

Observatório de Turismo da UEA e Rede Brasileira de Observatórios de Turismo: Conexão e Colaboração

Julliana Vaz da Cruz¹

Márcia Raquel Cavalcante Guimarães²

Palavras-chave: Observatórios de Turismo. Redes Colaborativas. Gestão de Dados.

1. Introdução

As redes colaborativas têm ganhado destaque como mecanismos estratégicos para a articulação de políticas públicas, inovação metodológica e difusão de conhecimento no campo do turismo. No Brasil, a criação da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) representa um avanço significativo nesse sentido, promovendo a integração de universidades, órgãos governamentais e iniciativas da sociedade civil. O Observatório de Turismo da Universidade do Estado do Amazonas (UEA), ao compor essa rede, tem se consolidado como um agente articulador de informações e práticas voltadas ao monitoramento e ao planejamento turístico regional.

Este ensaio objetiva refletir sobre a experiência do Observatório de Turismo da UEA no contexto da RBOT, destacando sua contribuição às dinâmicas colaborativas no turismo, com ênfase no processo de organização e realização do 8º Encontro da RBOT, em 2024, em Manaus. A discussão é orientada a partir de referenciais teóricos que tratam das redes colaborativas no turismo (BAUMAN, 2004; CASTELLS, 1999; MOLINA; CASTROGIOVANNI, 2021), buscando evidenciar a importância da cooperação

¹ Bacharelanda em Turismo na Universidade do Estado do Amazonas. Estudante de Graduação na Universidade do Estado do Amazonas-UEA. <http://lattes.cnpq.br/7090807475816233>/0009-0002-1169-9868. jullianavaz31@gmail.com.

² Turismóloga, MBA em Marketing, Mestre e Doutora em Turismo e Hotelaria. Professora Adjunta da Universidade do Estado do Amazonas-UEA. <http://lattes.cnpq.br/3690480711773055> /0000-0003-1576-9085. mguimaraes@uea.edu.br

interinstitucional como instrumento de fortalecimento das políticas públicas e da ciência aplicada ao setor.

Nesta próxima seção, serão explorados os aspectos fundamentais que nortearam as ações desenvolvidas pelo Observatório de Turismo da UEA no 8º Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT). O primeiro capítulo aborda o papel estratégico na conexão e a colaboração entre as instituições são destacadas, evidenciando como o trabalho em rede potencializa a geração e a disseminação de informações relevantes para o turismo.

1.2 O Papel do Observatório de Turismo da UEA no Fortalecimento das Políticas Públicas de Turismo no Amazonas

Serão explorados neste capítulo o papel e a relevância do Observatório de Turismo da UEA, bem como sua integração com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT). O objetivo é evidenciar como a colaboração entre essas entidades fortalece a coleta e análise de dados sobre o turismo, impulsionando a criação de políticas públicas informadas e sustentáveis que atendam às necessidades específicas do Amazonas e contribuam para o desenvolvimento do setor em nível nacional, em seguida a pesquisa aborda a jornada e a importância do evento para o setor turístico estratégico nortista.

Para o desenvolvimento de políticas eficazes e o crescimento sustentável do turismo no Amazonas, o Observatório de Turismo da UEA, conhecido como Observatur-UEA, desempenha um papel fundamental. Estruturado como uma rede colaborativa de pesquisadores e representantes de instituições públicas e privadas, ele visa criar uma base robusta de dados que permite o monitoramento contínuo do setor turístico regional, fornecendo informações estratégicas e sistemáticas.

A seguir, é apresentado um trecho que detalha essa função essencial:

O Observatur-UEA é uma instância de pesquisa que tem por finalidade a criação de uma base sólida de informações para o monitoramento estratégico e sistemático da atividade turística no Estado do Amazonas. O Observatur-UEA funciona em forma de Rede constituída por pesquisadores da UEA e representantes de instituições públicas e privadas (Observatórios de turismo - Dados e Fatos, 2017).

Nesse contexto, Bauman (2004) aponta que, diante da fragilidade dos laços sociais contemporâneos, emerge uma busca por formas de pertencimento e segurança coletiva, como

as redes colaborativas, que funcionam como espaços de reconstrução de vínculos e confiança mútua – fundamentais para a cooperação em iniciativas interinstitucionais no campo do turismo. Assim, o Observatur-UEA não apenas coleta e sistematiza dados, mas também se consolida como um espaço simbólico e operacional de confiança entre os diferentes atores envolvidos na governança turística.

A formação dessa rede, ao articular múltiplas instituições e perspectivas, reflete uma resposta à lógica individualizante da modernidade líquida descrita por Bauman. Por meio do compartilhamento de saberes e responsabilidades, o Observatório contribui para o fortalecimento de políticas públicas mais inclusivas, participativas e sintonizadas com as realidades locais. Esse esforço colaborativo confere legitimidade às ações de planejamento e fomenta uma cultura de cooperação que se mostra essencial para o desenvolvimento sustentável do turismo na região amazônica.

1.2 A Criação e Consolidação do Observatório de Turismo da UEA e sua Integração em Rede

Para contextualizar essa colaboração, o próximo texto abordará a criação do Observatório de Turismo da UEA, sua estrutura e a motivação por trás dessa iniciativa. Esse cenário se alinha às diretrizes internacionais da Organização Mundial do Turismo (OMT) e ao Plano Nacional de Turismo, que enfatizam a importância da gestão baseada em dados e do monitoramento contínuo, princípios fundamentais para a promoção de um turismo sustentável. Além disso, segundo o Plano Nacional de Turismo (PNT, 2018–2022), a coleta e sistematização de dados são estratégias essenciais para o fortalecimento do setor em escala regional e nacional.

Segundo Batista (2022), que foi a primeira coordenadora do projeto, afirma que o Observatório surgiu como uma resposta à ausência de informações sistematizadas e atualizadas sobre o turismo no Amazonas. Antes de sua implantação, os dados relacionados à evolução do setor turístico na região eram fragmentados e, em grande parte, inacessíveis. Essa realidade dificultava a elaboração de pesquisas acadêmicas, a definição de políticas públicas estratégicas e a atração de investimentos direcionados ao crescimento do turismo.

Com o objetivo de enfrentar esses desafios, o Observatório foi idealizado como um arranjo institucional inovador, estruturado a partir da criação da Rede de Intercâmbio de

Informação. Essa rede reúne diversas instituições locais, incluindo a Fundação Municipal de Cultura, Turismo e Eventos (MANAUSCULT), a Empresa Estadual de Turismo no Amazonas (AMAZONASTUR) e a Secretaria de Estado de Cultura e Economia Criativa do Amazonas (SEC/AM), entre outras. Por meio dessa colaboração interinstitucional são produzidos e disponibilizados dados e informações que alimentam uma plataforma web de acesso público e gratuito, promovendo a transparência e a democratização do conhecimento sobre o turismo na região (BATISTA, 2022).

Nesse contexto, Castells (1999) destaca que as redes promovem novas formas de organização e produção de conhecimento, baseadas na interconectividade e troca contínua de informações. Essa lógica é evidente na atuação do Observatório, que, ao funcionar como um nó de colaboração entre diferentes setores, fortalece a governança turística regional, amplia a transparência e promove a democratização do conhecimento.

1.3 A Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) e sua Atuação Integrada com o Observatório de Turismo da UEA

E onde surge a integração com a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT)? Criada em 2017, durante o primeiro encontro de observatórios de turismo em Curitiba/PR, a RBOT foi idealizada pelo professor José Manoel Gonçalves Gândara (UFPR), fundador do Observatório do Turismo do Paraná. Seu objetivo é fortalecer o uso de informações estratégicas no planejamento turístico. Mesmo após o falecimento do professor em 2019, seu legado permanece, consolidando a RBOT como referência nacional em turismo sustentável (RBOT Rede, 2023). A RBOT valoriza o alinhamento metodológico e a padronização de dados — aspectos que Carneiro e Fontes (1997) consideram essenciais para políticas públicas eficazes. Com base em informações sólidas, a RBOT contribui para uma gestão mais eficiente e com maiores impactos positivos no setor.

2. Metodologia

A pesquisa foi de natureza exploratória e descritiva, com abordagem qualitativo-quantitativa, fundamentada em conceitos de Laraia (1997) sobre a importância da triangulação de métodos nas ciências sociais. Para identificar e analisar a colaboração entre as

Instituições, utilizou-se a análise documental de materiais promocionais, releases e planos de comunicação, com base na análise de conteúdo de Bardin (2011).

Adotou-se ainda a observação participante nas reuniões de planejamento, segundo Becker (1994), como forma de captar as dinâmicas internas da organização do evento. Durante sua realização, foi aplicada a observação direta, compondo a equipe de comunicação, para registrar as ações e interações comunicacionais, conforme defendido por Oliveira (2000).

Na fase pós-evento, foram analisados dados secundários, como relatórios de engajamento em mídias sociais, cobertura da imprensa e feedback do público, conforme proposição de Vergara (2009). Por fim, sessões de grupo focal com os organizadores e parceiros permitiram avaliar os resultados e extrair lições para futuras ações.

3. Resultados e Discussões

Em 2024, a realização do 8º Encontro RBOT, em Manaus, consolidou a relevância da rede ao reunir mais de 60 observatórios, promovendo mesas-redondas, painéis de pesquisa e articulações políticas com órgãos estaduais e nacionais (RBOT Rede, 2023). O evento destacou-se pela diversidade de especialistas e pela qualidade dos debates, despertando o interesse desta pesquisa ao explorar seus impactos locais e os resultados alcançados. Segundo Kliatchko (2008), a integração de agentes e ferramentas é essencial para o sucesso de iniciativas turísticas, ideia que se alinha aos esforços da RBOT em promover cooperação entre observatórios, pesquisadores, gestores públicos e setor privado.

Para Batista (2022), o Observatório de Turismo da UEA está alinhado às diretrizes da RBOT, contribuindo com a padronização metodológica e a construção de uma base nacional unificada. Essa integração fortalece o planejamento turístico e a formulação de políticas mais eficazes. Em 2024, essa cooperação viabilizou a criação do Observatório de Turismo da Amazônia, fruto da parceria entre a Embratur e o Observatório da UEA. A iniciativa foi formalizada com a assinatura da Carta de Intenções durante a abertura do 8º Encontro da RBOT:

“O brasileiro precisa conhecer a Amazônia”, declarou Fábio Montanheiro, coordenador de Inteligência da Embratur, ao assinar a Carta de Intenções com a UEA (Portal UEA, 2024).

A ação teve ampla repercussão na mídia, por representar uma demanda direta da Presidência da República. Esse impacto demonstra a eficácia da Comunicação Integrada de Marketing (CIM), que, segundo Kunsch (2009), alinha mensagens em diferentes canais para fortalecer a imagem institucional. No evento, a CIM, conforme Kotler et al. (2017), foi aplicada estrategicamente, garantindo uma comunicação clara e consistente, reforçando o alcance e a percepção pública da iniciativa.

A transparência na comunicação, evidenciada pela divulgação de bastidores e pelo reconhecimento das equipes envolvidas, também foi uma estratégia bem-sucedida. Grunig e Hunt (1984) argumentam que a autenticidade e a abertura são essenciais para fortalecer a confiança e o engajamento dos públicos estratégicos. Essa abordagem humanizou o evento, aproximando participantes e organizadores.

O 8º Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) contou com uma estratégia de comunicação integrada de marketing (CIM) eficaz, que utilizou tanto plataformas digitais quanto materiais físicos e visuais para promover o evento. A análise das entrevistas com a equipe de comunicação revelou que o Instagram foi a principal ferramenta de divulgação, com o uso de vídeos e posts que destacavam a cultura amazônica e as informações logísticas do evento. As métricas do Instagram, como o número de curtidas, comentários e o engajamento nas publicações, demonstraram um alto nível de interação do público, especialmente com conteúdos que mesclavam elementos culturais e uma linguagem acessível, utilizando até gírias locais, o que reforçou a identidade regional.

Além disso, materiais físicos como banners, folhetos e postagens em pontos estratégicos da cidade também foram empregados para divulgar o evento, especialmente em locais frequentados pelos participantes. Esses materiais reforçaram as mensagens transmitidas digitalmente e garantiram uma comunicação abrangente.

A combinação dessas estratégias digitais e físicas possibilitou uma comunicação eficaz e multifacetada, que não só divulgou o evento, mas também gerou um alto nível de engajamento e satisfação entre os participantes, evidenciado pelo feedback positivo recebido, tanto nas redes sociais quanto presencialmente durante o evento.

Por fim, a estratégia integrada garantiu que todas as ações de comunicação convergissem para um objetivo comum: destacar o papel do Observatório de Turismo da UEA

como um elo entre academia, governo e sociedade civil, promovendo diálogos e trocas de conhecimentos que ampliaram o alcance e a relevância do encontro.

4. Considerações Finais

O estudo permitiu compreender como as redes colaborativas têm se consolidado como instrumentos fundamentais para a organização, produção e disseminação de informações no campo do turismo. Ao conectar instituições acadêmicas, órgãos públicos e representantes do setor privado, essas redes fortalecem a capacidade de monitoramento e planejamento do turismo em diferentes regiões do Brasil.

A experiência da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo (RBOT) demonstra que a cooperação interinstitucional e a padronização metodológica são estratégias eficazes para gerar dados consistentes, orientar políticas públicas e estimular o desenvolvimento sustentável do setor. Como destacam autores como Castells (1999) e Bauman (2004), essas redes funcionam como estruturas dinâmicas de troca de saberes e articulação coletiva, favorecendo a inovação e a confiança entre os atores envolvidos.

Apesar dos avanços, ainda existem limitações relacionadas à continuidade das parcerias, à heterogeneidade das capacidades locais e à disponibilidade de recursos. Pesquisas futuras podem aprofundar a análise comparativa entre observatórios em diferentes contextos regionais, bem como investigar os impactos concretos da atuação dessas redes na gestão do turismo em escalas municipal, estadual e nacional.

Referências

BATISTA, Selma Paula Maciel et al. **A EXPERIÊNCIA DE IMPLANTAÇÃO DO OBSERVATÓRIO DE TURISMO DA UNIVERSIDADE DO ESTADO DO AMAZONAS**. Turismo: Visão e Ação, v. 24, n. 3, p. 491-511, 2022.

BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: Zahar, 2004.

BECKER, H. S. **Métodos de pesquisa em ciências sociais**. São Paulo: Hucitec, 1994.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 2011.

CARNEIRO, M. J.; FONTES, B. F. **Informação como base para o planejamento do turismo**: diretrizes e propostas. Caderno Virtual de Turismo, v. 1, n. 1, 1997.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

GRUNIG, J. E.; HUNT, T. **Managing public relations**. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.

KLIATCHKO, J. **Revisiting the IMC construct**. International Journal of Advertising, v. 27, n. 1, p. 133–160, 2008.

KOTLER, P. et al. **Administração de marketing: a bíblia do marketing**. 14. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2017.

KUNSCH, M. M. K. **Planejamento de relações públicas na comunicação integrada**. 5. ed. São Paulo: Summus, 2009.

LARAIA, R. B. **Cultura: um conceito antropológico**. 18. ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1997.

MOLINA, F. O.; CASTROGIOVANNI, R. **Redes de colaboração para o desenvolvimento do turismo**. Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, v. 15, n. 2, p. 34–47, 2021.

OLIVEIRA, M. K. **Observação participante: o uso e a experiência na pesquisa educacional**. Cadernos de Pesquisa, São Paulo, n. 111, p. 106–119, nov. 2000.

PNT – **PLANO NACIONAL DE TURISMO 2018–2022**. Mais emprego, renda e inclusão social. Brasília: Ministério do Turismo, 2018. Disponível em: <<https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo/publicacoes>>. Acesso em: mar. 2025.

Observatórios de turismo - Dados e Fatos. Disponível em: <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/estat%C3%ADsticas-e-indicadores/observat%C3%B3rios-de-turismo.html>>. Acesso em: 11 out. 2024.

Rbot Rede. Disponível em: <<https://www.rbotbrasil.com>>. Acesso em: 2 agosto de 2024.

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. 11. ed. São Paulo: Atlas, 2009.