.

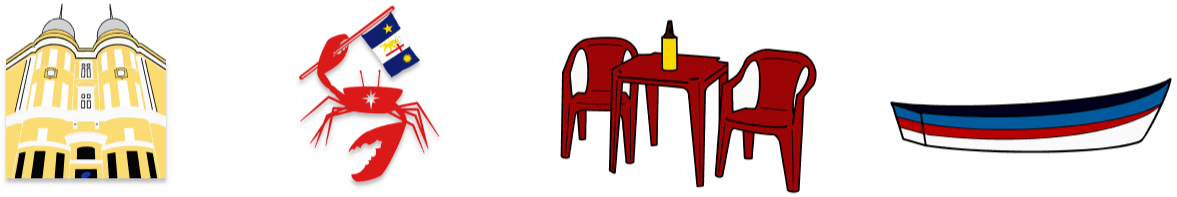
[4] Giulia Assis, artista visual, arte-educadora e pesquisadora, Bacharel em Artes Visuais pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB/2026).

Figura 11 - Selos



Fonte: Imagem autoral

Figura 12 - Ícones



Fonte: Imagem autoral

Colaboração: Giulia Assis

Figura 13 - Cartão postal (conquista final)



Fonte: Imagem autoral

7.3 Terceira Fase de Desenvolvimento do Projeto:

7.3.1 Construção dos Mockups em Alta Fidelidade:

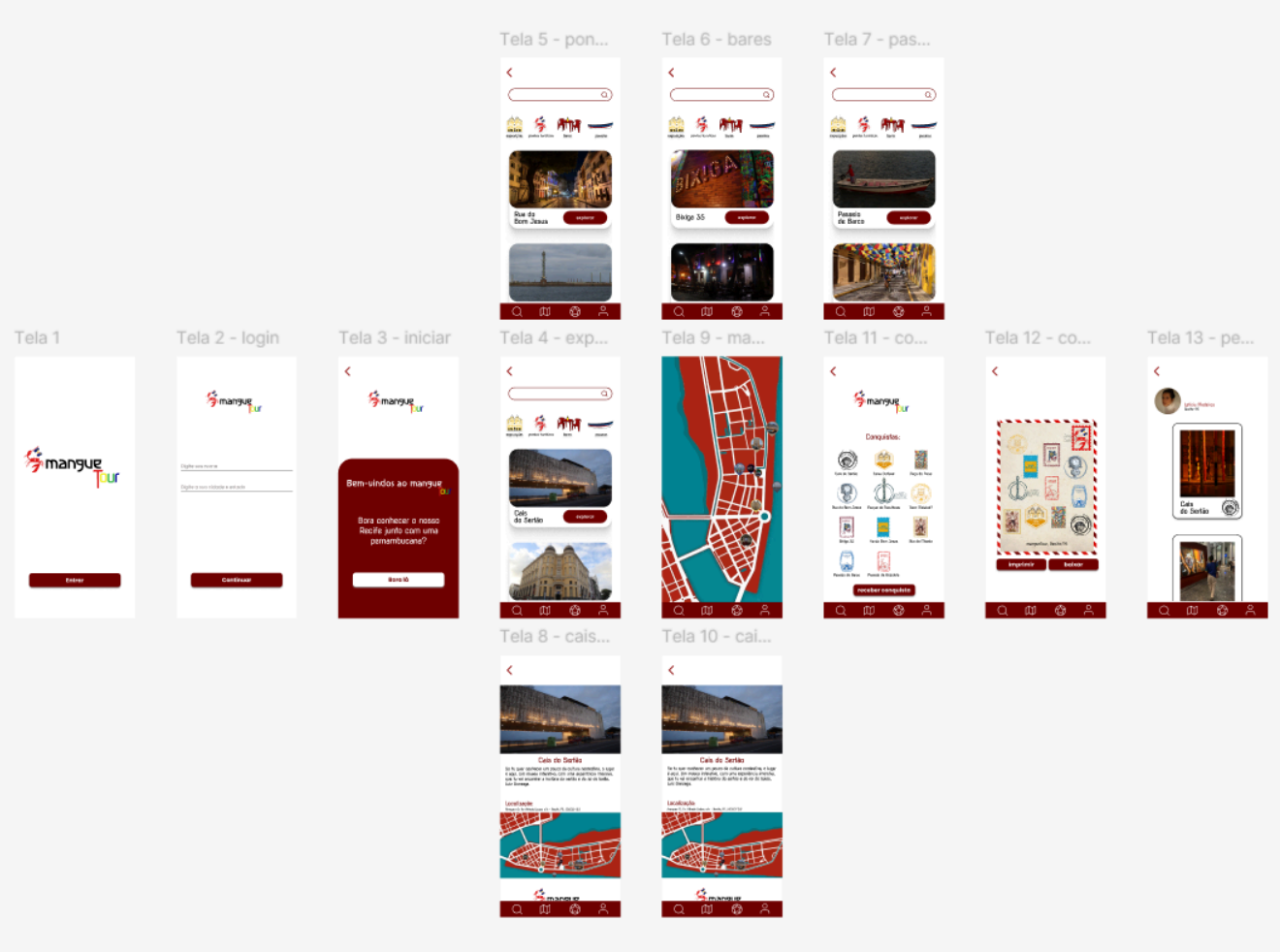
Após a definição dos *wireframes* e do *design system*, passou-se para a etapa de criação dos *mockups* em alta fidelidade, já incorporando cores, tipografia, ícones e demais elementos visuais definidos anteriormente. Essa fase foi essencial para transformar a estrutura dos *wireframes* em *interfaces* completas, com experiência real do usuário dentro do aplicativo. Ao todo, foram projetadas 13 telas, sendo estas:

1. Tela inicial com a logo “MangueTour”
2. Tela de login
3. Tela de boas-vindas
4. Exposições
5. Pontos turísticos
6. Bares
7. Passeios
8. Explorar Cais do Sertão
9. Mapa geral
10. Explorar Cais do Sertão (com fotografia da visita)
11. Conquista
12. Cartão postal (conquista final)
13. Perfil

Cada tela foi pensada para receber as informações e fotos referentes à sua categoria, garantindo a organização do conteúdo e facilitando a experiência de navegação do usuário. Foram desenvolvidas inicialmente 10 telas, que correspondiam à visão inicial do projeto, porém mais 3 telas (tela de boas-vindas, mapa geral e explorar cais do sertão com fotografia da visita) foram necessárias para o fluxo do aplicativo.

Com a estrutura das telas concluída, realizou-se a captação de todas as fotografias utilizadas no aplicativo. As fotografias do aplicativo foram feitas por Lóren Stayner[5] (ANEXO 7-21), durante o final de semana em que tivemos em Recife, e foram inseridas nas respectivas telas do aplicativo, compondo os demais elementos.

Figura 14 - Mockups em alta fidelidade

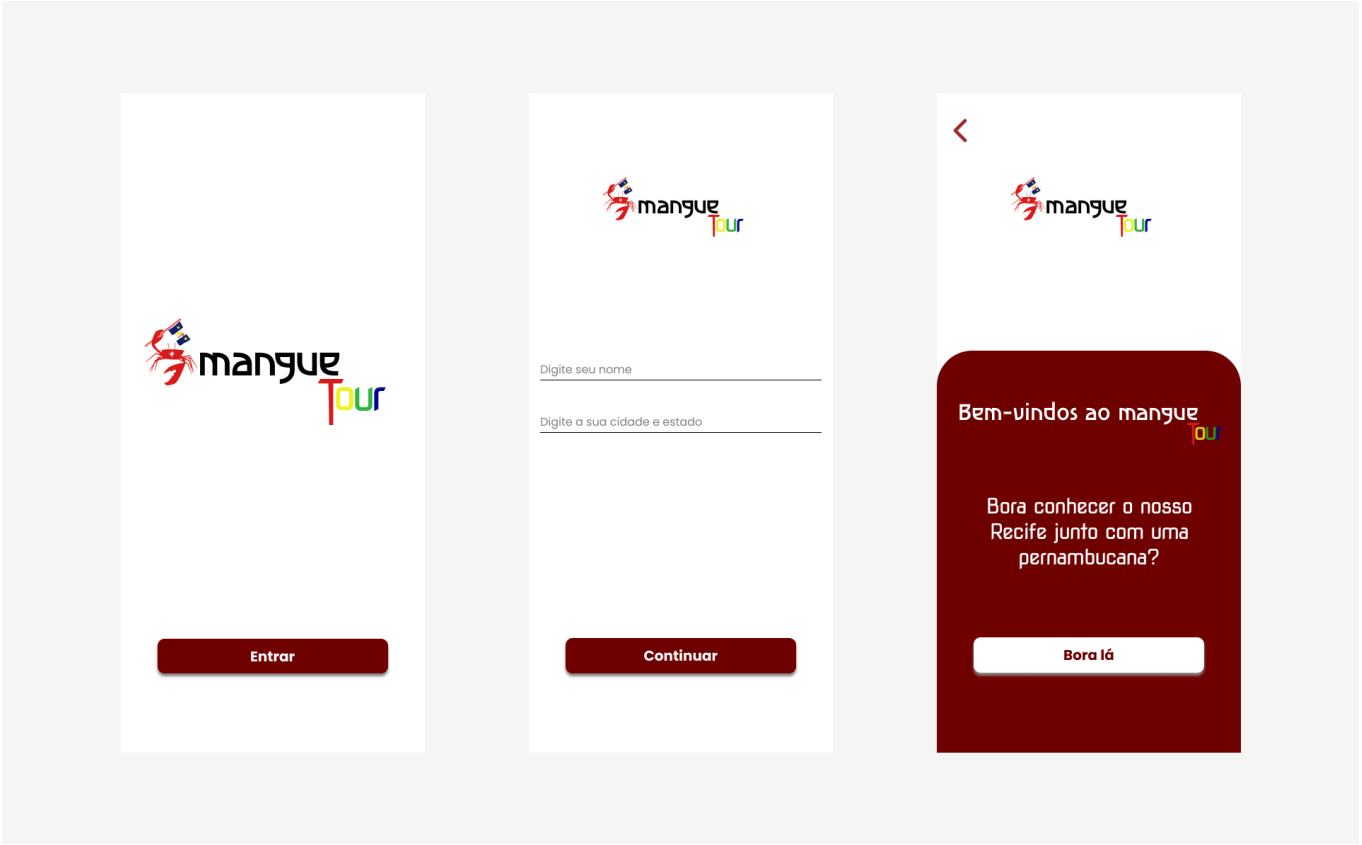


Fonte: Imagem autoral

As telas iniciais foram desenvolvidas com a funcionalidade de apresentar o aplicativo e realizar a autenticação do usuário. A tela 1 exibe a logo do “MangueTour” centralizada, para que haja um foco na identidade visual do produto no primeiro contato. Em seguida a tela 2 permite que os usuários insiram suas informações, seu nome e de onde veio, enquanto a tela 3 dá as boas-vindas, introduzindo o propósito do aplicativo de forma leve e convidativo.

[5] Lóren Stayner, pernambucana, fotógrafa e produtora audiovisual, Bacharel em Jornalismo pela Universidade Federal da Paraíba (UFPB/2026).

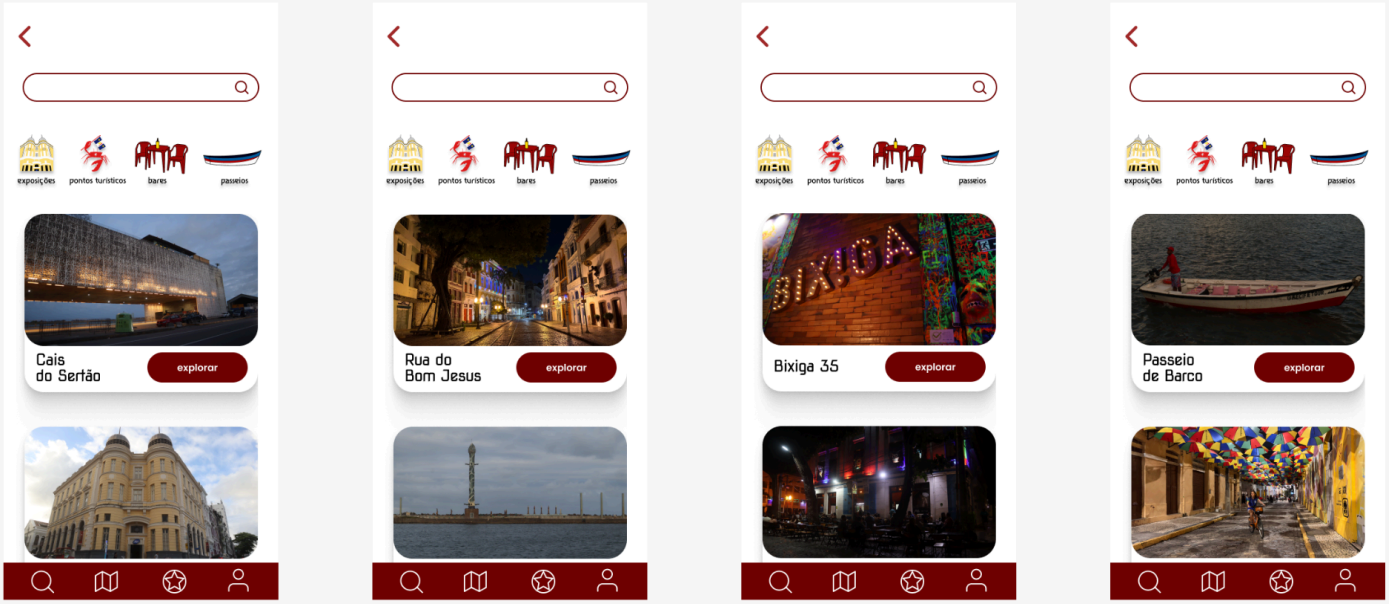
Figura 15 - Tela inicial, login e tela de boas-vindas



Fonte: Imagem autoral

Para a organização do conteúdo, a exploração foi dividida em quatro segmentos principais (telas 4, 5, 6 e 7) . Todas compartilham a mesma estrutura de navegação, uma barra de busca no topo, ícones de categoria fixos, permitindo alternar entre os quatro segmentos sem sair da tela, outra barra fixa, sendo inferior, com elementos elementos gráficos disponibilizados pela ferramenta de design Figma (ANEXO 1) e uma listagem em cards com foto, nome do local e botão "explorar". Essa padronização visual facilita o reconhecimento do usuário, deixando a navegação simplificada, para que ele saiba exatamente onde encontrar cada tipo de conteúdo, seguindo os princípios de consistência da usabilidade.

Figura 16 - Exposições, pontos turísticos, bares e passeios



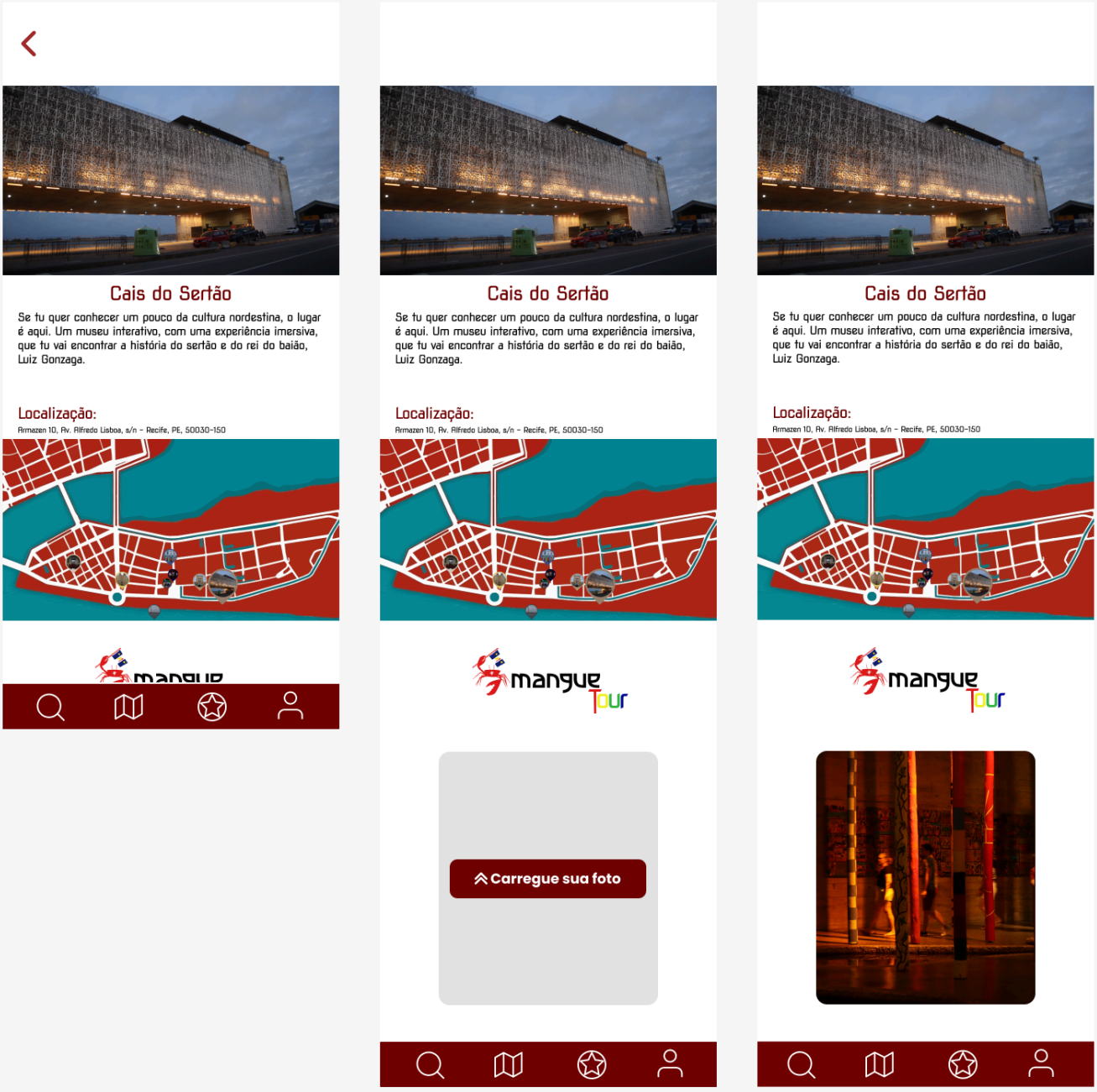
Fonte: Imagem autoral

Fotos: Lóren Stayner (2026)

Durante a construção do protótipo, ocorreram ajustes importantes, um exemplo foi a forma de exibição das imagens dos locais. Inicialmente a ideia era apresentar todas as imagens em uma única tela, em formato de montagem, após análise, decidiu-se a utilização de carrosséis. Essa mudança tornou a navegação mais fluida e permitiu que o usuário visualizasse melhor cada local.

A tela 8 e a tela 10, ambas nomeadas "Cais do Sertão", cumprem a funcionalidade de apresentar informações aprofundadas sobre um ponto turístico específico, incluindo fotografia principal, descrição textual do local e sua localização. A diferença entre elas está no momento da jornada do usuário; a tela 8 é acessada antes da visita, sendo apenas informativa, ele passa para a tela 10 depois da experiência presencial, com a inclusão da fotografia tirada pelo próprio como registro afetivo da visita, elemento central da proposta de gamificação do aplicativo, o que leva o usuário a receber um selo do local visitado.

Figura 17 - Explorar Cais do Sertão



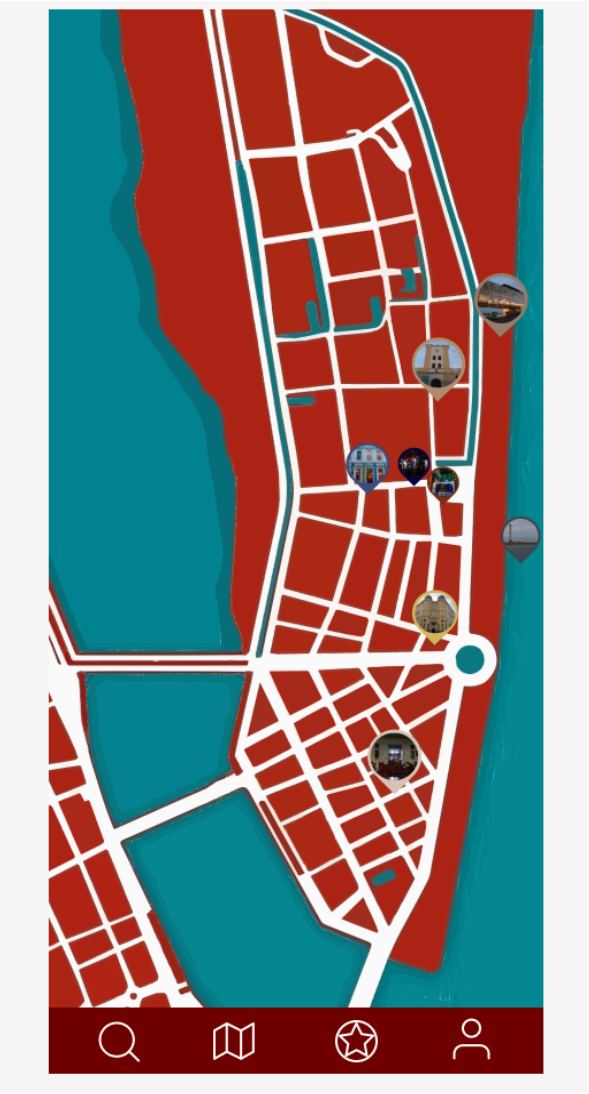
Fonte: Imagem autoral

Fotos: Lóren Stayner (2026)

O mapa geral (tela 9), oferece uma visualização espacial de todos os pontos turísticos do Recife Antigo simultaneamente, permitindo que os usuários identifiquem sua posição atual em relação aos atrativos e planeje seu roteiro de

visitação, sem depender exclusivamente da navegação por listas. Para facilitar, ao clicar no ícone de um local no mapa, ele levará diretamente para a página de explorar do lugar específico, fazendo com que o usuário obtenha a informação de forma mais rápida e intuitiva.

Figura 18 - Mapa Geral



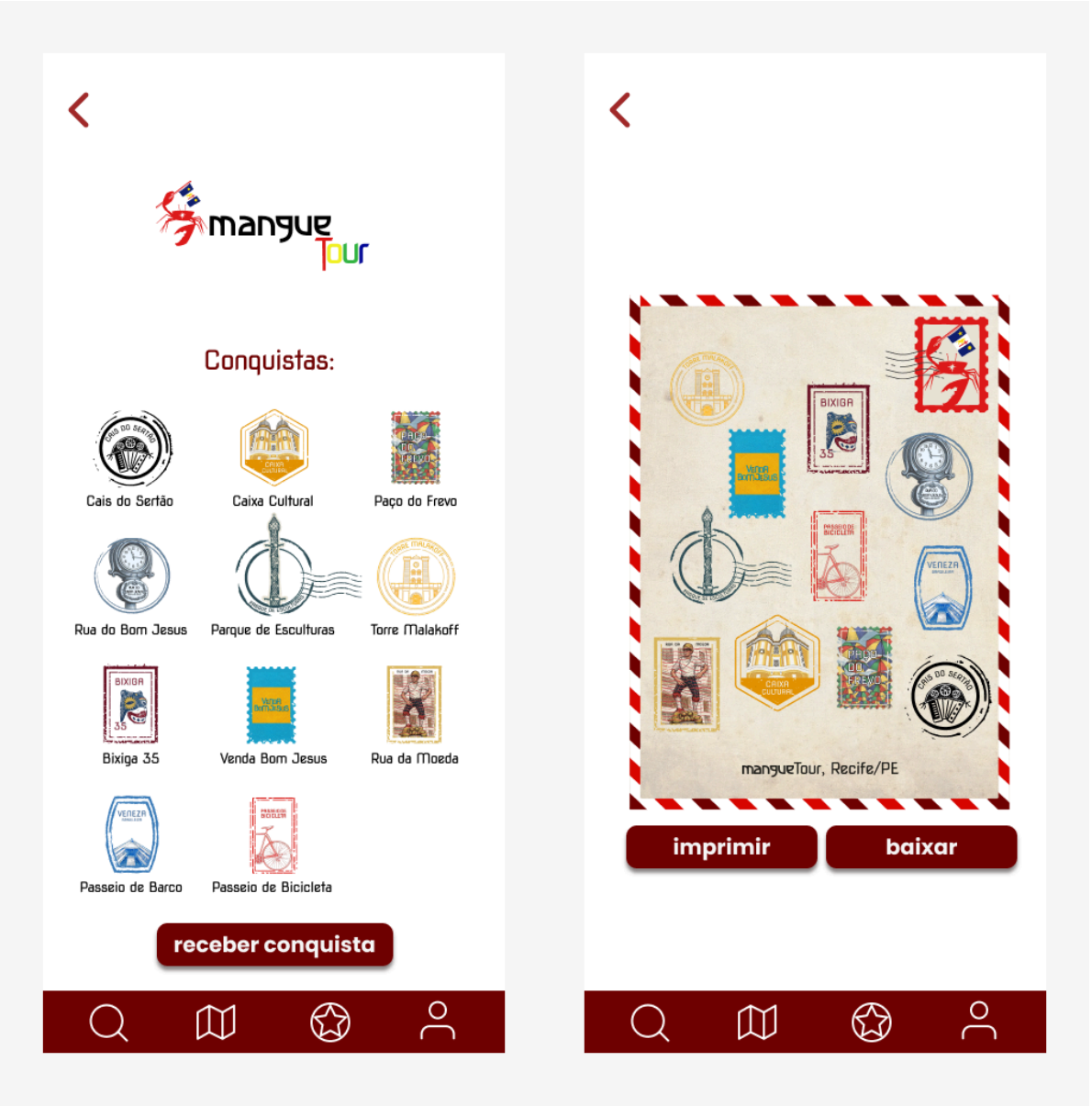
Fonte: Imagem autoral

Fotos: Lóren Stayner (2026)

As telas de conquistas (11 e 12), foram projetadas para “recompensar” o engajamento do usuário. Na primeira tela de conquistas (a tela dos selos) mostra o progresso da coleção, indicando quais locais já foram visitados e quais ainda faltam. Ao completar todos os selos, o usuário desbloqueia a tela seguinte, o cartão postal

personalizado inspirado no passaporte pernambucano, reunindo todos os carimbos conquistados, disponível tanto para impressão física quanto para compartilhamento digital nas redes sociais.

Figura 19 - Conquistas e conquista final

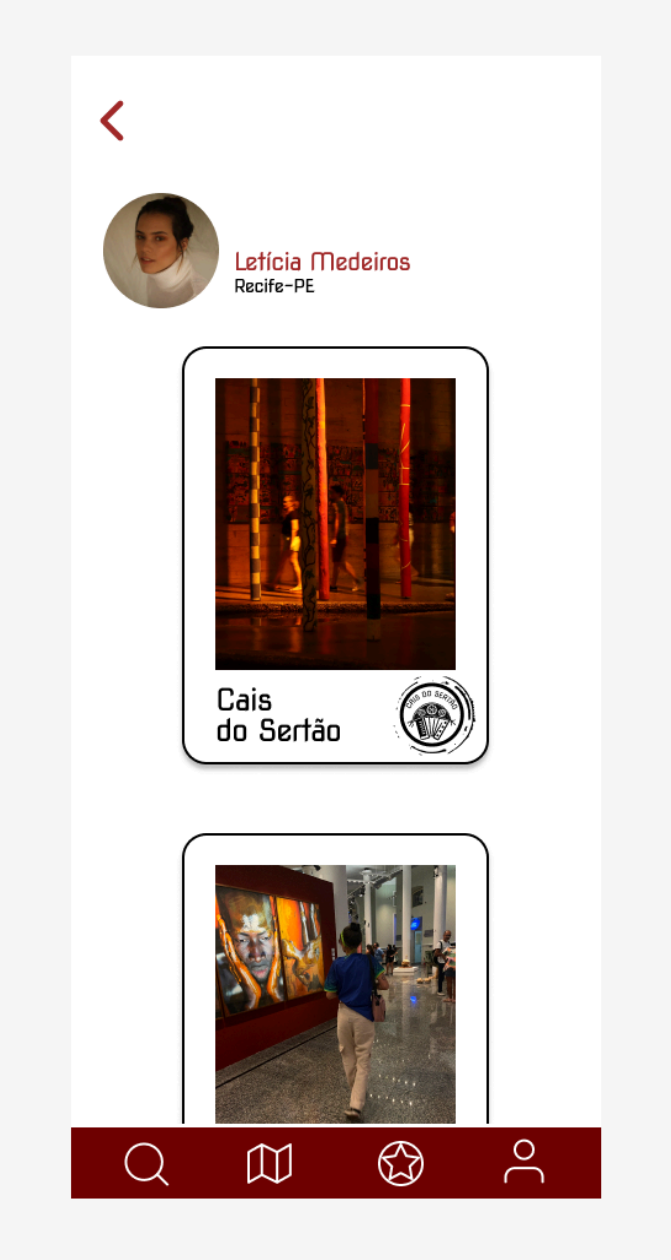


Fonte: Imagem autoral

O perfil (tela 13) tem a funcionalidade de centralizar as informações pessoais do usuário, exibindo sua foto (ANEXO 21-24), nome, cidade natal e o histórico de fotografias registradas durante as visitas aos pontos turísticos, junto com os selos

de cada lugar, funcionando como um álbum de memórias afetivas construído ao longo do uso do aplicativo.

Figura 20 - Perfil



Fonte: Imagem autoral

Fotos: Letícia Medeiros e Lóren Stayner

8. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como propósito desenvolver o "MangueTour", um protótipo de aplicativo móvel capaz de mediar a relação entre turistas e os pontos culturais do

Recife Antigo, transformando informações dispersas em uma experiência digital integrada e afetiva. Ao longo do processo, buscou-se não apenas atender a uma demanda prática de organização turística, mas também expressar, através do design, o "bairrismo" e o orgulho que temos pela nossa cidade.

O percurso metodológico, estruturado a partir da lógica dos elementos da experiência do usuário propostos por Garrett (2011), permitiu organizar o projeto em etapas claras: da pesquisa de campo à construção do *design system*, culminando na elaboração dos *mockups* em alta fidelidade. Esse processo evidenciou a importância de fundamentar decisões de *design* em referenciais teóricos consolidados, como os princípios de usabilidade de Nielsen (1994) e a perspectiva de Norman (2008). Ao mesmo tempo, mostrou que o design de interfaces não se resume à estética: ele é também uma ferramenta de comunicação cultural, capaz de aproximar visitantes da identidade autêntica de uma cidade.

Durante o desenvolvimento, alguns ajustes se mostraram necessários à medida que o protótipo ganhava forma. A ampliação de 10 para 13 telas, com a inclusão da tela de boas-vindas, do mapa geral e da segunda versão da tela "Cais do Sertão", revelou que a arquitetura da informação de um aplicativo dificilmente se esgota no planejamento inicial, exigindo revisões constantes. Da mesma forma, a substituição da montagem estática de imagens por um sistema de carrosséis demonstrou como pequenas decisões de interface podem impactar diretamente a fluidez da navegação.

O sistema de gamificação, apoiado nos conceitos de *affordance* discutidos por Araújo e Vergara (2022) e na perspectiva de recompensa abordada por Torres Raposo Neto, Penteado e Carvalho (2023), cumpriu seu papel de incentivar o engajamento do usuário ao transformar cada visita em uma conquista simbólica, materializada nos selos e no cartão postal final. Essa escolha reforça a proposta central do trabalho: o aplicativo busca criar vínculos de pertencimento tanto para quem vive no Recife quanto para quem o visita de passagem. Ainda assim, espera-se que este projeto sirva como um modelo replicável para outras iniciativas de turismo cultural digital, reafirmando o potencial do design de interfaces como instrumento de valorização e democratização do acesso à cultura recifense.

Portanto, conclui-se que os objetivos propostos foram alcançados: o protótipo "MangueTour" materializa uma proposta viável de mediação cultural digital,

sustentada por fundamentação teórica sólida e por um processo de design centrado no usuário.

REFERÊNCIAS

ARAUJO, Marcelo Sampaio de; VERGARA, Lizandra Garcia Lupi. Design para o engajamento: uma análise das affordances de gamificação sob a ótica da Teoria da Autodeterminação. **Estudos em Design**, Rio de Janeiro, v. 30, n. 1, p. 38-59, 2022. Disponível em: https://estudosemdesign.emnuvens.com.br/design/article/view/113. Acesso em: 5 mar. 2026.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS. **ABNT NBR ISO 9241-11**: requisitos ergonômicos para trabalho de escritórios com computadores - Parte 11: orientações sobre usabilidade. Rio de Janeiro: ABNT, 1998. Acesso em: 2 mar. 2026.

GARRETT, Jesse James. **Elementos da experiência do usuário**: design centrado no usuário para a web e outros meios. Rio de Janeiro: Alta Books, 2011. Acesso em: 2 mar. 2026. Acesso em: 5 mar. 2026.

KRUG, Steve. **Não me faça pensar**: atualizado: uma abordagem de bom senso à usabilidade na web e móvel. Tradução de Aldir José Coelho Blanchard. 3. ed. Rio de Janeiro: Alta Books, 2014. Acesso em: 5 mar. 2026.

MANGUEBEAT. In: ENCICLOPÉDIA Itaú Cultural de Arte e Cultura Brasileira. São Paulo: Itaú Cultural, 2026. Disponível em: http://enciclopedia.itaucultural.org.br/termos/80258-manguebeat. Acesso em: 16 de julho de 2026. Verbete da Enciclopédia.
ISBN: 978-85-7979-060-7

MCGONIGAL, Jane. **A realidade em jogo**: por que os games nos tornam melhores e como eles podem mudar o mundo. Tradução de Laura Schichvarger. Rio de Janeiro: BestSelter, 2012. Acesso em: 3 mar. 2026.

NEVES, André. **Design Thinking Canvas**. Versão 2.0. [S. l.: s. n.], 2014. Disponível em: https://www.academia.edu/41062619/Design_Thinking_Canvas. Acesso em: 2 mar. 2026.

NIELSEN, Jakob. **10 Usability Heuristics for User Interface Design**. [S. l.]: Nielsen Norman Group, 1994. Disponível em: https://www.nngroup.com/articles/ten-usability-heuristics/. Acesso em: 5 mar. 2026.

NORMAN, Donald A. **Design emocional**: por que adoramos (ou odiamos) os objetos do dia a dia. Tradução de Ana Beatriz Rodrigues e Orlando Lemos. Rio de Janeiro: Rocco, 2008. Acesso em: 2 mar. 2026.

RECIFE. Prefeitura da Cidade do Recife. **História**. Disponível em: https://www2.recife.pe.gov.br/pagina/historia. Acesso em: 16 jul. 2026.

SAGY. **Turismo Digital**: o que é e como ele está transformando o setor. [S. l.], [2024]. Disponível em: https://conteudo.sagymarketing.com.br/glossario/o-que-e-turismo-digital-como-funciona-e-seus-beneficios/. Acesso em: 5 mar. 2026.

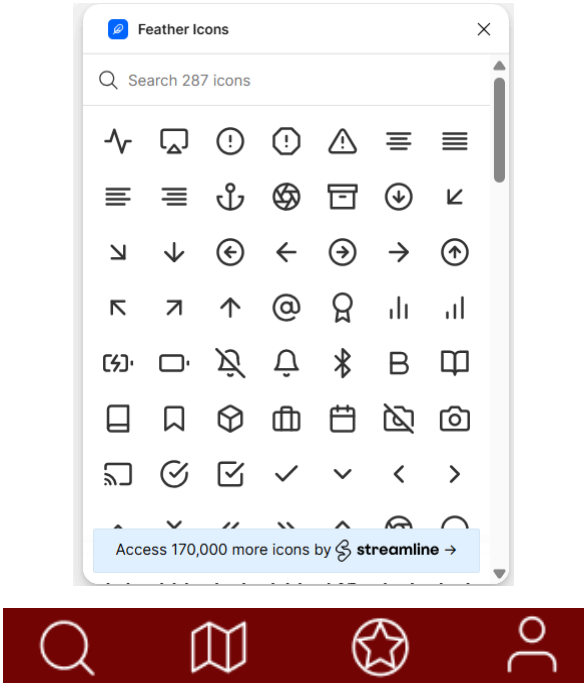
SANCHES, Rodrigo. **Gamificação na educação**: o que é, como funciona e quais os benefícios. [S. l.]: [s. n.], 2021. Acesso em: 3 mar. 2026.

TAVARES, Francisco Muniz. **História da Revolução de Pernambuco em 1817**. Apud: A bandeira da República de 1817. Wikisource. Disponível em: https://pt.wikisource.org/wiki/A_bandeira_da_Republica_de_1817. Acesso em: 16 jul. 2026.

TORRES RAPOSO NETO, Luiz; DE FÁTIMA DE OLIVEIRA PENTEADO, Camila; AMARAL DE CARVALHO, LILIAN. **Gamificação como ferramenta para o processo de ensino e aprendizagem**: uma revisão integrativa. Perspectivas em Diálogo: Revista de Educação e Sociedade, [S. l.], v. 10, n. 22, p. 313–327, 2023. DOI: 10.55028/pdres.v10i22.16042. Disponível em: https://periodicos.ufms.br/index.php/persdia/article/view/16042. Acesso em: 3 mar. 2026.

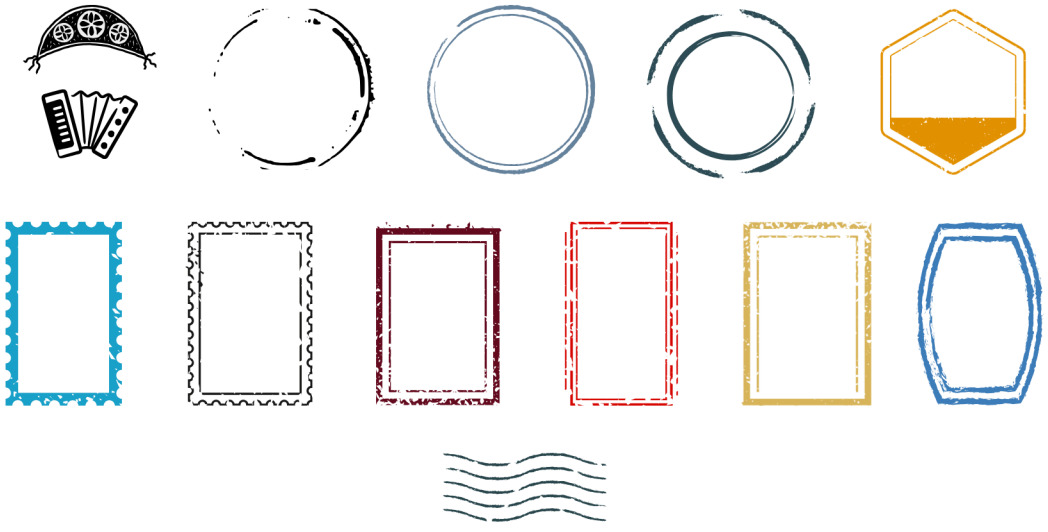
ANEXOS

ANEXO 1 - Elementos Gráficos do Figma



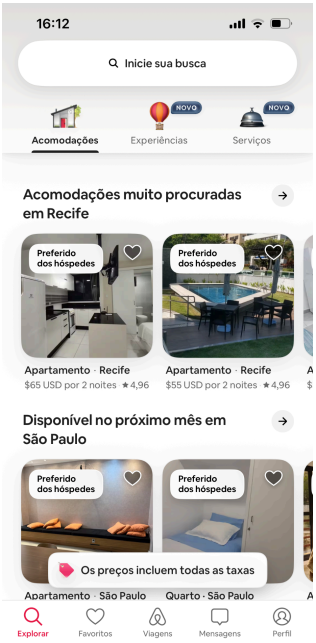
Fonte: Figma

ANEXO 2 - Elementos Gráficos do Canva



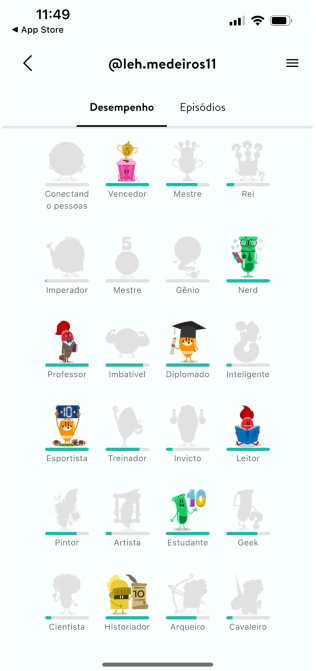
Fonte: Canva

ANEXO 3 - Airbnb



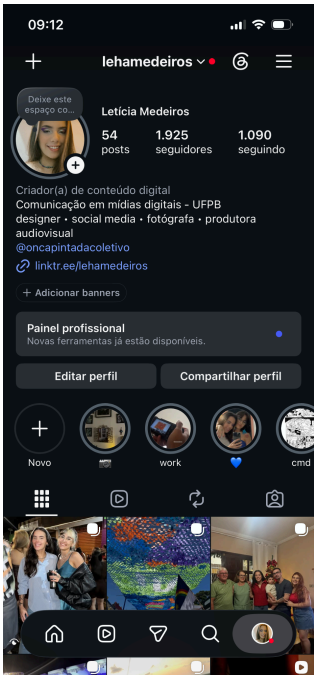
Fonte: Aplicativo Airbnb

ANEXO 4 - Jogo Perguntados



Fonte: Aplicativo Perguntados

ANEXO 5 - Instagram





Fonte: Aplicativo Instagram

ANEXO 6 - Símbolo do Movimento





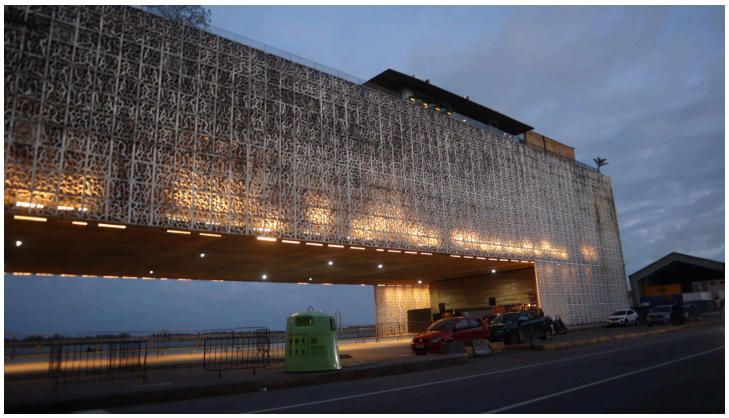
Fonte: https://pt.wikiquote.org/wiki/Manguebeat

ANEXO 7 - Bar Bixiga 35



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 8 - Centro Cultural Cais do Sertão



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 9 - Caixa Cultural



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 10 - Paço do Frevo



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 11 - Torre Malakoff



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 12 - Parque de Esculturas Francisco Brennand



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 13 - Rua Bom Jesus



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 14 - Venda Bom Jesus



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 15 - Rua da Moeda



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 16 - Passeio de Bicicleta



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 17 - Passeio de Barco



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 18 - Cais do Sertão 2



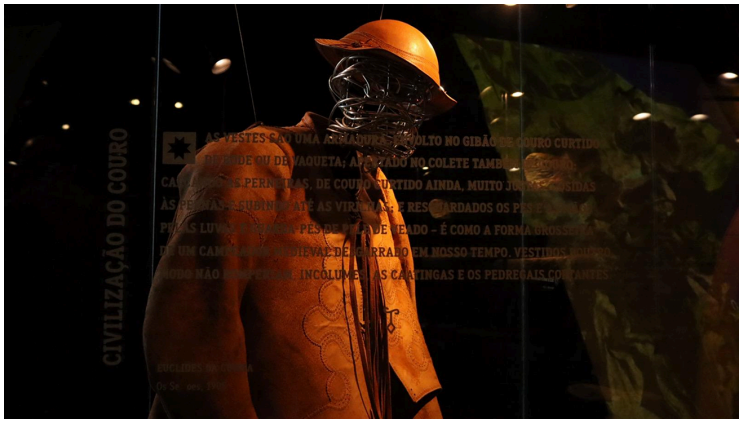
Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 19 - Cais do Sertão 3



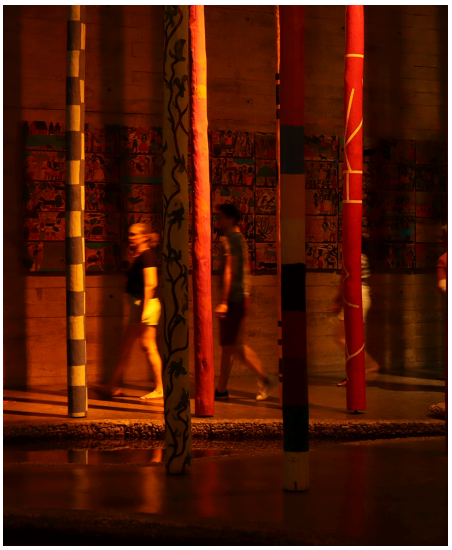
Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 20 - Cais do Sertão 4



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 21 - Cais do Sertão 5



Fotos: Lóren Stayner (2026)

ANEXO 22 - Caixa Cultural 2



Fotos: Letícia Medeiros (2024)

ANEXO 23 - Paço do Frevo



Fotos: Letícia Medeiros (2024)

ANEXO 24 - Passeio de Barco



Fotos: Letícia Medeiros (2024)