

OBSERVATÓRIO DO TURISMO E BIG DATA: A IMPORTÂNCIA DA INFORMAÇÃO E DA TECNOLOGIA NO DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES E SUSTENTÁVEIS

Giovana Natalie Carvalho Santos

Mestranda pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia-UFU
giovana_natalie@yahoo.com.br

Jaqueline Borges Inácio

Doutoranda pelo Programa de Pós-Graduação em Geografia-UFU
jaquelinebinacio@yahoo.com.br

RESUMO

A geração e gestão da informação são extremamente importantes para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e sustentáveis. Como alternativa propõe-se a instituição de Observatórios de Turismo nas localidades, juntamente ao uso da tecnologia de *Big Data*. Para elaboração desta pesquisa foram realizadas consultas em artigos, cadernos da Fundação Getúlio Vargas, livros, sites, Estatuto da Cidade, Plano Nacional de Turismo, Manuais do Ministério do Turismo. A pesquisa caracteriza-se como descritiva e qualitativa, pois apresenta a importância de estudos aprofundados e constantes sobre o turismo através de núcleos inteligentes que reúnam iniciativa pública, privada, instituições de ensino, associações, sindicatos, comunidade, enfim todos impactados pela atividade turística, para constantes debates a fim de planejar a atividade e desenvolver políticas públicas que beneficiem a todos. Para a realização de planejamentos estratégicos e tomadas de decisões assertivas, é necessário que os destinos sejam munidos de dados e informações constantemente atualizadas e confiáveis, geradas através do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e sustentáveis é necessária a busca de vantagens econômicas aliada à conservação dos patrimônios naturais e culturais, proporcionando qualidade de vida aos residentes e experiências de qualidade aos turistas.

Palavras-chave: Destino Turístico Inteligente; Cidade Inteligente; Turismo Sustentável; Planejamento Turístico; Big Data; Observatório do Turismo.

OBSERVATORIO DEL TURISMO Y BIG DATA: LA IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN Y LA TECNOLOGÍA EN EL DESARROLLO DE DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES Y SOSTENIBLES

RESUMEN

La generación y gestión de la información son muy importantes para el desarrollo de destinos turísticos inteligentes y sostenibles. Como alternativa se propone la institución de Observatorios de Turismo en las localidades, junto al uso de la tecnología de Big Data. Para la elaboración de esta investigación se realizaron consultas en artículos, cuadernos de la Fundación Getúlio Vargas, sitios, libros, Estatuto de la Ciudad, Plan Nacional de Turismo, Manuales del Ministerio de Turismo. La investigación se caracteriza como descriptiva y cualitativa, pues presenta la importancia de estudios en profundidad y constantes sobre el turismo a través de núcleos inteligentes que reúnan iniciativa pública, privada, instituciones de enseñanza, asociaciones, sindicatos, comunidad, en fin todos impactados por la actividad turística, para constantes debates para planificar la actividad y desarrollar políticas públicas que beneficien a todos. Para la realización de planeamientos estratégicos y tomas de decisiones asertivas, es necesario que los destinos estén provistos de datos e informaciones constantemente actualizadas y confiables, generadas a través del uso de las Tecnologías de Información y Comunicación (TICs). Para el desarrollo de destinos turísticos inteligentes y sostenibles es necesaria la búsqueda de ventajas económicas

aliada a la conservación de los patrimonios naturales y culturales, proporcionando calidad de vida a los residentes y experiencias de calidad a los turistas.

Palabras Clave: Destino Turístico Inteligente; Ciudad Inteligente; Turismo Sostenible; Planificación Turística; Big Data; Observatorio del Turismo.

INTRODUÇÃO

O turismo possui uma poderosa força econômica e transformadora. Segundo dados da Organização Mundial do Turismo (OMT, 2017) um em cada dez postos de trabalho no mundo são relacionados ao turismo. Além disso, a atividade turística é responsável por 10% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial.

Apesar de sua grande relevância para o desenvolvimento das economias, gerando emprego e receitas, sem planejamento estratégico e sistemático, o turismo pode gerar diversos impactos negativos ao destino, comprometendo a qualidade e sustentabilidade do mesmo.

Ao se ultrapassar a capacidade de carga de uma localidade, com fluxos intensos e desordenados de visitantes, a atividade turística passa a provocar efeitos negativos ao meio ambiente, como, destruição da cobertura vegetal, ameaça de extinção a espécies da fauna e da flora, poluição sonora, atmosférica, visual, contaminação das águas (RUSHMANN, 1997).

Além dos impactos à natureza, o turismo pode gerar inflação, especulação imobiliária, concentração dos lucros nas mãos de poucos, causar conflitos entre turistas e comunidade receptora, estimular hábitos de consumo desconhecidos ou inacessíveis à população, levar ao aumento da prostituição, da criminalidade, vulgarização das manifestações tradicionais, descaracterização do artesanato, destruição do patrimônio histórico (RUSHMANN, 1997).

Para que o turismo se desenvolva de forma equilibrada e sustentável, beneficiando tanto turistas como comunidade receptora, é fundamental que haja planejamento. Ruchmann (1997) define planejamento turístico como o ato de “ordenar as ações do homem sobre o território e ocupa-se em direcionar a construção de equipamentos e facilidades de forma adequada evitando, dessa forma, os efeitos negativos nos recursos, que os destroem ou reduzem sua atratividade.” Considerando a problemática apresentada, torna-se necessário conceituar os termos, Destino Turístico Inteligente, Cidade Inteligente, Observatório do Turismo e Big Data, como abordagem inicial, a fim de compreender a importância da criação de núcleos especializados no estudo do turismo e do uso de tecnologias no planejamento sustentável do turismo.

Valls (2006) define Destino Turístico como:

[...] espaço geográfico determinado, com características de clima, raízes, infra-estruturas e serviços próprios; com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planejamento; que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atrativos disponíveis; dotado de uma marca e que se comercializa tendo em conta seu caráter integral. (VALLS, 2006, p.16).

O “espaço geográfico” ao qual o autor se refere pode ser um país, região ou estado, cidade ou lugar. E para que esse destino turístico alcance a excelência se faz necessário a oferta de atrativos e recursos autênticos, de qualidade e diferenciados através de uma adequada estruturação, coordenação e cooperação entre os agentes turísticos (TAMMA, 2000 apud VALLS, 2006).

Um Destino Turístico Inteligente (DTI) é um espaço inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de ponta que garanta o desenvolvimento sustentável do destino. É um território comprometido com fatores ambientais, culturais e socioeconômicos, dotado de um sistema de inteligência que capture a informação de forma procedimental, analisando e compreendendo os acontecimentos em tempo real, a fim de facilitar a interação do visitante com o entorno e a tomada de decisões pelos gestores do destino, aumentando sua eficiência e melhorando substancialmente a qualidade das experiências turísticas e a qualidade de vida dos residentes (Subcomitê de Normalização dos Destinos Turísticos Inteligentes – AENOR, 2013 apud MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

O Destino Turístico Inteligente combina conceitos de sustentabilidade, acessibilidade, conhecimento e inovação tecnológica, fornecendo inteligência às infraestruturas do destino, fomentando o

desenvolvimento eficiente e sustentável, e melhorando a qualidade de vida dos residentes, que são requisitos básicos de uma cidade inteligente (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

Segundo Camargo (2014, p.8-11) “cidades inteligentes são, por definição, sustentáveis e racionais. A cidade inteligente deve oferecer uma forte concentração de serviços e talentos.” Uma cidade inteligente precisa ser criativa, sustentável e inclusiva. Também tem por finalidade, aproximar pessoas, conhecimentos, energias e recursos em favor do desenvolvimento e da melhoria da qualidade de vida das pessoas. Iniciativas como essas têm ocorrido em todo o mundo, seja através da inovação tecnológica, do desenvolvimento de políticas públicas que sejam mais inclusivas, das produções mais sustentáveis e da proteção do meio ambiente.

Para Costa (2014, p. 68) “cidades inteligentes são uma convergência entre os aspectos humanos, econômicos e tecnológicos.” Neste sentido, as tecnologias possuem um papel fundamental na elaboração de planejamentos estratégicos mais eficientes, como na oferta de serviços de qualidade à população. As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) viabilizam o desenvolvimento turístico das cidades inteligentes, que são projetadas a partir da interação entre os setores da economia, da política e da cultura, os quais precisam assumir a responsabilidade no planejamento participativo das cidades.

Meneghel eTomazzoni (2012) afirmam que:

O sucesso da implementação de propostas de desenvolvimento do turismo depende da consistência, da clareza e da eficácia da comunicação entre os atores e as comunidades responsáveis pelo setor, visando à sua participação e ao seu comprometimento com as decisões e realizações (MENEHHEL e TOMAZZONI, 2012, p.246).

Partindo-se desse princípio o Observatório de Turismo surge como um facilitador da interação entre os diversos atores envolvidos e impactados pelo turismo. Segundo Franch e Contreras (2013) o Observatório do Turismo, é considerado uma ferramenta de inteligência, constituindo-se de um núcleo de estudos e pesquisas sobre o turismo, que acompanha e analisa sistematicamente o setor. É uma ferramenta de gestão a qual gera e concentra informações científicas e estatísticas, que auxiliam na realização de diagnósticos e prognósticos, na elaboração de planejamentos e planos de ação, tornando-se a principal fonte de dados oficiais turísticos sobre o destino. Contudo, apesar da grande necessidade de dados, muitos municípios se deparam com a escassez de órgãos como esses. Neste sentido, este trabalho se propõe a explicitar a importância da criação de núcleos de estudo especializados unidos à utilização do *BIG DATA* para o desenvolvimento de Destinos Turísticos Inteligentes e Sustentáveis.

Para elaboração deste trabalho foram realizadas pesquisas bibliográficas em artigos, cadernos da Fundação Getúlio Vargas, sites, livros, acesso a documentos oficiais como: Estatuto da Cidade, Plano Nacional de Turismo, Manuais do Ministério do Turismo. Desse modo, utilizou-se aporte teórico cuja abordagem está pautada nos temas: “Turismo sustentável”, “Destinos Turísticos Inteligentes”, “Cidades inteligentes”, “*Big Data*”, “Observatório do Turismo” como importantes ferramentas para a melhoria do planejamento turístico.

A pesquisa caracteriza-se como descritiva e qualitativa, uma vez que apresenta a importância de estudos aprofundados e constantes sobre o turismo; como também a relevância da criação de núcleos responsáveis pela gestão da informação através de parceria público-privada e ampla participação da sociedade. Além disso, enfatiza-se a relevância do uso de ferramentas inteligentes no armazenamento e análise de dados e divulgação de todo o conteúdo produzido à sociedade, com objetivo de promover o turismo sustentável nos destinos.

TURISMO E SUSTENTABILIDADE

A atividade turística contribui diretamente para o desenvolvimento sustentável, influencia na inclusão social, na geração de renda, e sob essa perspectiva, a OMT declarou 2017 como o Ano Internacional do Turismo Sustentável. O intuito é ampliar a conscientização e compreensão da importância do turismo para o compartilhamento cultural, fortalecimento da paz no mundo, redução das desigualdades, conservação dos patrimônios naturais e culturais, geração de empregos e distribuição de riquezas. A organização pretende assim incentivar a adoção de políticas públicas que promovam o desenvolvimento sustentável (UNESCO, 2017).

Conforme documento de 2003 a OMT define turismo sustentável como “aquele que atende às necessidades dos turistas de hoje e das regiões receptoras, ao mesmo tempo em que protege e amplia as oportunidades para o futuro.” Segundo Beni (2003, p.2) “a sustentabilidade é um conceito que envolve o longo prazo, que gera valor agregado por meio de lei de otimização e não da maximização da renda assegurando a inclusão e a coesão social e política num processo de desenvolvimento integrado e integral”.

O desenvolvimento sustentável do turismo exige a formulação de políticas e planejamento integrados que criem benefícios socioeconômicos para toda a comunidade, ao mesmo tempo em que preza pela proteção do meio natural e cultural do destino (SILVEIRA, 2002). Deve ter como premissa o planejamento participativo, permitindo a contribuição e o aprendizado social. As políticas públicas baseadas na interdependência da “eficiência econômica, equidade social e prudência ecológica” precisam incluir o cidadão desde a elaboração até a execução (SACHS apud BENI, 2003, p. 4).

O turismo sustentável deve prezar pela conservação dos recursos naturais; reduzir consumos insustentáveis, poluição e desperdícios; respeitar as culturas locais; permitir a participação da comunidade na administração do turismo, maximizando os benefícios para a mesma; além disso, deve ser informativo e educativo, conscientizando mercado, governo, população e turistas sobre assuntos ambientais, culturais e sociais (WWF, 2004).

O desenvolvimento sustentável do turismo deve contribuir para a sustentabilidade ambiental, econômica e sociocultural das regiões, a fim de aumentar a qualidade de vida da população local, melhorar a experiência do visitante e proteger a qualidade do meio ambiente. Neste sentido é preciso analisar a sustentabilidade sob diferentes óticas: a ótica do empresário local que requer modelos de economia sustentáveis; a ótica cultural que precisa criar novas estratégias que facilitem a imersão do turista nas tradições e na história de cada região sem afetá-las negativamente; e a ótica social do residente, que se não perceber que o turismo lhe beneficia, invariavelmente se posicionará contra (MUÑOZ; SÁNCHEZ, 2013).

Infelizmente a maioria dos destinos planeja o turismo voltado para os interesses econômicos, de curto prazo, e não se atém para o fato de que a atividade turística pode provocar sérios danos à comunidade receptora, e essa atividade desordenada pode trazer sérios riscos ao meio ambiente, impactando diretamente na economia do local. Por isso o planejamento turístico deve ser promovido no sentido de melhorar as infraestruturas e serviços tanto para o turista como para seus habitantes, proporcionando qualidade de vida para todos (SILVEIRA, 2002). Nesse contexto, o desenvolvimento do turismo tem se tornado um dos grandes desafios dos gestores públicos, que precisam ordenar a atividade a fim de que causem o mínimo possível de interferência danosa no meio natural e sociocultural.

POLÍTICAS PÚBLICAS PARA O TURISMO

O Brasil, país de grande interesse turístico devido a sua riqueza cultural e paisagística, necessita de intervenção pública para ordenamento, incentivo e controle do turismo. Cabe à gestão pública a elaboração de políticas que norteiem a gestão e o planejamento tanto público como privado. São também atribuição dos governos o fomento da atividade através de captação e estímulo a investimentos, incentivo à capacitação dos profissionais do ramo, promoção do destino, viabilização de infraestrutura básica, disponibilização de dados e informações sobre o setor. Para viabilização dessas ações, estratégias como, parcerias com o setor privado, terceiro setor, universidades e comunidade podem ser uma boa alternativa, uma vez que o Estado sofre frequentemente com a escassez de recursos (WWF, 2004).

Apesar da primeira Política Nacional de Turismo brasileira ter sido criada em 1966, considera-se a mais relevante datada de 1991 devido à maior autonomia advinda da Constituição de 1988. Nessa época, aliado ao aumento da importância do turismo na esfera econômica, há uma intensificação na discussão sobre o turismo sustentável, e a importância de se atentar aos impactos ambientais e sociais. Destacam-se através da trajetória de políticas públicas para o turismo programas como: Programa Nacional de Municipalização do Turismo, em 1994 e o Programa Nacional de Regionalização do Turismo, 2004.

Como premissas dessas políticas ressalta-se a importância do planejamento inclusivo, com participação social no desenvolvimento de políticas mais democráticas, e a descentralização do poder e da gestão, repassando aos estados e municípios a responsabilidade de fomentar o turismo em suas localidades. Essa tendência é observada até os dias atuais, incentivando assim, que cada destino ordene sua atividade conforme suas demandas e potencialidades (BONETTI; CANDIOTTO, 2015).

O governo recomenda amplamente a integração democrática de todos os entes envolvidos direta e indiretamente com a atividade turística, promovendo um ambiente participativo e cooperativo entre poder público, iniciativa privada, comunidade e terceiro setor. Ele parte do pressuposto que a criação de políticas juntamente com a sociedade gera maior sentimento de orgulho, pertencimento, cidadania e mais autoestima aos cidadãos. No intuito de consolidar a gestão participativa nos municípios, a formação de redes e parcerias, foram criados os Conselhos Municipais de Turismo, que baseados nos princípios de horizontalidade, respeito e cooperação, promovem reuniões e debates sobre o cenário turístico, propondo ações a serem implementadas. Iniciativas como essas permitem o fortalecimento das relações, troca de experiências e informações, e mais democracia nas tomadas de decisões do poder público. Podem integrar esses conselhos: sindicatos, igrejas, universidades, empresários, instituições públicas, associações de moradores, e quaisquer pessoas ou entidades que se interessem pela promoção da atividade turística (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2007).

O modelo de gestão descentralizada promovido pelo Ministério do Turismo permite que cada município adeque sua forma de gerir o turismo de acordo com suas especificidades. O objetivo é que cada localidade seja responsável pelo seu desenvolvimento, gerando postos de trabalho, riquezas, distribuição de renda e inclusão social. No intuito de fomentar o turismo, os principais objetivos do governo federal fundamentam-se na promoção da sustentabilidade, geração de empregos, inclusão social, ênfase na gestão descentralizada, ampla participação social, protagonismo da cadeia produtiva nos processos de gestão pública, investimento em novas tecnologias e inovação para aumento da competitividade.

Além disso, destaca-se a relevância da realização de estudos que subsidiem as tomadas de decisões; pesquisas sobre a oferta e demanda turística, a satisfação dos visitantes, sobre oportunidades de investimentos e financiamentos, e impactos gerados pelo turismo; identificação de atuais e potenciais produtos e roteiros turísticos. Esse levantamento de dados é fundamental também para produção de material institucional, criação de banco de imagens e vídeos, e realização de ações promocionais, como confecção de *banners*, folhetos, guias, manuais, revistas, postais, vídeos, revistas, sacolas, entre outros (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2013).

Ainda, segundo o Ministério do Turismo (2013), a comunicação das informações produzidas é imprescindível para informação e motivação de todos os envolvidos na cadeia turística, contribuindo para a gestão do conhecimento e consolidação do destino. É também essencial para o aumento da eficiência na gestão, o acompanhamento e avaliação constante dos resultados das ações implementadas, permitindo a realização de ajustes, gerando assim maior controle sobre as metas estabelecidas.

O Estatuto da Cidade, sancionado pela lei nº 10.257 de 10 de julho de 2001, que “estabelece normas que regulam o uso da propriedade urbana em prol do bem coletivo, da segurança e do bem-estar dos cidadãos, bem como do equilíbrio ambiental”, cita termos como cidade sustentável, gestão democrática, participação da população, planejamento do desenvolvimento das cidades, ordenação e controle do uso do solo, proteção e preservação do meio ambiente; os quais possuem estreita relação com o desenvolvimento do turismo sustentável.

Como já discutido, uma atividade turística sustentável baseia-se em planejamentos participativos e inclusivos, que promovam o ordenamento da cidade como um todo, atentando-se não somente à esfera econômica como também presando pela conservação do meio ambiente. Sob essa perspectiva observa-se a preocupação com o desenvolvimento de políticas que fomentem o bem estar e inclusão social através do planejamento juntamente com a sociedade. Dentre os instrumentos mencionados no Estatuto para o planejamento municipal está o Plano Diretor. Esse instituído para planejar as cidades, orientar as expansões urbanas, disciplinando o uso do solo e estabelecendo diretrizes para o desenvolvimento.

Obrigatório para as cidades com mais de vinte mil habitantes, como também para aquelas que possuem áreas de especial interesse turístico, deve ser aprovado pela Câmara Municipal e revisto pelo menos a cada dez anos. Trata-se de um importante instrumento tanto para a comunidade residente como para a promoção do turismo sustentável. Preza pela qualidade do meio ambiente, preservação de mananciais, orlas marítimas, vegetação, patrimônio histórico e cultural, fiscalização de produtos e serviços, influenciando diretamente na oferta de atrativos de qualidade pela localidade. Contudo, se não for devidamente implantado e fiscalizado conforme propõe pode representar o colapso do destino.

Através dos princípios mencionados no plano diretor é possível perceber a estreita relação entre políticas feitas para a comunidade e para o turismo. Ações como preservação de patrimônios ambientais, culturais, históricos, arqueológicos e paisagísticos são de extrema importância tanto para que se mantenha a identidade de um lugar, suas características, seus recursos hídricos e biodiversidade, como para a oferta de atrativos que fomentem o turismo. O mesmo se aplica às infraestruturas que são essenciais tanto para a população residente como para seus visitantes. É também mencionada a participação da sociedade nas tomadas de decisões, salientando, portanto, a relevância da inclusão social nos atos públicos.

CIDADES E DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

A fim de estudar a evolução do crescimento das cidades, a Universidade da Pensilvânia começou em 1998 o estudo "*Project Cities*", atualmente coordenado pela Fundação Metrôpole, que possui como objetivo monitorar as experiências urbanas de 20 cidades inovadoras. Este projeto batizou com o nome "*Smart Places*", traduzindo "Lugares Inteligentes", as cidades inovadoras, que com base no uso intensivo da tecnologia, são capazes de encontrar um equilíbrio entre os aspectos de competitividade econômica, coesão e desenvolvimento social, e sustentabilidade ambiental e cultural (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

A Cidade Inteligente (*Smart City*) é uma cidade cujo planejamento e o desenvolvimento ocorre por meio das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o que propõe solucionar de maneira inteligente os problemas que ocorrem nas cidades a fim de melhorar a qualidade de vida da população.

Segundo Costa (2014):

As *Smart Cities* ou Cidades Inteligentes partem do pressuposto de que a tecnologia é imprescindível para a modernização das cidades, e essa urbanização informatizada permite uma otimização dos resultados. Vale lembrar que cidades inteligentes não baseiam-se apenas no uso da tecnologia como também em gestores eficientes, infraestrutura, capital humano, visando o desenvolvimento sustentável dos municípios (COSTA, 2014, p.69).

Além disso, as cidades inteligentes precisam ser inclusivas, é necessário que a sociedade participe da tomada de decisões no momento da implementação de recursos tecnológicos, bem como, colaborar com o planejamento urbano dos municípios. A participação da sociedade deve ser efetiva e precisa abranger todas as classes sociais, além dos profissionais especializados na área de planejamento urbano e gestão. Também se faz necessário a integração de profissionais de diversas áreas de atuação tais como: geógrafos, engenheiros, sociólogos, arquitetos, historiadores, turismólogos, professores, gestores públicos e privados, entre outros.

Segundo o índice *Cities in Motion* (CIMI), do *IESE Business School*, existem dez indicadores de uma cidade inteligente. Segue abaixo:

- **Investimento em capital humano:** produção cultural, índices de escolaridade da população e pesquisas científicas, por exemplo;
- **Coesão social:** qualidade do sistema de saúde, imigração, segurança, inclusão social, políticas de amparo à terceira idade, etc.;
- **Economia:** incentivo à inovação, economia local e demais propostas para o desenvolvimento econômico;
- **Eficiência da gestão pública:** implementação de novos modelos de gestão e administração;
- **Governança:** refere-se principalmente aos níveis de participação da população nos processos da cidade;
- **Mobilidade e transporte:** facilidade de acesso aos serviços públicos e transporte dentro das cidades;
- **Meio ambiente:** suporte às fontes de energia alternativas, gestão da água, combate à poluição e demais políticas de sustentabilidade;
- **Planejamento urbano:** planos de desenvolvimento que foquem em cidades compactas, acessíveis e interconectadas;
- **Conexões internacionais:** reconhecimento internacional, incentivo ao turismo e aos investimentos externos;

- **Tecnologia:** implementação e desenvolvimento de sistemas de informação e comunicação bem estruturados.

Segundo Reis (2016), o conceito de cidade inteligente consiste no desenvolvimento de espaços urbanos que, por meio da tecnologia da informação e da implementação de soluções tecnológicas, propiciam uma gestão mais eficiente dos aspectos econômicos, sociais e ambientais (Figura 1).

Figura 1: Organização de uma cidade inteligente



Fonte: Google imagens, 2011.

As cidades inteligentes integram questões ligadas a infraestrutura e aos sistemas de informação, incentivando o desenvolvimento econômico, o aumento da qualidade de vida e uma maior participação da população no planejamento da cidade. Cada vez mais as pessoas, trabalham e administram serviços de suas casas, com a finalidade de melhorar a qualidade de vida e o ambiente de trabalho (CASTELLS, 1999, p.487).

As cidades inteligentes precisam de pessoas inteligentes para que de fato elas sejam voltadas para todos os cidadãos, pois, é necessário pensar nas ações e estratégias para que se tornem mais integradas e humanizadas. Integradas no sentido de interligar os diversos serviços públicos (saúde, educação, transporte, segurança), as atividades de turismo, lazer, entretenimento, os quais se tornem acessíveis a todas as classes sociais e faixas etárias. Mas, para que essa integração e inclusão ocorra é necessário que as cidades estejam conectadas em redes de comunicação e tecnologias da informação.

A sociedade do conhecimento tem gerado profundas transformações nos hábitos sociais, culturais e econômicos e com o turismo não é diferente. Na última década houve mudanças significativas nos hábitos de consumo dos viajantes: na forma de buscar informação, de comprar, de viajar, de visitar lugares, etc. Como resultado a indústria turística está evoluindo no sentido de conceber novos modelos de serviços e produtos turísticos integrais mais flexíveis e individualizados (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

O desafio do setor turístico consiste em integrar os avanços das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTIC) em um destino para dotá-lo de inteligência e disponibilizar sistemas de mobilidade ao visitante, que facilitem a geração de autênticas experiências. As NTIC constituem a peça chave, tornando-se o motor do município turístico quando se manifestar a necessidade de se projetar novos modelos de destinos turísticos e de reinventar destinos já maduros (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

Para Muñoz e Sanchez (2013) a intenção de se tornar um destino inteligente envolve a revalorização do destino através da inovação e da tecnologia, permitindo não só um melhor aproveitamento de seus recursos turísticos como também a identificação e criação de outros; melhoria na eficiência dos processos de produção e comercialização e o uso de fontes de energia renováveis. O valor agregado que afirma um destino turístico como inteligente é a consideração do turista como centro, eixo do

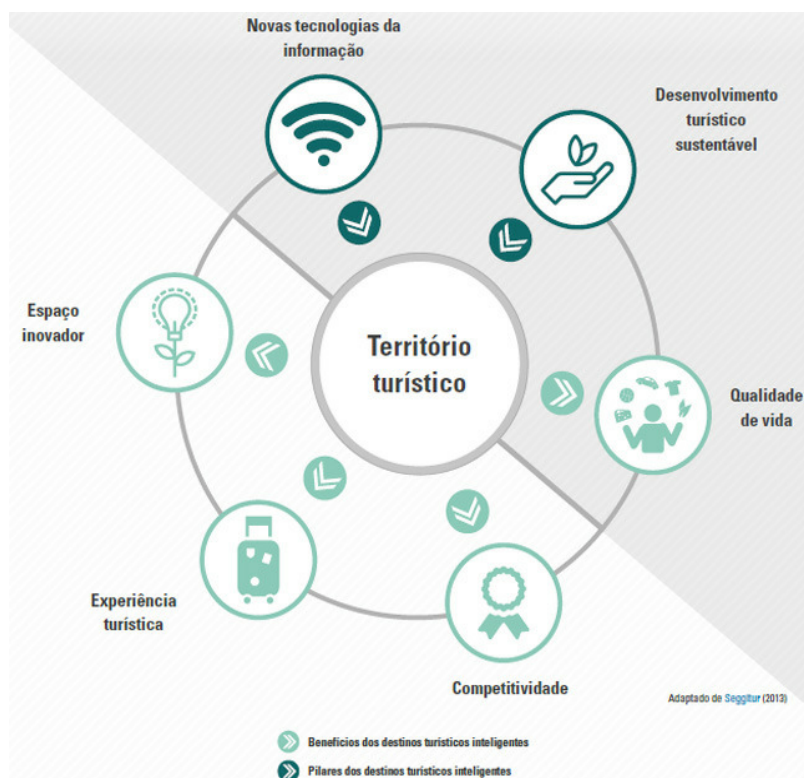
desenvolvimento, facilitando assim a geração de sistemas inteligentes que orientem para uma melhoria da integração e interação com o destino (antes, durante e após a viagem), e a criação de elementos que facilitem a interpretação do entorno, agilizando a tomada de decisão e aumentando a qualidade da experiência. Para isso é necessária a colaboração e aliança pública-privada.

"O conceito de destinos turísticos inteligentes surgiu em 2012 na região da Catalunha, comunidade autônoma da Espanha." (SEBRAE, 2016). As principais características dos destinos inteligentes são:

- Possuem espaço turístico inovador.
- Dispõem de tecnologia de ponta.
- Valorizam o capital humano.
- São focados no desenvolvimento sustentável.
- Sabem gerir os recursos de forma eficiente.
- Garantem maior competitividade ao setor.
- Possibilitam experiências de qualidade aos turistas.
- São integrados e interativos.
- Oferecem acessibilidade.

O conceito de excelência nos destinos turísticos faz referência à qualidade integral do destino turístico, considerando a qualidade de vida dos residentes; a inserção de tecnologias para oferta de um ambiente inovador e aumento da competitividade; ênfase no serviço de atendimento ao cliente e na análise de sua opinião, a fim de proporcionar uma experiência turística memorável e foco na sustentabilidade (Figura 2).

Figura 2: Destino Turístico Inteligente



Fonte: SEBRAE, 2016.

Muñoz e Sánchez (2013) citam algumas diferenças entre "Cidade Inteligente" e "Destino Turístico Inteligente". Dentre elas as diferenças chave são: um Destino Turístico Inteligente é impulsionado pelo setor turístico, seu público alvo são os turistas (mesmo que em consequência os residentes sejam também beneficiados), os limites geográficos podem ou não coincidir com os do município, além disso, a interação com o destino turístico vai além da própria instância da cidade, ela começa antes que o visitante chegue ao destino, continua durante sua estada e se estende após sua partida. Já as cidades

inteligentes diferem por possuir limites geográficos bem definidos, seu público alvo são os cidadãos, e são orientadas a melhorar a governabilidade da cidade e a qualidade de vida de seus residentes.

Para Valls (2006) para se promover um destino turístico é necessário considerar e respeitar a realidade econômica, cultural, social e relacional dos habitantes do destino, envolvendo a sociedade em geral. Os residentes são os principais interessados e afetados pelas vantagens e malefícios advindos da atividade turística. Dessa forma, o não envolvimento da população no planejamento do turismo poderá criar barreiras intransponíveis, desencadeando conflitos entre autóctones e visitantes.

A IMPORTÂNCIA DOS OBSERVATÓRIOS DE TURISMO E O USO DO *BIG DATA*

De acordo com Mário Beni (2003) apesar do turismo se destacar como ciência humana e social, a esfera econômica é a que possui mais destaque devido aos seus efeitos, por isso o turismo necessita ser estudado de forma mais aprofundada sendo imprescindível uma maior e melhor disponibilização de dados estatísticos para pesquisas.

Em um cenário de crescente competição entre os destinos turísticos, a informação torna-se uma questão urgente. Os órgãos responsáveis pela gestão do turismo devem dotar-se de ferramentas para monitorar a atividade turística em seus territórios e fornecer informações oportunas e confiáveis sobre sua evolução, tendências, dinâmica e posição no mercado (DINIS; CORREIA; MILHEIRO, 2011).

Os impactos gerados pela atividade turística manifestam-se basicamente a um nível regional e local, conseqüentemente, a gestão dos recursos, infraestruturas e equipamentos devem também ser geridos a esse nível. Por isso a importância de se monitorar o turismo nos destinos e criar políticas que norteiam ações estratégicas embasadas em informações consistentes. O aumento da importância do turismo aliado à tendência de maior atuação dos municípios na gestão do turismo exige que os destinos estabeleçam processos estruturados de coleta e disponibilização de informações sobre o turismo local, e os Observatórios de Turismo constituem poderosa ferramenta para tais fins (BRANDÃO; COSTA, 2008).

Aliada a essa necessidade de informação para atuação do poder público, há também essa demanda de dados pela iniciativa privada, que carece de dados que embasem as tomadas de decisão. Ademais, muitas vezes as informações disponíveis encontram-se dispersas, com fontes diversas, que não interagem entre si (FRANCH; CONTRERAS, 2013).

A necessidade de equipar os intervenientes do setor turístico com instrumentos que os ajudem a fundamentar suas decisões é crucial. Como forma de suprimir essa falta de informações estatísticas foram criados os Observatórios de Turismo ao redor do mundo. O objetivo principal dos observatórios é a criação de um instrumento que produza e congregue informações sobre o setor de turismo, que poderá ser útil nos processos de tomada de decisão e gestão tanto das entidades públicas como privadas, superando as lacunas detectadas e espalhando as estatísticas do turismo a todas as partes interessadas. Geralmente, a iniciativa de criar os observatórios é associada a uma entidade pública, mas seu sucesso e viabilidade dependem do esforço colaborativo dos vários intervenientes do setor (DINIS; CORREIA; MILHEIRO, 2011).

Morella (2006) destaca as principais funções da organização responsável por gerenciar o destino, seja ela pública ou privada: facilitar a transmissão das informações entre os diversos atores do ramo de turismo, monitorar o fluxo turístico, desenvolver campanhas de *marketing* e publicidade, realizar *benchmarking* dos concorrentes, apoiar a cooperação entre os destinos e intermediários, e promover a produção e publicação de estudos e informações relevantes para empresas privadas.

Segundo Meneghel e Tomazzoni (2012):

O sucesso da implementação de propostas de desenvolvimento do turismo depende da consistência, da clareza e da eficácia da comunicação entre os atores e as comunidades responsáveis pelo setor, visando à sua participação e ao seu comprometimento com as decisões e realizações. (MENEGHEL; TOMAZZONI, 2012, p.246).

Os autores citam o Observatório de Turismo e Cultura Da Serra Gaúcha (OBSERVATUR), que, criado em 2007, tem como base estrutural e funcional a Universidade de Caxias do Sul e é gerido pelo Programa de Mestrado em Turismo da universidade. Sua criação foi motivada devido à necessidade de elaboração de políticas públicas e da realização de planejamento integrado do turismo e da cultura. Neste espaço são realizados encontros com frequência para realização de

discussões, reflexões e tomada de decisões de forma democrática e compartilhada. Trata-se de um local de articulação entre os atores do turismo, onde há intensa socialização, comunicação responsável, troca de informações e conhecimentos, constituindo-se uma importante iniciativa para a integração do turismo regional.

Esse conhecimento é gerado através da interação entre instituições de ensino e pesquisa, e atores sociais e comunitários como: associações, conselhos, Secretaria de Turismo, sindicatos, e demais interessados na promoção do turismo. As instituições de ensino e pesquisa assumem o papel de mediadoras e monitoras, mobilizando a participação e definindo as responsabilidades do processo de planejamento e gestão do turismo. Esse modelo de atuação, instituído no OBSERVATUR tem contribuído para o fortalecimento da cooperação entre os atores na busca de atingir objetivos comuns e alcançar resultados que beneficiem a coletividade (MENEGHEL; TOMAZZONI, 2012).

A heterogeneidade do Destino Turístico Inteligente requer a atuação conjunta de empresas privadas, administrações públicas, entidades de formação e comunidade para elaborar e colocar em prática um efetivo plano integral de ação que envolva outros aspectos além daqueles estritamente turísticos, como tecnológico, econômico, social, meio ambiental, arquitetônico, jurídico, cultural, etc. (MUÑOZ; SANCHES, 2013).

Para se elencar e definir os dados a serem coletados e analisados pelos Observatórios é essencial uma gestão aberta ao debate e que planeje suas ações juntamente com os agentes turísticos. É necessária ampla participação a fim de que a geração de informação atenda a interesses comuns. Cada Observatório deve se responsabilizar em disponibilizar informações que atendam às necessidades de seu destino, contudo, propõem-se a seguir alguns dados os quais seu conhecimento é imprescindível a qualquer gestor.

São de grande importância estudos sobre o perfil dos turistas; sazonalidade; médias de faturamento das empresas turísticas; nível de qualificação dos profissionais do setor; condições da sinalização turística; inventariação de todos atrativos, empresas, serviços e infraestruturas disponíveis; realização de pesquisas de satisfação; levantamento das condições de mobilidade e acessibilidade do destino, tendências do setor. É importante também desenvolver indicadores para monitoramento de taxas de ocupação hoteleira, fluxos aéreos e rodoviários, realização de eventos. De posse dos dados cabe ainda ao Observatório do Turismo a análise, elaboração de relatórios e, em seguida, disseminação dessas informações, tornando-as acessíveis à toda a sociedade (FRANCH; CONTRERAS, 2013).

Um dos recursos tecnológicos que auxiliam no planejamento e elaboração de políticas públicas é o *Big Data, software* que tem capacidade para armazenar e analisar grande quantidade de dados, permitindo aos gestores um mapeamento e compreensão aprofundada do tema em discussão (CARDAMONE, 2016). Essa ferramenta oferece vantagens significativas, como tomadas de decisões mais eficientes, colaborando com a melhoria do planejamento, produzindo um crescimento sistematizado da atividade turística.

De acordo com Alisson (2016, p.1):

Um banco de dados sistematizado e atualizado permite que todos os profissionais envolvidos atuem de forma mais eficiente, com atitudes voltadas ao aprimoramento da qualidade dos serviços; proporciona compreensão mais ampla do cenário turístico ao ser capaz de analisar inúmeras variáveis internas e externas; além disso, ele integra informações relacionadas, por exemplo, à educação, saúde, habitação, segurança, mobilidade, entre outros, o que possibilita uma visão do todo.

Esse processo de inserção da tecnologia provoca mudanças nas cidades e transforma o espaço, através das redes de informação que interligam vários setores, mas, às vezes não está disponível para toda sociedade. Geralmente, os dados coletados e armazenados não são devidamente utilizados de forma estratégica. Desse modo, é preciso criar as condições favoráveis para que os dados sejam coletados, analisados e disponibilizados de maneira sistematizada, por meio da junção de profissionais qualificados e de tecnologias que permitam extrair informações.

Para Cardamone (2016, p. 2):

Quase todos os serviços devem ser feitos on-line para evitar que as pessoas tenham que se deslocar desnecessariamente. Isto pode ser uma das soluções para a mobilidade nas grandes cidades. O uso correto da tecnologia nas cidades pode ser um grande passo para a evolução e para proporcionar a população mais tempo para investir no que realmente importa na vida.

Segundo Costa (2014, p.68) “o uso de *Big Data*, ou seja, o armazenamento de grande volume de dados, sejam eles estruturados ou não, pode aumentar significativamente a capacidade de compreensão acerca de problemas enfrentados pelas cidades.” Sendo assim, o uso de dados para obter informações sobre a atividade turística nos destinos, é importante para o desenvolvimento do turismo. A interação entre a nova tecnologia da informação e os processos atuais de transformação social, tem um grande impacto nas cidades e no espaço (CASTELLS, 1999).

O auge da comunicação digital e móvel, da comunicação entre os objetos através de sensores e da interação do visitante com o destino através das redes sociais e mediante o uso intensivo das tecnologias gerará um grande volume de dados, sendo necessário armazenamento, análise e gestão dos mesmos para um melhor aproveitamento. Para atingir esse objetivo têm surgido novos modelos de gestão da informação, entre eles estão as novas plataformas denominadas *Big Data*, cuja função fundamental é de obter e gerenciar o conhecimento, oferecendo solução eficiente para a gestão, manutenção e análise da informação gerada (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

Neste contexto a tecnologia serve de base para gerar novos modelos de negócio turístico que acompanhem o visitante nas três fases da viagem: antes da viagem – aplicação das tecnologias para se obter informações, reservar e comprar os serviços; durante a viagem – gerando melhora significativa na experiência do viajante, contribuindo para a satisfação de suas expectativas; e depois da viagem – identificando de onde, como e quem fala de seus produtos e serviços. Desse modo, torna-se possível conhecer o grau de satisfação dos turistas, e aplicar sistemas de melhoria contínua com o desenvolvimento de novos sistemas de fidelização (MUÑOZ; SANCHEZ, 2013).

Toda pesquisa na internet como, por exemplo, o planejamento de uma viagem, deixa uma trilha de dados na rede. Informações como: reservas de passagens aéreas, reservas em hotéis, aluguel de automóveis, compra de ingressos. Além disso, as redes sociais, cada vez mais exploradas pelos viajantes, têm sido intensamente utilizadas para se discutir planos de viagem, realizar elogios e reclamações. Com o cruzamento de dados como esses é possível definir o perfil e as experiências de viagem dos turistas. A internet tem mudado a forma como as pessoas planejam, agem e consomem, permitindo que as necessidades e comportamentos dos viajantes possam ser rastreados e mensurados. Sob essa dinâmica o *Big Data* indica grandes oportunidades para o *trade* turístico, permitindo conhecer e satisfazer melhor seus visitantes (AKERKAR, 2012).

De nada adianta a obtenção de dados se esses não forem analisados e interpretados, transformando-se em informação útil para tomadas de decisão. Segundo entrevista de Fábio Montanheiro, Coordenador de Pesquisa do Observatório do Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo, ao site Turismo em Pauta, “Dado não é pesquisa. Dado pode se transformar em pesquisa quando analisado. E, depois, em informação que pode se tornar estratégia”. Para armazenar, processar e interpretar todos os dados coletados é fundamental a adoção de tecnologias, como os *softwares* de *Big Data*. Eles possibilitam análises aprofundadas dos dados em tempo real e a transformação desses em informações estratégicas, permitindo que os gestores comportem-se de forma mais pró ativa que reativa.

Softwares baseados na tecnologia do *Big Data* são capazes de processar grande volume e variedade de dados com velocidade, contudo, para que sejam utilizados de forma plena e eficiente é imprescindível a atuação de profissionais qualificados e especializados, capazes de operar as ferramentas tecnológicas e analisar de forma crítica as informações obtidas. Assim os Observatórios de Turismo juntamente com a utilização da tecnologia, auxiliam na realização de diagnósticos e legitimam as tomadas de decisões, permitindo que o destino se torne inteligente, mais sustentável e mais competitivo.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O Turismo Sustentável engloba um amplo conhecimento e compreensão dos impactos provocados pela atividade turística, por isso a necessidade de estudos aprofundados sobre a atividade. Para que um destino seja competitivo é necessário que sejam gerados benefícios de longo prazo que superem a concorrência. Esses benefícios precisam alcançar os três âmbitos: o econômico - atraindo investidores e gerando negócios na região; o social - proporcionando qualidade de vida, emprego, inovação, etc.; e ambiental - minimizando e/ou mitigando os impactos negativos à natureza (VALLS, 2006). O aumento da competitividade entre os destinos turísticos tem exigido cada vez mais comprometimento dos gestores com planejamentos e tomadas de decisões mais eficientes e assertivas. A informação tem se tornado uma grande vantagem competitiva para quem a obtém e sabe como utilizá-la.

Essa intensificação na dinamicidade do turismo torna imprescindível aos municípios a institucionalização de processos sistemáticos de coleta, armazenamento e análise de grande quantidade e variedade de dados, que gerem informações e conhecimento para o *trade* turístico, auxiliando na realização de diagnósticos, prognósticos e definição de planos estratégicos e de ação.

A constante demanda por informações sobre a atividade turística torna necessária a criação de núcleos responsáveis pela centralização de todas as informações referentes ao setor turístico nos municípios. O Observatório de Turismo torna-se uma ferramenta indispensável para o desenvolvimento do turismo sustentável nos municípios. Responsáveis por pesquisar a atividade turística nos destinos, gerar informações e conhecimento, os observatórios devem contar com a participação ampla da sociedade (iniciativa pública, privada, profissionais capacitados e especializados, que com o auxílio da tecnologia, gerem dados consistentes).

O poder e a importância da informação são inquestionáveis, e para que o destino turístico torne-se inteligente e competitivo, é imprescindível a realização de planejamentos baseados em informações confiáveis, que permitam gestões eficientes e sustentáveis. E para auxílio na gestão dessas informações, o *software* do *Big Data* torna-se um grande aliado, permitindo análises rápidas e aprofundadas dos dados nele inseridos.

Para o desenvolvimento do turismo sustentável é necessário promover a ampla participação social na elaboração de políticas para o turismo, além disso, aliada à busca de vantagens econômicas é preciso prezar pela conservação dos patrimônios naturais e culturais. A coleta e análise de dados sobre o setor permite a realização de diagnósticos mais confiáveis, norteando planejamentos, elaboração de políticas públicas e tomadas de decisão mais eficientes.

Desse modo, as informações geradas poderão embasar a elaboração de políticas públicas; promover maior conhecimento das demandas; permitir a estruturação de produtos e realização de investimentos com mais assertividade; auxiliar pesquisadores no desenvolvimento de seus trabalhos e informar a todos os demais atores da sociedade interessados.

Portanto, um Destino Turístico Inteligente necessita interligar as TICs à uma gestão eficiente e inovadora. Dessa forma é possível aumentar a competitividade dos destinos e torná-los mais inteligentes e sustentáveis.

REFERÊNCIAS

AKERKAR, R. **Big Data & Tourism**. 2012. Disponível em: <<http://www.tmrfindia.org/TMRF-whitepaper-11-2012.pdf>>. Acesso em: 11 de maio de 2017.

ALISSON, E. Agência FAPESP. **Universidades podem contribuir para tornar São Paulo uma cidade inteligente**. 2016. Disponível em: http://agencia.fapesp.br/universidades_podem_contribuir_para_tornar_sao_paulo_uma_cidade_inteligente/24488/. Acesso em: 02 de maio de 2017.

BENI, M. C. **Como Certificar o Turismo Sustentável?** Revista Turismo em Análise, Brasil, v. 14, n. 2, p. 5-16, nov. 2003. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63641/66406>>. Acesso em: 13 de maio 2017. Doi: <http://dx.doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v14i2p5-16>

Boletim de Inteligência. SEBRAE. **Destinos Turísticos Inteligentes: tecnologias de informação e desenvolvimento sustentável**. 2016. Disponível em: <https://m.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Anexos/BI_Tur_2016_06_Destinos%20Tur%C3%A1sticos%20Inteligentes.pdf> Acesso em: 18 de outubro 2017. BONETTI, L. A.; CANDIOTTO, L. Z. P. **Trajectoria das políticas públicas de turismo no Brasil**. 2015. Disponível em: <<http://www.eumed.net/rev/tyrydes/19/politicas.html>>. Acesso em: 02 de maio de 2017.

BRANDÃO, F.; COSTA, C. **Novas dinâmicas e novas formas de gestão para o sector do turismo ao nível local**: o caso da criação de Observatórios Regionais de Turismo. In: CAVACO, C. (ed.) Turismo, Inovação e Desenvolvimento - Actas do I Seminário Turismo e Planeamento do Território. Lisboa: Centro de Estudos Geográficos, Universidade de Lisboa, 2008 p. 255-280. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/278016241_Novas_dinamicas_e_novas_formas_de_gestao_para_o_sector_do_turismo_ao_nivel_local_o_caso_da_criacao_de_Observatorios_Regionais_de_Turismo>. Acesso em: 13 de maio de 2017.

BRASIL. **Lei nº 10.257, de 10 de julho de 2001.** Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/LEIS_2001/L10257.htm>. Acesso em: 13 de maio de 2017.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil: Ação Municipal para a Regionalização do Turismo.** Brasília, 2007. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/sites/default/turismo/o_ministerio/publicacoes/downloads_publicacoes/conteudo_fundamental_acao_municipal_para_a_regionalizacao_do_turismo.pdf>. Acesso em: 10 de maio de 2017.

_____. **Programa de Regionalização do Turismo: Diretrizes.** Brasília, 2013. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br/images/programas_acoes_home/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf>. Acesso em: 02 de maio de 2017.

CARDAMONE, R. COMURB. Sociedade de Projetos Urbanísticos Ltda. **A cidade e o futuro: como as cidades mais inteligentes vão transformar a vida da população** (2016). Disponível em: <<http://comurb.com.br/a-cidade-e-o-futuro-como-cidades-mais-inteligentes-vaio-transformar-a-vida-da-populacao/>> Acesso em: 09 de maio de 2017.

CAMARGO, A. Depoimentos. In: Cidades Inteligentes e Mobilidade Urbana. **Cadernos FGV Projetos.** Ano 9, nº 24, p. 8-11 Junho/Julho de 2014.

CASTELLS, M. **A sociedade em rede.** Tradução: Roneide Venâncio Majer; Klaus Brandini Gerhardt. Traduzido do original: The rise of the network society. In: A era da informação: economia, sociedade e cultura; v. 1. São Paulo: Paz e Terra, 1999, p.35-60; p. 467-490.

CORREIA, E.; DINIS, G.; MILHEIRO, E. **Strategic Tools for Decision Support: The Regional Tourism Observatory of Alentejo.** 2011. Disponível em: <<http://www.redalyc.org/html/3887/388743867014/>>. Acesso em: 18 de outubro de 2017.

CONTRERAS, T. C.; FRANCH, D. B. **Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino.** 2013. Disponível em: <<http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur/article/view/1071/813>>. Acesso em: 13 de maio de 2017.

COSTA, C. A. Cidades Inteligentes e Big Data. In: Cidades Inteligentes e Mobilidade Urbana. **Cadernos FGV Projetos.** Ano 9, nº 24, p. 66-75. Junho/Julho de 2014.

Fundação Getúlio Vargas (FGV). **As cidades mais inteligentes do mundo.** Disponível em: <<http://fgvprojetos.fgv.br/noticias/cidades-mais-inteligentes-do-mundo>> Acesso em: 29 de maio de 2017.

Google imagens. Disponível em: <<https://www.google.com.br>> Acesso em: 29 de maio de 2017.

KNEBEL, P. URBAN SYSTEMS. **Conceito de cidade inteligente precisa evoluir.** 2015. Disponível em: <<http://recbrasil.com.br/2015/10/conceito-de-cidade-inteligente-precisa-evoluir/>> Acesso em: 29 de maio de 2017.

LÁZARO, D. CIO FROM IDG. **Cidades inteligentes são cidades melhores?** 2015. Disponível em: <<http://cio.com.br/tecnologia/2015/02/06/cidades-inteligentes-sao-cidades-melhores/>> Acesso em: 29 de maio de 2017.

MENEGHEL, L.M.; TOMAZZONI, E. L. A Comunicação e a Integração dos Atores do Turismo Regional: O Caso do Observatório de Turismo e Cultura da Serra Gaúcha (OBSERVATUR). **Revista Turismo Visão e Ação**, vol.14, nº 2, p.246-260, mai./ago., 2012. Disponível em: <<http://www.univali.br/revistaturismo>> Acesso em: 18 de outubro de 2017.

MINAMI, R. **Integração do Observatório do Turismo da Cidade de São Paulo com SPCVB proporciona novo módulo.** 2016. Turismo em pauta. Disponível em: <<http://turismoempauta.tur.br/materias/integracao-do-observatorio-do-turismo-da-cidade-de-sao-paulo-com-spcvb-proporciona-novo-modulo/>>. Acesso em: 20 de maio de 2017.

MORELLA, E. (2006). “**Information Technologies and Tourism Development in Developing Markets**”, in Giaoutzi, M., and Nijkamp, P., (eds.) Tourism and Regional Development New Pathways, Asghate, England, 15-28.

MUÑOZ, A. L. Á.; SÁNCHEZ, S. G. SEGITUR, 2013. **Destinos Turísticos Inteligentes.** Disponível em: <<http://www.minetad.gob.es/Publicaciones/Publicacionesperiodicas/EconomiaIndustrial/RevistaEconomiaIndustrial/395/LOPEZ%20DE%20AVILA%20y%20GARCIA.pdf>>. Acesso em: 21 de outubro de 2017.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO. **Guia de desenvolvimento do turismo sustentável.** Tradução de Sandra Netz. Porto Alegre: Bookman, 2003. 168p.

_____. **Why Tourism?** 2017. Disponível em: <<http://www2.unwto.org/content/why-tourism>>. Acesso em: 29 de outubro de 2017.

REIS, T. Cedro Technologies. **Você sabe o que é uma cidade inteligente?** 2016. Disponível em:<<http://blog.cedrotech.com/voce-sabe-o-que-e-uma-cidade-inteligente/>>. Acesso em: 29 de maio de 2017.

RUSCHMANN, D. V. DE M. **Turismo e planejamento sustentável: A proteção do meio ambiente.** 14 ed. Campinas, SP: Papirus, 1997.199 p.

SILVEIRA, M. A. T. **Turismo, Políticas de Ordenamento Territorial e Desenvolvimento: Um Foco no Estado do Paraná no Contexto Regional.** 2002. Disponível em: <<http://observatoriogeograficoamericalatina.org.mx/egal9/Geografiasocioeconomica/Geografiaturistica/06.pdf>>. Acesso em: 05 de maio de 2017.

UNESCO. **A UNESCO e o Ano Internacional do Turismo Sustentável.** 2017. Disponível em: <<http://www.unesco.org/new/pt/brasil/ia/about-this-office/prizes-and-celebrations/2017-international-year-of-sustainable-tourism/>>. Acesso em: 03 de maio de 2017.

VALLS, J.F. **Gestão Integral de destinos turísticos sustentáveis.** Tradução: Cristiano Vasques e Lima Wang. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2006, 232 p. Disponível em:<https://books.google.com.br/books/about/Gest%C3%A3o_Integral_de_Destinos_Tur%C3%ADsticos.html?id=z0UH6NhUjA8C&redir_esc=y>Acesso em: 18 de outubro de 2017.

WWF-Brasil. **Turismo Responsável. Manual para políticas locais.** 2004. Disponível em: <<http://www.dominiopublico.gov.br/download/texto/et000024.pdf>>. Acesso em: 03 de maio de 2017.

Recebido em: 20/06/2017

Aceito para publicação em: 06/11/2017