

# Resumo

O turismo associado à cultura vitícola – o Enoturismo – é uma área em franca expansão não só a nível nacional mas também além fronteiras, onde Portugal tem feito investimentos dado o potencial turístico do país. No entanto, esse esforço não se tem reflectido na promoção do enoturismo nesse canal ubíquo que é a Internet.

O presente trabalho pretende estudar e conceber uma nova abordagem aos portais web para promoção das Rotas de Vinhos – circuitos regionais formados pelos seus aderentes, normalmente produtores de vinho. Este estudo incidirá sobre as interfaces, procurando encontrar as melhores soluções para o problema em causa, através da utilização das mais adequadas e inovadoras tecnologias multimédia. O resultado foi a especificação de uma aplicação para a promoção de rotas na Internet, incluindo o desenvolvimento de um protótipo semi-funcional.

O primeiro passo foi um estudo do estado da arte tanto de portais de turismo generalistas, bem como de portais de rotas. Em ambos os casos foram analisados portais nacionais e internacionais, de onde resultou uma análise comparativa qualitativa. O estado da arte também se alargou ao estudo das tecnologias multimédia actualmente disponíveis no mercado consideradas relevantes para aplicação.

Esta análise foi o ponto de partida para a definição do sistema informático, com a identificação dos actores e principais casos de uso em actuação, resultando numa definição global dos requisitos para a aplicação e na arquitectura informática de todo o sistema.

A fase final do projecto consistiu no desenvolvimento de um protótipo para as componentes de interfaces para os turistas, onde as tecnologias multimédia encontram aplicação, dados este ser o foco desta dissertação. Este protótipo permitiu avaliar um conjunto de inovações tais como o uso cuidado, mas intensivo, de conteúdos gráficos; a integração com valor acrescentado da tecnologia *Google Maps* quer para visualização geográfica, quer como ferramenta de interacção para, por exemplo, novas metodologias de pesquisa; ou ainda um gerador automático de percursos pela região que utiliza informação interna da rota para que, juntamente com a introdução opcional de um pequeno conjunto de parâmetros, permita criar um trajecto que seja do interesse do turista.

Concluiu-se deste trabalho que existe uma grande margem de progressão para os portais de rotas de vinho utilizando as tecnologias multimédia actualmente disponíveis, que valorize mais o País e as suas regiões, optimizando a experiência dos turistas na visita ao portal.

A aplicação aqui proposta apresenta-se como uma solução capaz e de qualidade para

resolver este problema, apresentando soluções inovadoras em termos de experiência do utilizador, gestão centralizada e interligação entre aplicações multi-regionais.

Uma aposta na criação e divulgação eficaz de um portal nacional das rotas enoturísticas, englobando todas as regiões do País, é um instrumento fundamental na angariação de novos turistas, quer nacionais quer internacionais e na consolidação da imagem de qualidade do sector vitivinícola nacional.

# Abstract

The tourism linked with the wine culture - the Oenotourism - is a business in wide expansion in all wine producing countries, either at a national level or internationally. Although Portugal is investing heavily in restructuring the wine sector and in the quality of the wines it produces, this effort is not being matched in promotion of oenotourism in the ubiquitous channel provided by the Internet.

The present work aims to study and devise a new approach to web portals that promote Wine Routes – regional circuits comprised by its members, usually wine producers. This study focused on the interfaces, trying to find the best solutions for the depicted problem, through the usage of the most adequate and innovative multimedia technologies. The result was the specification of an application for the promotion of routes in the Internet, including the development of a semi-functional prototype.

The first step was the study of the state-of-the-art for general tourism and wine routes portals. Both national and international portals were analyzed for each case, resulting in a qualitative comparative analysis. The state-of-the-art also encompasses the study of multimedia technologies currently available thought pertinent for the focus of the application.

This analysis was the starting point for the overall system's characterization, going through the identification of the actors and main uses cases in play, defining in detail the application's global requisites, in order to determine the architecture for the whole system.

The project's final phase consisted in the development of a prototype concerning the interface components, where the selected multimedia technologies proved to be a major asset. This prototype allowed the evaluation of a set of innovations, such as the careful, but intensive, use of graphical content; the added value provided by the integration of the Google Maps technology for geographic visualization or as an interaction tool, *e.g.*, new search methodologies; an automated itinerary generator for a specific wine region that uses internal regional information and a small set of parameters to create a route that suits the tourist's distinct interests.

As an outcome of this work, it became clear that there is a much room for improvement in wine routes' portals through the innovative employment of currently available multimedia technologies. These technologies, when used efficiently, can significantly add value to a country's image and the specificity of its regions, optimizing the tourists' experience when navigating in the web.

The proposed application proved to solve the addressed problem, by providing a

capable and innovative solution in terms of user experience, centralized management and multi-regional application interconnection.

The creation and effective dissemination of a national oenotourism routes portal, encompassing all the country's regions, is a major tool for attracting new tourists, both national and international, and for the consolidation of Portugal as a top quality wine producing country.