

MAPEAMENTO DE REDES DE INTERCÂMBIOS DE DADOS E DE INFORMAÇÕES EM DESTINOS TURÍSTICOS: UMA PROPOSTA PRELIMINAR DE ABORDAGEM

Michel Bregolin¹

José Vitor Fontoura Brandolt da Rocha²

Ubiratã Escobar Nunes³

Palavras-chave: Turismo. Redes de Intercâmbio de Dados. Informações. Destinos Turísticos.

1. Introdução

A importância da informação é amplamente reconhecida no setor de turismo, no qual ela se destaca como um recurso fundamental para todos os agentes envolvidos, abrangendo viajantes, seus fornecedores e operadores. Desse modo, se constitui um elemento crítico para a gestão, especialmente no âmbito dos destinos turísticos, meta dos deslocamentos dos visitantes (LEIPER, 1990; IGNARRA, 2013).

Um destino turístico é, segundo Emmendoerfer et al. (2023), “um espaço ao qual o turista é atraído a contemplar, vivenciar e participar de atividades e experiências, levando-o a permanecer nesse espaço”. Ainda conforme os autores, destinos são lugares para onde os visitantes vão em busca de novas experiências, do consumo de produtos e de serviços que geram a construção de memórias via imagens e sentimentos associados com recursos e atrações em extensão territorial, formando uma identidade cultural, social, ambiental e patrimonial.

Por isso, a vocação turística pode ser fomentada por meio da governança e de divisões político-administrativas que participam do planejamento, gestão e desenvolvimento do destino. Nesse processo, a participação da comunidade anfitriã deve ir além da atuação na recepção, serviço e assistência ao turista, para incluir também a constituição de uma rede de atores que designa um destino potencialmente turístico e defini sua forma de gestão e de desenvolvimento (EMMENDOERFER et al., 2023).

Com isso, observa-se que na visão desses autores, um destino é um sistema complexo, formado por várias abordagens: econômica (geração de emprego e renda); geográfica (espaço,

¹ Doutor em Administração. Professor dos Programas de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade (PPGTURH) e Administração (PPGA) da Universidade de Caxias do Sul.

<http://lattes.cnpq.br/9175954108641268>. <https://orcid.org/0000-0002-4050-7557>. mbregolin@ucs.br

² Mestrando em Turismo e Hospitalidade. Universidade de Caxias do Sul.

<http://lattes.cnpq.br/3404713612313873>. <https://orcid.org/0009-0000-6759-4710>. jvfbrocha@ucs.br.

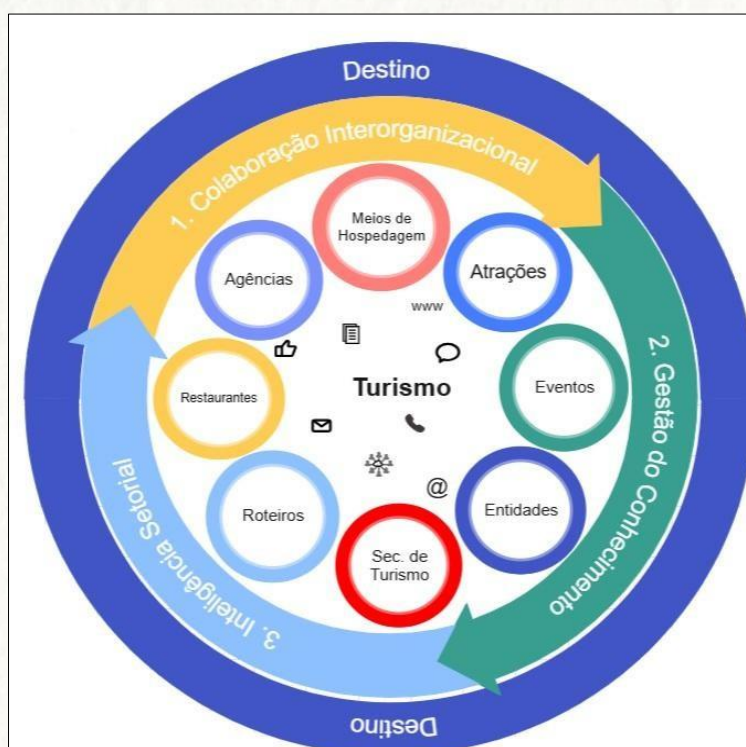
³ Mestrando em Administração. Universidade de Caxias do Sul. <http://lattes.cnpq.br/6710049136744909>. uenunes@ucs.br.

tempo, mobilidade e limites espaciais); sociocultural (interações entre cultura do destino e do visitante); política (crescimento e expansão do destino); gerencial (rede de atores que visam suprir as necessidades dos visitantes) e tecnológica (estratégia de inovação).

Nesse sentido, é pertinente complementar esse entendimento com a classificação dos destinos turísticos em comunitários ou corporativos, como defendido por Flagestead e Hope (2001). Para eles, os destinos turísticos comunitários podem ser identificados pela colaboração dos agentes em processos de planejamento e decisões que têm por base uma estrutura organizacional constituída de negócios independentes e especializados atuando de forma descentralizada. Já os destinos corporativos são reconhecidos pela existência de uma gestão centralizada em uma grande corporação com fins lucrativos, a qual administra diferentes negócios incorporados por propriedade e/ou contratos.

Na realidade brasileira predominam destinos de perfil comunitário, o que reforça a importância de pensar em termos de colaboração interorganizacional; de compartilhamento de conhecimento e de formação de inteligências setoriais turísticas ou territoriais (BREGOLIN, 2018; NUNES, 2024). Para isso é necessário compreender como os diferentes atores envolvidos interagem entre si intercambiando dados e informações e potencializando ou restringindo esses comportamentos coletivos (figura 1).

Figura 1 - Rede de Intercâmbio de Dados e Informações de um Destino Turístico



Fonte: Nunes (2024).

Nesse contexto, compreendendo a informação como um recurso estratégico (MCGEE; PRUSAK, 1994), verifica-se que a existência de uma comunicação fluída e eficaz é importante

para os atores implicados poderem agir com senso de propósito comum e de forma coordenada (MICHELON, 2003).

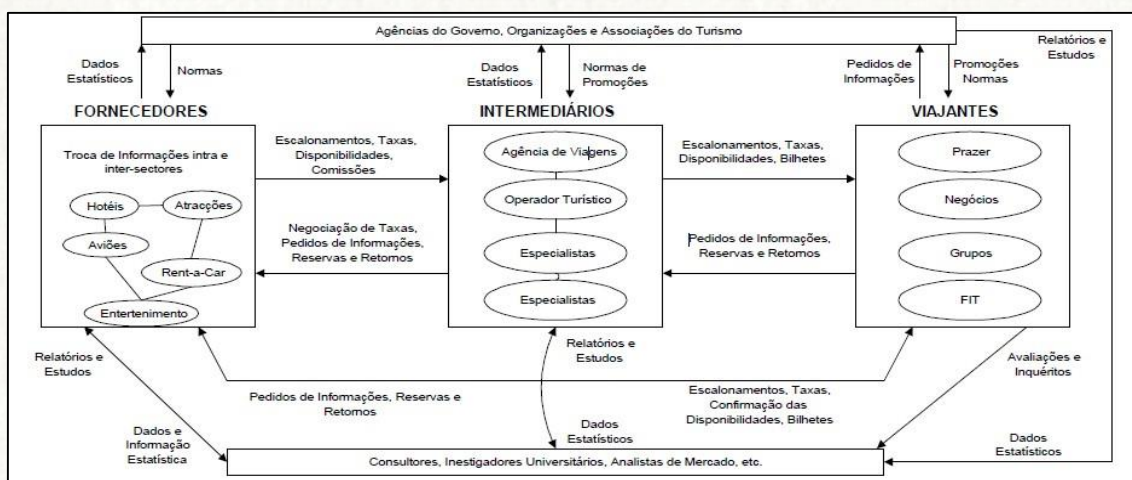
É fundamental nesse sentido, identificar como a informação circula entre os atores envolvidos a fim de compreender os processos por meio dos quais ela é mediada e estrategicamente utilizada pelos diferentes *stakeholders*. Nisso, a abordagem da mediação da informação se apresenta crucial para uma disseminação efetiva e útil de dados entre os atores do turismo, incluindo visitantes e profissionais da área (MEDAGLIA; ORTEGA, 2015).

Abordando esse tema, Sheldon (1989) já enfatizava que o acesso a informações atualizadas e precisas é essencial para a tomada de decisões, planejamento de viagens, marketing de destinos turísticos e gerenciamento eficaz de reservas e serviços pois, a gestão adequada dessas informações, impacta diretamente na satisfação dos clientes e na competitividade do setor. Por isso, o fluxo de informação constante e a eficácia da sua distribuição na operacionalização da atividade turística implica na necessidade permanente de contar com sistemas de informação avançados e adaptativos, que respondam às demandas do mercado de uma maneira ágil.

Esse pensamento foi respaldado por Buhalis (2003), para quem as TICs desempenham um papel fundamental na criação e no desenvolvimento de destinos turísticos, satisfazendo as necessidades específicas dos usuários e promovendo a eficiência dos profissionais do setor. Sobretudo, considerando a complexidade e a natureza globalizada do turismo envolvendo a interação com clientes internacionais diversos, exigentes de sistemas de informação robustos e confiáveis para ter comunicação eficaz e um gerenciamento de informações críticas como horários de voos, alojamentos e atividades culturais.

Também concordando com isso, Pereira e Kawata (2011) chegaram a afirmar que o progresso nas tecnologias de informação foi decisivo para estabelecer redes de comunicação rápidas e eficientes entre os diferentes atores envolvidos no setor, facilitando a operação e competitividade. Nesse quadro, resta evidente a importância de compreender como os dados e as informações circulam entre os atores envolvidos, como ilustra o modelo de Ramos *et. al.* (2008) apresentado na figura 2.

Figura 2 - Fluxo da Informação no Setor Turístico



Fonte: Ramos *et al.* (2008).

Esse modelo destaca a importância dos fluxos de informações intra e intersetores entre diversos participantes como hotéis, atrações turísticas, companhias aéreas, empresas de aluguel de veículos e entretenimento. Ali, cada um desses elementos é visto não apenas como um fornecedor isolado, mas como parte de uma rede interconectada que compartilha informações relevantes para o funcionamento eficaz do setor turístico a partir de mecanismos de troca de informações que envolvem sistemas diretos de comunicação, plataformas digitais ou interações face a face e que têm intercâmbios com intensidades e regularidades variáveis, dependentes da natureza das informações compartilhadas e das necessidades específicas de cada segmento.

Nesse processo de funcionamento da rede, os canais utilizados para as trocas podem ser eletrônicos, como e-mails, mensagens por aplicativo e sistemas de gestão integrada, ou mesmo canais mais tradicionais como telefonemas e reuniões presenciais. Os conteúdos dessas informações variam amplamente, podendo incluir disponibilidade de serviços, preços, novidades sobre produtos e feedback de clientes. A utilização dessas informações processadas é chave para a tomada de decisão estratégica, planejamento e coordenação de serviços, garantindo que as necessidades dos turistas sejam atendidas de maneira eficiente e eficaz, melhorando a experiência e ampliando a competitividade dos empreendimentos e destinos.

Considerando o caráter estratégico dessa rede de trocas de dados e de informações no setor de turismo, assim como o seu impacto na integração das operações de serviços em destinos turísticos comunitários, apresenta-se aqui uma proposta preliminar de abordagem, elaborada a partir de subsídios teóricos conforme na metodologia. A partir disso projeta-se sua aplicação em diferentes destinos com o intuito de qualificar e validar esses modelos teóricos.

2. Metodologia

Tendo por objetivo estabelecer procedimentos iniciais para a abordagem de redes de intercâmbios de dados e de informações em destinos turísticos comunitários a fim de conhecer seus componentes, relações e mecanismos; este estudo exploratório (Gil, 2011) foi orientado pelas seguintes questões norteadoras: como podem ser mapeadas as redes de intercâmbio de dados e de informações presentes em destinos turísticos? como podem ser caracterizadas as relações e os fluxos estabelecidos entre os atores dessas redes?

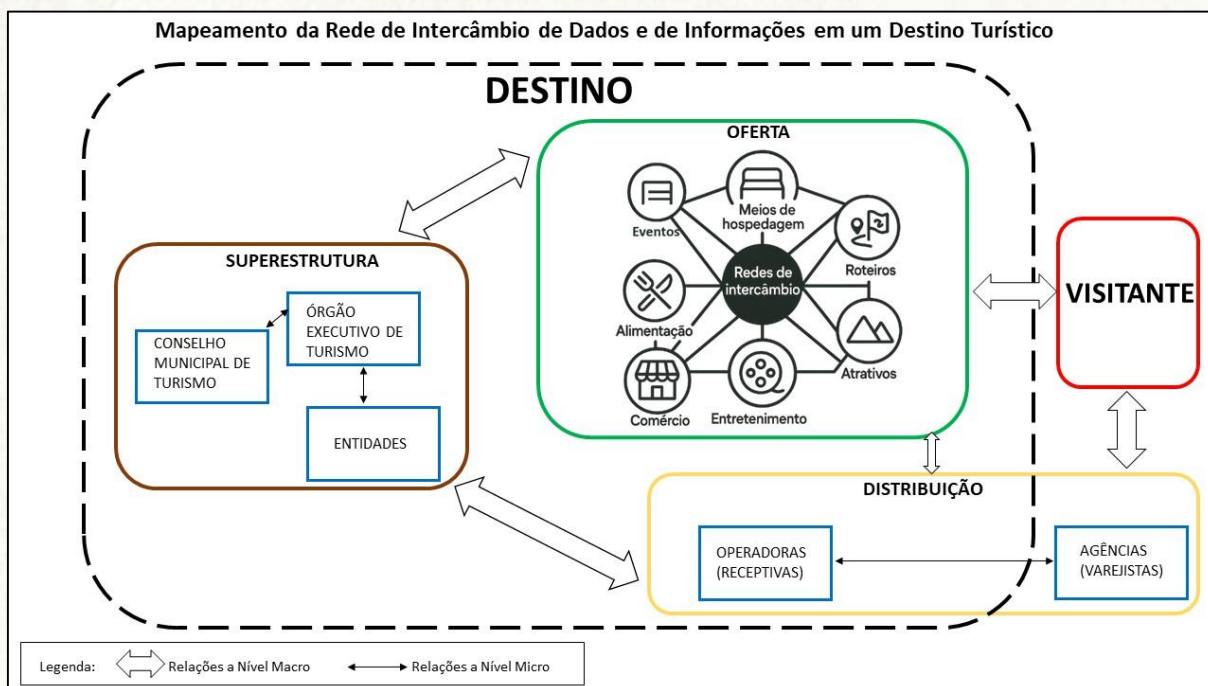
Por se tratar de uma pesquisa em fase inicial e que aborda um assunto com caráter exploratório, definiu-se por considerar nesse momento apenas a realização de pesquisa bibliográfica. O propósito foi identificar os principais elementos, conceitos e situações conectados com o tema. Para isso buscou-se na literatura referenciais que pudessem ser articulados teoricamente suportando a proposição de modelos teóricos preliminares criados para ajudar a responder as questões norteadoras. Diante disso, foram revisados livros, artigos, dissertações e teses que abordavam conceitos de turismo, de gestão de destinos, de gestão do conhecimento em destinos, de redes de trocas de dados e de informações, além de informações e turismo. A partir dessa revisão livre e da articulação dos referenciais selecionados, conceberam-se os modelos teóricos apresentados a seguir.

3. Resultados e Discussões

O ponto de partida para a proposição dos modelos teóricos foi a escolha do Sistema Turístico – SISTUR de Beni (2007) como referência base. A partir dos seus componentes e relações passou-se a refletir como as questões norteadoras se relacionavam com esse modelo, considerando também outros autores que abordaram o assunto das redes de intercâmbio de dados e de informações no turismo, como Floriani (2007) e Rocha (2022).

Com isso foi possível estabelecer uma primeira proposta de representação gráfica (figura 3), focada no mapeamento da rede de intercâmbio de dados e de informações nos destinos, ou seja, compreendendo a seção “Fornecedores” do modelo de Ramos *et. al.* (2008). O foco dessa etapa consistiu em conceber uma forma de identificar os principais atores envolvidos, suas vinculações mais gerais e relações.

Figura 3 – Proposta de Processo de Mapeamento da Rede de Intercâmbio de Dados e de Informações em um Destino Turístico



Fonte: Elaborado pelos autores com apoio do site ChatGPT.

Analisando a figura, é possível verificar inicialmente a dimensão macro, o Destino, formada pelo encaixe de três grandes blocos baseados no SISTUR: Superestrutura, Oferta e Distribuição. Os dois primeiros são mais vinculados ao destino, enquanto a distribuição situa-se em uma posição intermediária entre os seus ambientes interno e externo. Como elemento externo, porém fundamental às dinâmicas do sistema, está o visitante conectado diretamente com a oferta e a distribuição.

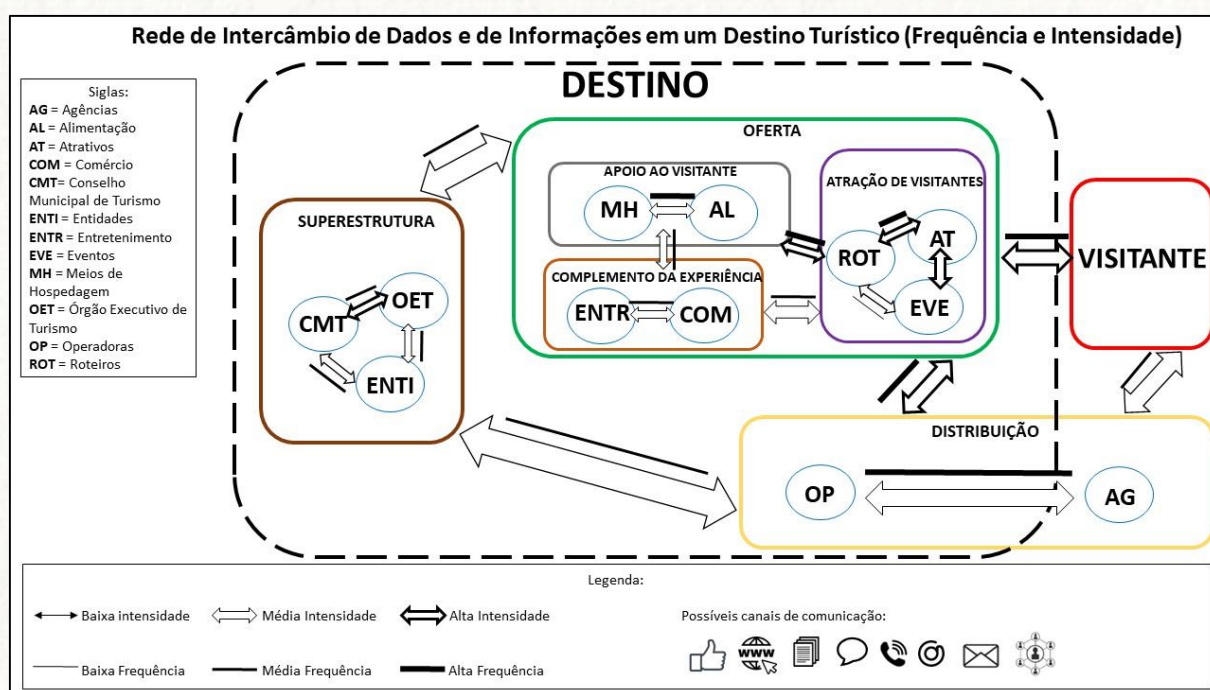
Nessa proposta a Superestrutura é composta pelo Órgão Executivo de Turismo (figura central do Poder Público, responsável pela articulação com as demais instituições públicas, setor e comunidade); o Conselho Municipal de Turismo (abrangendo representantes do setor e da comunidade) e as Entidades (que representam grupos de interesse da sociedade). Por sua vez, a Oferta seria o conjunto de recursos, bens e serviços relacionados a fruição do destino pelo visitante, sendo formada por atrativos, roteiros, eventos, alimentação, meios de hospedagem, comércio e entretenimento. Já a Distribuição abrange Operadoras Receptivas (que estão totalmente posicionadas no destino e organizam propostas de integração de serviços a exemplo de pacotes) e Agências Emissivas (posicionadas externamente ao destino repassando esses produtos compostos ao cliente final, o visitante).

Esta divisão com orientação espacial mostra uma maior proximidade entre a Oferta (ligadas às práticas turísticas) e a Distribuição (contemplando as atividades que os visitantes realizam para se deslocar ao destino). Nesse quadro, a Superestrutura aparece como articuladora

do sistema, sendo responsável pelo planejamento, organização e coordenação do setor em um destino e, desse modo, um elemento chave do processo de intercâmbio de dados e de informações. Também se identifica nesse modelo que a Oferta é o bloco de maior complexidade e variabilidade de relações e de fluxos de informações do sistema, enquanto a Distribuição aparece como um canal que conecta a oferta e a demanda (visitante).

Como passo seguinte ao processo de identificação dos atores que constituem a rede, entende-se necessário avaliar como os intercâmbios de dados e de informações ocorrem entre esses atores. Para isso, considerou-se importante caracterizar esses intercâmbios com base nos seguintes critérios: frequência, intensidade e canais utilizados (figura 4).

Figura 4 – Caracterização dos Intercâmbio de Dados e Informações de um Destino Turístico



Fonte: Elaborado pelos autores com apoio do site ChatGPT.

Nessa proposta metodológica para analisar a frequência e a intensidade das relações que ocorrem na rede de intercâmbio de dados e de informações de um destino turístico desdobrou-se o eixo da Oferta em três subdivisões: a) Atração de Visitantes (formada por atrativos, roteiros e eventos); b) Apoio ao Visitante (formada por alimentação e meios de hospedagem); e c) Complemento da Experiência (formada por comércio e entretenimento).

No bloco Atração de Visitantes, os atrativos são o elemento central das relações, possuindo uma maior proximidade com os roteiros pelo fato de serem também de oferta permanente, enquanto os eventos possuem caráter temporário. No bloco Apoio ao Visitante, os meios de hospedagem e os espaços de alimentação possuem proximidade elevada, mas podem assumir relações de parceria e/ou concorrência; sendo que externamente possuem uma ligação

próxima com o visitante pois são recursos básicos da experiência turística. Por fim, o bloco Complemento da Experiência, formado por comércio e entretenimento, possui uma ligação de menor proximidade com o visitante, não se constituindo itens indispensáveis na experiência turística, mesmo frente à sua notória relevância.

No eixo da Distribuição as operadoras e agências possuem uma relação interna de grande proximidade, envolvendo produção e venda de pacotes turísticos. Muitas vezes, porém, passam por conflitos, o que implica em oscilações nos papéis que exercem, podendo se apresentarem com parceiros ou concorrentes que oferecem serviços similares.

Por fim, o eixo da Superestrutura é mais equilibrado que os anteriores nas suas relações internas, apesar da maior proximidade existente entre o Órgão Executivo de Turismo e o Conselho Municipal do Turismo enquanto instância representativa da sociedade integrada ao setor público. As entidades atuam como forças intermediárias desse bloco, sendo externamente mais próximas dos demais blocos. É o grupo cujo posicionamento está mais afastado do visitante pois exerce funções indiretas na experiência turística. Contudo, tem nele a figura central do seu planejamento pois é a demanda que faz toda essa rede de intercâmbio de dados e de informações se movimentar, seja em nível individual ou coletivo.

4. Considerações Finais

Conforme comentado na introdução deste documento, o objetivo deste resumo expandido foi apresentar uma metodologia que permitisse responder as seguintes questões: como podem ser mapeadas as redes de intercâmbio de dados e de informações presentes em destinos turísticos? e, como podem ser caracterizadas as relações e os fluxos estabelecidos entre os atores dessas redes?

A partir dessas questões e mobilizando autores e conceitos associados ao tema, foi possível desenvolver duas representações gráficas com o propósito de subsidiar a realização de estudos empíricos nesse sentido. Adotando-as como referência, esta pesquisa em andamento prosseguirá coletando dados em diferentes destinos para buscar a sua confirmação ou identificar pontos de melhoria. Com isso, espera validar total ou parcialmente esses modelos, avançando nesse tema tão relevante para a gestão de destinos turísticos e para os Observatórios de Turismo presentes neste evento.

Referências

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 12 ed. São Paulo, SP: Editora Senac, 2007.

BRASIL. **Lei nº 14.978**, de 18 de setembro de 2024. Altera as Leis nºs 7.064, de 6 de dezembro de 1982, 7.565, de 19 de dezembro de 1986 (Código Brasileiro de Aeronáutica), 11.771, de 17 de setembro de 2008 (Lei Geral do Turismo), 12.462, de 4 de agosto de 2011, 13.097, de 19 de janeiro de 2015, e 13.146, de 6 de julho de 2015 (Estatuto da Pessoa com Deficiência). Presidência da República Casa Civil, Secretaria Especial para Assuntos Jurídicos, 2025. Disponível em: https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2023/2026/2024/lei/L14978.htm. Acesso em: 01 abr. 2025.

BREGOLIN, Michel. Inteligência territorial em turismo: aplicação do sistema de capitais para análise de observatórios de turismo da Europa e da América Latina. 2018. 330f. Tese (Doutorado) -Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Administração, 2018. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/handle/11338/3766> Acesso em: 05 abr. 2025.

BUHALIS, D. **eTourism: Information Technology for strategic management**. London: Prentice Hall, 2003.

CHATGPT – Disponível em: <https://chatgpt.com/>. Acesso em: 01 abr. 2025.

EMMENDOERFER, M. L.; MEDIOTTE, E. J.; KNUPP, M. E. C. de G.; ALVARES, D. F. O que define um destino turístico? **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 15, n. 4, p. 1064-1084, 2023. <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v15i4p1064>.

FLAGESTAD, A.; HOPE, C. A. Strategic success in winter sports destinations: A sustainable value creation perspective. **Tourism Management**, v. 22, n. 5, p. 445–461, 2001.

FLORIANI, Vivian Mengarda. **Análise do fluxo informacional como subsídio ao processo de tomada de decisões em um órgão municipal de turismo**. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Programa de Pós-Graduação em Ciência da Informação. Florianópolis, p. 199, 2007.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa de Pesquisa Social**. 6ª Ed. São Paulo: Atlas, 2011.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do turismo**. 3 ed. São Paulo: Cengage Learning, 2013.

LEIPER, Neil. **Tourism Systems: an interdisciplinary perspective**. Palmerston North: Department of Management Systems, Massey University, Nova Zelândia, 1990.

MCGEE, J.; PRUSAK, L. **Gerenciamento estratégico da informação**. 10 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1994.

MEDAGLIA, Juliana; ORTEGA, Cristina Dotta. Mediação da Informação em Turismo: um estudo introdutório. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, Ribeirão Preto, Brasil, v. 6, n. 2, p. 126–147, 2015. DOI: [10.11606/issn.2178-2075.v6i2p126-147](https://doi.org/10.11606/issn.2178-2075.v6i2p126-147). Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/89926>. Acesso em: 01 abr. 2025.

MICHELON, Andreza. **O Papel da Comunicação Interorganizacional no desenvolvimento do Cluster Turístico da Serra Gaúcha**. Dissertação. Mestrado em Turismo UCS, 2003.

NUNES, Ubiratã Escobar. **Redes de intercâmbio de dados e informações no setor de turismo de Bento Gonçalves - RS: relações com a colaboração interorganizacional, a gestão do conhecimento e a formação de uma inteligência setorial no destino**. Universidade de Caxias do Sul: Programa de Pós-Graduação em Administração (Projeto de qualificação de mestrado), Caxias do Sul, RS, 2024.

PEREIRA, A.T.F.; KAWATA, R.Y. Influências tecnológicas no setor de agências de viagens. **UNOPAR Científica, Ciências Jurídicas e Empresariais**, Londrina, v. 12, n. 1, p. 77-84, mar. 2011.

RAMOS, C.; RODRIGUES, P. M. M.; PERNA, F. Sistemas de Informação para apoio ao Turismo, o caso dos Dynamic Packaging. **Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação**, Faro, n. 2, p. 25-35, 2008.

ROCHA, J.V.F.B. **Compartilhamento de informações estratégicas entre os atores relacionados com o roteiro turístico Estrada do Imigrante (Caxias do Sul - RS)**. 2022. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharelado em Turismo). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2022. Disponível em: <https://repositorio.ucs.br/xmlui/handle/11338/12249>. Acesso em: 01 abr. 2025.

SHELDON, P. Travel Industry Information Systems. In: WITT, S.; MOUTINHO, L. (eds.). **Tourism Marketing and Management Handbook**. London: Prentice Hall, 1989.