

Martins, L.M.

<https://orcid.org/0000-0003-4411-2568>

<http://lattes.cnpq.br/7824108144436370>

Santos, C.A.J.

<https://orcid.org/0000-0001-7028-0886>

<http://lattes.cnpq.br/5049628749500175>

Gestão de destinos, tecnologia social e inovação: conexão e construção para o turismo

Resumo. Gestão de destinos, tecnologia social e inovação são temáticas que podem se relacionar para apresentar o desenvolvimento do turismo. Assim, este artigo objetiva identificar se a gestão de destinos turísticos é discutida em conjunto com as temáticas inovação e tecnologia social, além de analisar como suas abordagens podem contribuir para os estudos do turismo. Adotou-se a pesquisa exploratória e de revisão sistemática da literatura (RSL). Conclui-se que, dos artigos analisados, nenhum especifica ou explana o uso de tecnologias sociais como fonte de inovação na gestão de destinos turísticos, apresentando a ideia subjetivamente. Os autores que mais se aproximam das características de TS são os que defendem a ciência, a inclusão popular e participativa no planejamento e gestão do turismo. Com isso, essa investigação aponta avanços ao identificar lacunas que conectam as três temáticas para melhor construção acadêmica do Turismo e auxiliar no processo de gestão de destinos turísticos.

Palavras-chave: Turismo. Tecnologia Social. Inovação. Gestão de destinos turísticos.

Destination management, social technology and innovation: connection and construction for tourism

Abstract. Destination management, social technology and innovation are themes that can relate to present the development of tourism. Thus, this article aims to identify whether the management of tourist destinations is discussed in conjunction with the theme's innovation and social technology, in addition to analyzing how their approaches can contribute to tourism studies. Were adopted exploratory research and systematic literature review (RSL). It is concluded that, of the articles analyzed, none explains the use of social technologies as a source of innovation in the management of tourist destinations, presenting the idea subjectively. authors who are closer to the characteristics of TS are those who defend science, popular and participatory inclusion in tourism planning and management. In this sense, this research points to advances in identifying gaps that connect the three themes for better academic construction of tourism and assist in the process of managing tourist destinations.

Keywords: Tourism. Social technology. Innovation. Management of tourist destinations.

Gestión de destinos, tecnología social e innovación: conexión y construcción para el turismo

Resumen. Gestión de destinos, tecnología social e innovación son temas que pueden relacionarse para presentar el desarrollo del turismo. Así, esta ponencia tiene como objetivo identificar si la Gestión de destinos turísticos se discute en conjunto con los temas innovación y tecnología social, además de analizar cómo sus enfoques pueden contribuir para los estudios de turismo. Se ha adoptado la investigación exploratoria y la revisión sistemática de la literatura (RSL). Se concluye que, de las ponencias analizadas, ninguno especifica o explica el uso de las tecnologías sociales como fuente de innovación en la gestión de los destinos turísticos, presentando la idea subjetivamente. Los autores que se acercan más de las características de TS son los que defienden la ciencia, la inclusión popular y participativa en la planificación y gestión del turismo. De esta manera, esta investigación apunta a avances en la identificación de brechas que conectan los tres temas para mejor construcción académica del Turismo y auxiliar en el proceso de gestión de los destinos turísticos.

Palabras clave: Turismo. Tecnología social. Innovación. Gestión de destinos turísticos.

Como citar: (APA) Martins, L.M. & Santos, C.J.A. (2023). Gestão de destinos, tecnologia social e inovação: conexão e construção para o turismo. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, Brasília, 10(2), 2022 em fluxo contínuo

Introdução

A gestão de uma destinação turística adequada só é possível a partir de um paradigma de gestão participativa, a qual deve envolver, dentre outros agentes sociais, o poder público, setor privado e comunidade local. O empenho destes agentes é fundamental para execução de estratégias integradas com ações de *marketing*, inovação e competitividade, visando atingir um objetivo comum: o desenvolvimento do turismo beneficiando a todos.

O desenvolvimento articulado e organizado da atividade turística, em longo prazo, é consequência da união atuante, principalmente entre os agentes da iniciativa privada, setor público e sociedade civil para qualificação dos atrativos do destino turístico (Vignati, 2012; Morgan, 2012), objetivando fomentar a competitividade e inovação. Para alcançar desempenho satisfatório, faz-se necessária a articulação entre os diferentes agentes locais, para elaboração e implantação de atividades capazes de organizar a gestão do turismo de forma inovadora, em que cada um terá sua participação com funções específicas para o crescimento e desenvolvimento do destino turístico.

De fato, a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2007) aponta que a gestão conjunta pode auxiliar no processo de tomada de decisão e auxiliar nas discussões acerca dos serviços turísticos, promoção, capacitação e apoio empresarial. Com isso, estas parcerias podem se converter em uma solução para que os destinos possam competir com êxito, uma vez que a competitividade se trata de um fator fundamental para o desenvolvimento de destinos turísticos.

A temática inovação também é essencial para a gestão turística, pois é um elemento significativo para o desempenho positivo de toda cadeia produtiva do turismo, estando ligada a criatividade, competitividade e segundo Buhalis (1999) a tecnologia, exercendo papel importante na execução de novas ideias para a economia mundial.

Com a dinâmica da sociedade, os turistas estão cada vez mais exigentes, com nível maturado de conhecimento e informações acerca do destino devido a maior acessibilidade as tecnologias de informação e comunicação; e, conseqüentemente, a busca de serviços e experiências que superem suas expectativas, para que a destinação turística ofereça serviços e produtos com inovação e qualidade. Assim sendo, a inovação exige conhecimentos e habilidades mais evoluídas, pois compreendem a adequação de produtos e serviços turísticos para melhorar a experiência do turista (Stamboulis & Skayannis, 2003). Em concordância com os autores, a criatividade, agilidade e hospitalidade devem ser competências imprescindíveis para garantir a competitividade do destino.

Partindo-se desse princípio, este artigo tem como objetivo identificar se a gestão de destinos turísticos é discutida em conjunto com as temáticas inovação e tecnologia social, além de analisar como suas abordagens podem apresentar alguma contribuição para os estudos do turismo, a partir de uma revisão sistemática da literatura, como forma de unir

informações, resumir dados e descobrir se existem lacunas ou orientações viáveis para explanação destes temas.

Este trabalho compõe um conjunto de pesquisas desenvolvidas em torno das temáticas gestão de destinos turísticos, inovação e tecnologia social, a fim de aprofundar o conhecimento ao poder apresentar estudos que possam relacioná-las ao desenvolvimento do turismo. Nesse contexto, pretende-se, com este artigo, o aprofundamento e uma melhor compreensão da relação existente entre gestão de destinos turísticos, inovação e tecnologia social (TS).

Este artigo está estruturado em cinco seções, incluindo esta Introdução. A seguir, na segunda, é apresentada a revisão de literatura: “Abordagem teórica do Turismo an gestão, Inovação e Tecnologia”, na qual é possível identificar características e informações relacionadas a prática no turismo e os autores que discorrem sobre as temáticas abordadas. A terceira seção apresenta o caminho metodológico seguido nesta pesquisa. A seção seguinte intitulada “Resultados e Discussão” apresenta as características dos artigos selecionados para compor a amostra desse trabalho, após análise sistemática da literatura. Ainda nessa seção constam a quantidades de artigos e os periódicos selecionados da base de dados *Science Direct Elsevier* a partir do processo de inclusão e exclusão de títulos, palavras-chave e resumos dos trabalhos encontrados. Na última seção apresenta-se a Conclusão.

Abordagem teórica do Turismo na Gestão, Inovação e Tecnologia

A união entre o setor público e privado como aliança bem-sucedida para o desenvolvimento da atividade turística torna-se uma ação significativa para elaboração do início de um turismo responsável e com produtos e serviços competitivos (Milne & Ateljevic, 2001).

A competitividade deve ser uma característica presente nas destinações turísticas e compreende o trabalho dos mais variados agentes sociais do turismo, de forma planejada, para atender às expectativas dos turistas/visitantes com eficiência e constante crescimento à frente de outras destinações. Mota, Vianna e Anjos (2013) definem competitividade no turismo de maneira objetiva e abrangente, como a possibilidade em fornecer produtos e serviços que satisfaçam às necessidades de seus visitantes, a partir de um preço justo, com sua manutenção no mercado por meio da contribuição com a sustentabilidade (econômica, ambiental, sociocultural e política) e com a melhoria da qualidade de vida dos residentes. Silva e Santos (2015) reforçam que a melhoria da competitividade em um destino turístico está associada à habilidade de promover produtos e serviços melhores do que os ofertados por outros destinos enquanto que Nirazawa et al. (2015) chamam atenção ao fato de que a atual competitividade torna o ciclo de vida dos produtos e serviços mais curto, obrigando as empresas a investir mais e mais em inovação.

Os agentes sociais integrados darão suporte de execução em todas as esferas, sociais, ambientais e econômicas, sendo de fundamental importância a inserção da comunidade receptora, tornando-a protagonista para a eficiência da gestão de um destino turístico. Os gestores públicos juntamente com a iniciativa privada devem promover, além da vantagem competitiva aos demais agentes sociais, a constante inovação na melhoria da infraestrutura básica e turística, dos serviços, atrativos e do produto turístico em geral

(Tomazzoni & Costa, 2015). Além da competitividade é possível desenvolver outra habilidade fundamental e necessária: a inovação.

A inovação é a capacidade revitalizante de realizar atividades, serviços ou criar produtos, engloba tanto mudanças quanto procedimentos mais adequados para executar atividades. “Assim, a inovação se manifestaria em um novo desenho do produto, ou em um novo processo de produção, ou em uma nova abordagem de marketing, ou mesmo em novos métodos de capacitação de pessoal” (Petrocchi, 2002, p. 41). Segundo Tunes (2016) corrobora com a ideia ao afirmar que “inovação é entendida como a criação do novo e/ou algo substancialmente melhorado que pode ser um produto novo, um processo de produção original, uma forma de organização da empresa inédita ou um marketing singular” (Tunes, 2016, p. 2). É através da inovação que são criados ou transformados produtos, e/ou serviços, que se alteram sistemas, entre outras vantagens, as de atingir os objetivos de uma organização.

A prática inovadora vem sendo usada para retratar o comportamento do desenvolvimento das empresas, principalmente aquelas voltadas para o turismo e a sua gestão (Hjalager, 2002), tendo a necessidade de acompanhar a evolução das tendências nas esferas sociais, ambientais, culturais, políticas e econômicas com o intuito de manter-se atualizados para conduzir e atuar de forma dinâmica e descentralizada.

No caso específico do turismo, é certo afirmar que a elaboração de novos produtos turísticos inovadores e competitivos se trata de um desafio complexo, uma vez que as ações não devem se basear no princípio de “inovar por inovar” sem considerar as novas tendências postas pelo mercado que estão baseadas na segmentação – diversificação da oferta- e fragmentação pelo próprio turista que, atualmente, tem atuado como um cocriador de suas experiências (Santos, 2017).

Para que os destinos se desenvolvam através da atividade turística precisam executar uma gestão integrada e inovadora, totalmente dependente da entrega de produtos e serviços de qualidade, onde as necessidades de residentes, turistas e objetivos das empresas privadas são cada vez mais inseparáveis, unindo-se a sua administração pública para beneficiar a todos (Go & Govers, 2000), já que o setor público tem uma parcela maior de deveres e responsabilidades no incentivo do desenvolvimento do turismo em uma destinação.

O desenvolvimento local é um processo que deve envolver os agentes sociais a partir de uma compreensão educadora, coletiva, geradora de autoconfiança, para que todos possam contribuir e se beneficiar com os resultados. Com o turismo não é diferente, visto que é uma atividade que em um primeiro momento, já transforma um destino, em busca de proporcionar um desenvolvimento a destinação turística, ou seja, gerar oportunidades para o incremento e o avanço da atividade nos âmbitos econômico, social e ambiental (Martins, 2019).

A gestão tem o papel da prática gerencial, com liberdade para usar conhecimentos e habilidades no controle e avaliação contínuos e atingir os objetivos coletivos. Ao falar de gestão participativa, envolve iniciativa privada, órgãos não governamentais e a sociedade civil, denominados de agentes ou atores sociais em busca de alcançar objetivos comuns, principalmente o desenvolvimento socioeconômico sustentável (Tomazzoni & Costa, 2015).

A gestão participativa pode ser compreendida também como a prática de uma gestão compartilhada nas tomadas de decisões baseada na relação de harmonia determinada entre

os atores sociais, com propósito de articular, facilitar e executar seus planos de desenvolvimento, alinhados e desenhados como forma de inclusão, organização das suas relações, resultado do respeito, cooperação, compartilhamento de informações, troca de opiniões e inovações nas esferas tecnológicas, ambientais e sociais.

Com essa perspectiva de gestão participativa e compartilhada de um destino, é possível inserir as TS como novas formas de pensar, agir e produzir conhecimentos, para atender às necessidades sociais nas mais diversas áreas, por meio da coesão social e solidariedade entre todos os envolvidos.

O conceito de TS surgiu nos anos 1990, com a finalidade de contribuir para a consolidação de práticas democráticas e estabelecidas pela geração coletiva de ideias (Souza & Pozzebon, 2020). Tal conceito apresenta produtos, ferramentas e/ou metodologias reaplicáveis, concebidas na participação e comunicação direta com a comunidade para expor soluções adequadas de transformação social (Dagnino, 2009). Torna-se importante ressaltar que a TS deve apontar “para a produção coletiva e não mercadológica” (Novaes & Dias, 2009, p. 19), com atuação em identificar e resolver junto à comunidade os principais desafios e necessidades da humanidade, tais como: a desigualdade social, a pobreza e a miséria, a fome, a democratização do acesso à energia, ao trabalho, a educação e a saúde. Incentivar uma economia mais ética, impulsionar a inovação, o consumo e produção responsável e sustentável. Rios e Lima (2019) corroboram com esse aporte das TS ao afirmarem que “a Tecnologia Social constitui num conceito que propõe inovação para o avanço ao desenvolvimento local, considerando a participação coletiva no processo de organização, o envolvimento dos sujeitos na utilização” (Rios & Lima, 2019, p. 131).

As tecnologias sociais são desenvolvidas para promover transformações a partir da interação entre diferentes grupos que procuram defender os interesses e as necessidades das comunidades locais (Dagnino, 2009), uma vez que a comunidade é totalmente responsável pela construção e gestão da efetividade de uma solução tecnológica, pois, a vivência cotidiana aliada aos seus conhecimentos e saberes lhes conferem capacidade de participar do processo de pesquisa, desenvolver e gerir a tecnologia.

O empoderamento da comunidade se dá através do conhecimento científico adquirido e do poder de decisão na busca de soluções para benefício de todos (Dagnino, Brandão & Novaes, 2004; Rodrigues & Barbieri, 2008; Jesus & Costa, 2013). O empoderamento é uma característica central aos atores nas tecnologias sociais, além da oportunidade de inovação em situações que necessitem de suporte social, essencial para a resolução de problemas (Souza & Pozzebon, 2020).

Em síntese, competitividade, inovação e tecnologia social são características que devem fazer parte do contexto de gestão de uma destinação turística, as quais mostram novos caminhos e novas tomadas de decisões por parte dos agentes sociais inseridos principalmente nos processos de caráter social, ambiental e até mesmo econômico.

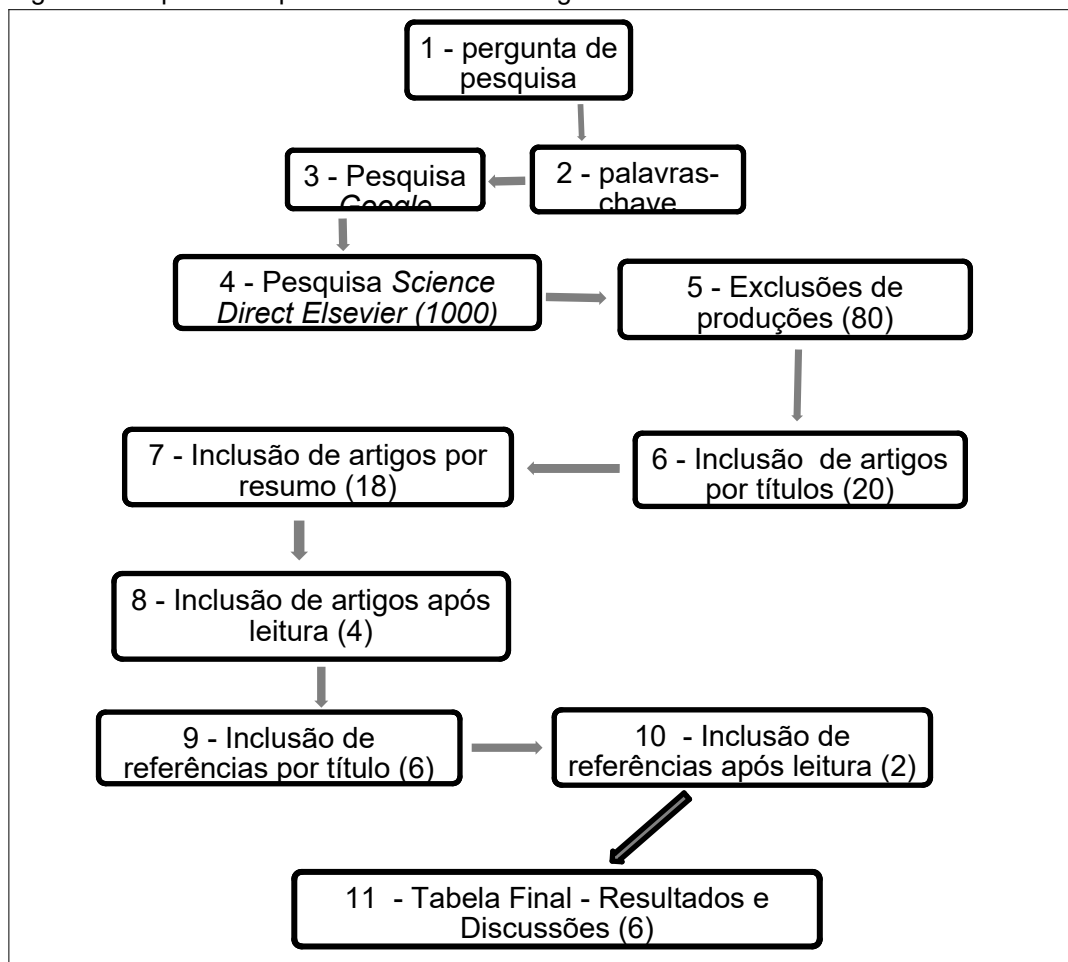
Metodologia

O estudo de revisão sistemática da literatura (RSL) é apropriado para buscar entendimento acerca de algum tema específico e resumir o conhecimento de uma dada área através da formulação de uma pergunta e avaliação de estudos científicos inclusos em bases de dados eletrônicas.

De acordo com Ravindran e Shankar (2015), revisões sistemáticas são caracterizadas por uma questão definida claramente através de uma pesquisa abrangente com uma estratégia para o rastreamento e extração de dados para análise apropriada, reprodução e apresentação dos resultados com implicações para futuras pesquisas. Assim sendo, a RSL compreende “um resumo da literatura existente somado à interpretação crítica do diagnóstico realizado, resultando em avanços teóricos relacionados ao fenômeno em questão” (Conti, Elicher & Lavandoski, 2021, p. 6).

Para elaboração da RSL, sua estrutura está definida da seguinte forma: descrição detalhada das fontes de pesquisa, inclusão e exclusão de artigos através de títulos e resumos, artigos selecionados após leituras, inclusão e exclusão das referências dos artigos, referências selecionadas após leitura, apresentação de termos semelhantes, objetivos dos artigos e conclusões dos artigos, sempre levando em consideração a união das três palavras-chave. Segue abaixo os procedimentos metodológicos utilizados de forma detalhada (Figura 1).

Figura 1: Esquema de procedimento metodológico



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2022.

1- Elaboração da pergunta de pesquisa: Trata-se da orientação principal nas buscas sobre o tema a ser pesquisado. A pergunta realizada para esta investigação foi: A Gestão de destinos turísticos contempla tecnologias sociais inovadoras?

2 – Definição das palavras-chave: A partir da pergunta de pesquisa foram definidas as seguintes palavras-chave: gestão de destinos, tecnologia social e inovação. Tais palavras-chave foram definidas com o intuito de saber se estas temáticas são discutidas em conjunto apresentando alguma construção para o turismo e principalmente em busca de resposta para pergunta norteadora.

3 – Pesquisa geral: Para a busca da produção acadêmica foi realizada a pesquisa no *Google* e *Google Acadêmico* para verificar estudos já realizados sobre o tema, bem como uma forma de orientação para continuar avançando com a pesquisa acerca das palavras-chave propostas.

4 – Pesquisa na base de dados na plataforma CAPES: Pesquisa realizada nas bases que são importantes para a área de Ciências Sociais Aplicadas: *Science Direct Elsevier*, *SciELO*, *Social & Behavioural Sciences*, *Medline/PubMed*, *Lilacs*, *Bireme* e *ISI Current Contents*.

Para realizar a pesquisa, as três palavras-chave foram traduzidas para língua inglesa - *destination management*, *social technology* e *innovation*-, por ser nesta a maior quantidade de artigos publicados. Para ter um filtro melhor na pesquisa foi utilizado o operador *booleano* "AND" entre as palavras, a fim de fazer um cruzamento entre os termos. Torna-se importante ressaltar que a *Science Direct Elsevier* foi a única base de dados que serviu de parâmetro para pesquisa, ao apresentar produções relacionadas as palavras-chave.

5 – Exclusões de teses, dissertações, monografias, revisões sistemáticas, resumos, anais, editoriais, atas de conferência, livros e cartas, resultando para análise os artigos publicados em periódicos científicos.

6 – Inclusão e exclusão de artigos a partir dos títulos: A exclusão se deu segundo critério de não haver nenhuma palavra-chave da pesquisa.

7 – Inclusão e exclusão de artigos a partir dos resumos: Após leitura dos resumos, o critério de exclusão utilizado foi a inexistência de algum assunto relacionado com quaisquer palavras-chave.

8 – Inclusão e exclusão a partir da leitura dos artigos selecionados: Os artigos que foram incluídos deveriam obrigatoriamente seguir o critério de ter alguma identificação que pudesse refletir alinhamento com possíveis respostas a pergunta norteadora. Os artigos que foram excluídos não abordavam de nenhuma maneira as temáticas pesquisadas. Até esta etapa os procedimentos utilizados foram para afunilar a pesquisa em busca de artigos com alinhamento e semelhança de tema com as 3 palavras-chave, para no final, facilitar a visualização dos resultados.

9 – Análise dos títulos das referências bibliográficas dos artigos inclusos: Foram incluídos os artigos com títulos que apresentassem algum significado para as temáticas pesquisadas.

10 – Inclusão e exclusão a partir da leitura dos artigos das referências bibliográficas: A partir da busca, os artigos foram lidos e separados em dois grupos: os que explanam ou que tratam parcialmente sobre alguma das palavras-chave e os que não tratam da temática em questão. Este último grupo foi excluído da pesquisa.

11 – Apresentação de resultados no quadro: O quadro apresenta as seguintes informações: autor, ano, título e objetivo do artigo, periódico, palavra-chave, metodologia,

local, modelo de gestão, conclusão. As informações dos artigos foram estruturadas e tabeladas, sendo possível realizar análises de maneira objetiva e organizada.

Resultados e Discussão

Essa investigação permitiu apresentar dados referentes ao uso da metodologia da revisão sistemática de literatura (RSL), aplicada à área de turismo nas temáticas inovação, tecnologia social e gestão de destinos turísticos.

Nesta seção serão apresentados e analisados os dados resultantes da RSL, conforme pode ser observado no quadro (Quadro 1). O estudo resultou em dados específicos relativos à busca de responder à questão de pesquisa com os seguintes destaques:

Quadro 1: Etapa final - características dos artigos selecionados.

Autor/Ano	Título	Periódico	Palavra-chave	Objetivo da pesquisa	Metodologia	Modelo de gestão	Conclusão
HAYWOOD, K. Michael / 1988	Responsible and responsive tourism planning in the community	Tourism Management	Inovação	Desenvolvimento de uma nova abordagem do planejamento do turismo com a inserção da comunidade.	Pesquisa bibliográfica; construção de cenários	Gestão comunitária	O uso de cenários mostra implicações para o processo de planejamento e gestão do turismo comunitário.
GETZ, Donald; JAMAL, Tazim B. / 1994	The environment-community symbiosis: A case for collaborative and tourism planning	Journal of Sustainable Tourism	Gestão de destino	Setor público, privado e comunidades alcançar o turismo sustentável com dinâmicas colaborativas para o planejamento e gestão do turismo.	Estudo de caso; pesquisa qualitativa; exploratória; uso de entrevistas	Gestão participativa e sustentável	A colaboração de público, privado e comunidade para tomadas de decisão. Comunidade tem espaço nas decisões na gestão do turismo na localidade.
RYAN, Chris / 2002	Equity, management, power sharing and sustainability - issues of the 'new tourism'	Tourism Management	Inovação	Abordar sustentabilidade e turismo social para propor um novo turismo, nova gestão para as destinações.	Pesquisa bibliográfica	Gestão comunitária	Proposta do novo turismo sustentar o produto e agregar valor as comunidades em um processo equitativo da gestão.
VARRA, Lucia; BUZZIGOLI, Chiara;	Innovation in Destination Management	Procedia - Social and Behavioral Sciences	Gestão de destinos; Inovação	Utilizar Observatório de Destino do Turismo como	Pesquisa bibliográfica (análise de modelo)	Gestão do conhecimento	A implementação do Observatório

LORO, Roberta / 2012	nt: social dialogue, Knowledge Management processes and Servant leadership in the Tourism Destination Observatories			agente inovador na governança, com diálogo social, conhecimento generalizado, e escolhas estratégicas e compartilhadas.	existente e proposta de outro)		do Destino do Turismo é difícil devido à falta de diálogo entre as partes interessadas e de uma visão de destino como um produto integrado de recursos.
MORGAN, Nigel / 2012	Time for 'mindful' destination management and marketing	Journal of Destination Marketing & Management	Gestão de destinos; Inovação	Mostrar o futuro dos destinos turísticos através da administração das Organizações de Gerenciamento de Destino (DMOs)	Revisão de literatura;	Gestão de marketing sustentável	Parcerias governo, sociedade e empresas responsabilidade social, sustentabilidade e indicadores de desempenho em um destino turístico.
CARLISLE, Sheena; KUNC, Martin; JONES, Eleri; TIFFIN, Scott/ 2013	Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches : Experiences from Africa	Tourism Management	Gestão de destinos; Inovação	Com Inovação, empreendedorismo e esforços colaborativos gerir países menos desenvolvidos.	Pesquisa bibliográfica e modelo Triple Helix	Gestão de marketing e comunitária	O envolvimento da Academia junto a setor público, privado e comunidade tem sucesso na gestão de um destino.

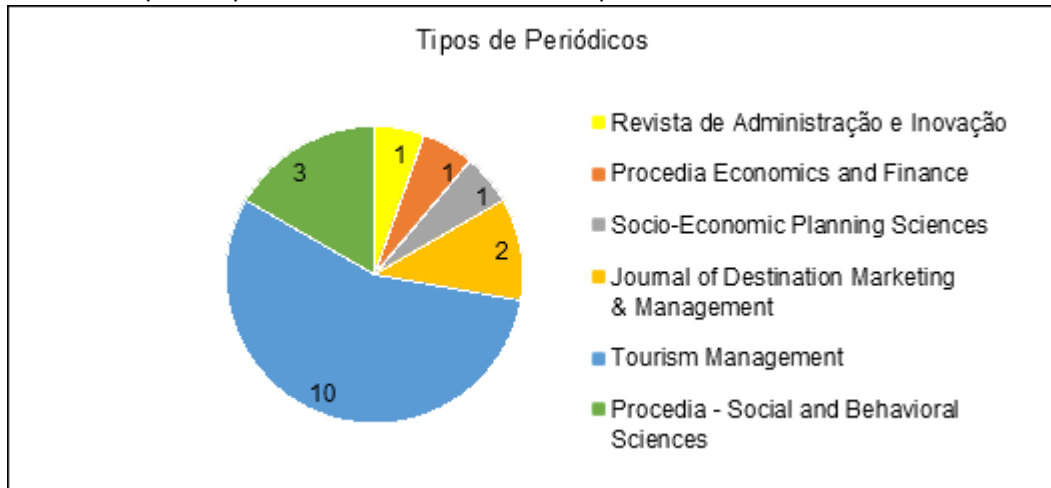
Fonte: Elaborado pelas autoras, 2022.

Para chegar ao resultado apresentado no quadro 1 - 6 artigos (etapa final), fez-se necessário apresentar a etapa inicial de quantas produções foram encontradas na base de dados *Science Direct Elsevier*, sendo uma base bem completa com livros, anais e artigos de diversas áreas. A pesquisa se deu apenas nos artigos de periódicos, tais como: *Journal of Destination Marketing & Management*, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, *Procedia Economics and Finance*, *Journal of Information Technology & Tourism*, e em grande quantidade na *Tourism Management* onde foram localizados artigos significativos à pesquisa do Turismo e para tentativa de respostas a questão norteadora desta RSL.

Aplicando os critérios de inclusão e exclusão de artigos, na etapa 7 foram selecionados 18 artigos, de acordo com gráfico 1, de um total de 80, através da leitura dos resumos para o próximo passo iniciar a leitura completa de cada trabalho, com o objetivo principal de encontrar algum que explanasse e discutisse as três temáticas e principalmente que respondesse à pergunta de pesquisa.

Através do gráfico 1 é possível constatar a informação descrita anteriormente sobre os periódicos, com destaque para *Tourism Management*, tendo em vista que forneceu a maior quantidade de artigos com assuntos relacionados a temática pesquisada (Gráfico 1).

Gráfico 1: tipos de periódicos selecionados na etapa 7.



Fonte: Elaborado pelas autoras, 2022.

O primeiro resultado a ser explanado é referente ao recorte temporal da publicação dos artigos, de 1988 a 2012, em que independente do tempo que foi escrito, discutem modelos de gestão semelhantes: gestão comunitária, participativa, sustentável, de marketing e do conhecimento. Abordam a inovação na gestão de destino através da participação da sociedade no processo de planejamento e tomada de decisões.

Os autores Haywood (1988), Getz e Jamal (1994) e Ryan (2002) possuem produções em períodos diferentes, mas com objetivos e conclusões similares, que versam acerca da inserção da participação da comunidade no turismo, com todos os agentes sociais envolvidos no planejamento e gestão de uma destinação turística e a preocupação em desenvolver uma atividade sustentável. No entanto, torna-se importante frisar que estes autores não discutem ou sequer utilizam a palavra-chave “inovação”, sabendo o leitor que nas entrelinhas da discussão é possível perceber a presença desta temática.

O artigo de Getz e Jamal (1994), apenas reporta sobre gestão de destino, utilizando-se do termo “gestão participativa e sustentável” e aborda a temática inovação de maneira subentendida. Já no artigo de Haywood (1988), o autor aponta que um planejamento turístico bem elaborado e com o protagonismo da comunidade no processo de tomada de decisão é vital para qualquer gestão prosperar, oferecendo experiências turísticas inesquecíveis com a colaboração de todos os agentes sociais, os quais buscam enfatizar a qualidade e os componentes de alto valor agregado no destino turístico. Considerando esta afirmação, o autor está apresentando a Inovação e a tecnologia social como forma de agregar valor à gestão do destino turístico.

O termo inovação, especificamente, é trabalhado por Haywood (1988) e Ryan (2002). Para ambos, a ideia de inovação na gestão do destino se trata dos aspectos equitativos e sustentáveis, enfatizada como “gestão comunitária”. Nesta proposta, a atividade turística é planejada e estruturada pela comunidade ao considerar as características locais. A sustentabilidade integrada ao marketing também é referenciada por Morgan (2012). O autor utiliza o termo gestão de marketing sustentável para discutir gestão de destino e inovação através da Administração de Gerenciamento de Destino (DMOs), formatado por meio da

parceria entre governo, sociedade e empresas. Este modelo de gestão atribui a responsabilidade social e a sustentabilidade como parâmetro de desempenho em um destino turístico.

De acordo com o quadro 1, na análise das três palavras-chave - gestão de destinos, tecnologia social e inovação -, a palavra tecnologia social não foi encontrada nos artigos selecionados, porém, os artigos de Varra, Buzzigoli e Loro (2012) e Carlisle *et. al.* (2013) apontam características implícitas sobre a temática a partir da explanação teórica e aplicada, ao utilizar os termos gestão de destinos e inovação e também os princípios da tecnologia social, porém não se apropriam desta palavra nas suas escritas.

Varra, Buzzigoli e Loro (2012) discutem a temática a partir do termo 'gestão do conhecimento', reportado como um processo espontâneo de adaptação entre as partes interessadas que, por meio de comportamentos de aprendizagem mútua, são capazes de construir um tecido cultural forte e comum que atua como um critério regulador dos comportamentos dos indivíduos. Carlisle *et. al.* (2013) mencionam o termo 'esforços colaborativos', ao explicar o envolvimento entre academia setor público, privado e comunidade em responsabilidade conjunta na gestão de um destino.

Neste sentido, a inserção de TS na gestão das destinações turísticas como modelo de gerenciamento fica evidente no artigo de Varra, Buzzigoli e Loro (2012), que propõem o observatório de destino do turismo baseado no diálogo social e em escolhas estratégicas responsáveis e compartilhadas. Carlisle *et. al.* (2013) destaca em sua pesquisa o modelo *triple helix*, que apoia a colaboração dos setores público, privado, instituição de ensino e comunidade para o desenvolvimento da gestão de um destino turístico realizando a transferência de conhecimento entre estes agentes para promover a difusão de ideias, agregando valor através da inovação.

No geral, todos os autores concordam com uma nova proposta de gestão de destinos turísticos, em que a inovação se trata da descentralização administrativa e da inclusão e colaboração dos agentes locais, com base em valores comuns, capazes de transformar as autoridades e os interesses individuais em comunitário. Contudo, nenhum dos artigos especifica o uso de tecnologias sociais como fonte de inovação na gestão dos destinos turísticos, com apropriação da ideia apenas de maneira subjetiva. Os autores que mais se aproximam das características das TS são os que defendem a parceria entre ciência, conhecimento popular e participativo no planejamento e administração do turismo.

Considerações Finais

O objetivo deste artigo foi discutir a gestão dos destinos turísticos dentro da perspectiva de tecnologias sociais, respondendo ao seguinte questionamento: A Gestão de destinos turísticos contempla tecnologias sociais inovadoras? A partir das análises realizadas constata-se que as pesquisas citam apenas os termos inovação e/ou gestão de destino. Além disso, nenhum estudo menciona a nomenclatura tecnologia social, uma vez que apenas fazem menção a algum fator característico.

Desta forma, tal realidade evidencia a carência de produção científica que relacione as tecnologias sociais e o turismo. No entanto, o que há em comum entre todas as investigações analisadas é a concordância com a descentralização de poder e a

colaboração entre os agentes locais como proposta de inovação na gestão do destino turístico.

A partir da revisão sistemática da literatura e das análises aqui apresentadas, percebe-se a necessidade de evolução nos estudos sobre a temática, uma vez que as tecnologias sociais podem contribuir significativamente para o desenvolvimento de destinos turísticos. Assim sendo, como contribuição desta pesquisa, seguem abaixo alguns questionamentos que podem nortear o desenvolvimento de possíveis pesquisas na área:

- a) A gestão de destinos turísticos beneficia as tecnologias sociais?
- b) As tecnologias sociais enquanto elemento inovador colabora com a gestão dos destinos turísticos?
- c) De que forma as tecnologias sociais podem colaborar para gestão de destinos turísticos?
- d) A inovação é um elemento principal para tecnologias sociais de uma destinação turística?

A partir destes estudos será possível minimizar a lacuna existente no marco teórico acerca de TS aplicadas ao planejamento e gestão de destinos turísticos.

Referências Bibliográficas

Buhalis, D. (1999). Information technology for small and medium-sized tourism enterprises: adaption and benefits. *Journal of Information Technology & Tourism*, 2(2), 79-95.

Carlisle, S., Kunc, M., Jones, E. & Tiffin, S. (2013). Supporting innovation for tourism development through multi-stakeholder approaches: Experiences from Africa. *Tourism Management*, 35, 59-69.

Conti, B. R., Elicher, M. J. & Lavandoski, J. (2021). Revisão sistemática da literatura sobre Turismo Científico. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* [online], 15 (2), 1-23. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v15i2.1981>.

Dagnino, R., Brandão, F.C. & Novaes, H. T. (2004). Sobre o marco analítico-conceitual da tecnologia social. In: Seidl, D. & Cabral, S. S. *Tecnologia social: uma estratégia para o desenvolvimento*. Rio de Janeiro: Fundação Banco do Brasil.

Dagnino, R. (Org). (2009). *Tecnologia social: Ferramenta para construir outra sociedade* <http://bit.ly/326Bz9l>

Getz, D. & Jamal, T. B. (1994). The environment-community symbiosis: A case for collaborative tourism planning. *Journal of Sustainable Tourism*, 2(3), 152-173.

Go, F. M. & Govers, R. (2000) Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21, 79-88.

Hjalager, A. (2002). Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, 23, 465-474.

Haywood, K. M. (1988). Responsible and responsive tourism planning in the community. *Tourism Management*, 9 (2), 105-118.

Jesus, V. M. B. & Costa, A. B. (2013). Tecnologia social: breve referencial teórico e experiências ilustrativas. IN: Costa, A. B. (Org.) *Tecnologia Social e Políticas Públicas*. São Paulo: Instituto Pólis; Brasília: Fundação Banco do Brasil.

Martins, L. M. (2019). *Tecnologia móvel para governança turística de stakeholders*. Aracaju. 2019. Dissertação (Mestrado Profissional em Turismo) - Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia de Sergipe.

Milne, S. & Ateljevic, I. (2001). Tourism, economic development and the global-local nexus: theory embracing complexity. *Tourism Geographies*, 3(4), 369-393.

Morgan, N. (2012). Time for 'mindful' destination management and marketing. *Journal of Destination Marketing & Management*, 1(1/2), 8-9.

Mota, K. C. N., Vianna, S. L. G. & Anjos, F. A. (2013). *Competitividade das destinações turísticas: estudo de casos brasileiros*. São Paulo: Atlas.

Nirazawa, A.; Spezamiglio, B.; Balboni, B.; Falsarella, C.; Belíssimo, D.; Clemente, L. e Manoel, M. (2015). Inovação nas Organizações. *Revista de Administração de Empresas*. Vol., Nº 7., p. 5-12.

Novaes, H. T. & Dias, R. Contribuições ao Marco Analítico-Conceitual da Tecnologia Social. In: Dagnino, R. (Org). (2009). *Tecnologia social: Ferramenta para construir outra sociedade*. <http://bit.ly/326Bz9l>

OMT (WTO) - World Tourism Organization. (2007). *A practical guide to tourism destination management*. Madrid: WTO.

Petrocchi, M. (2002). *Gestão de pólos turísticos* (2nd. ed.) São Paulo: Futura.

Ravindran, V. & Shankar, S. (2015). Systematic reviews and meta-analysis demystified. *Indian J. Rheumatol.* 10, 89-94.

Rios, D. M. S & Lima, J. R. (2019). O desenvolvimento local endógeno: reflexões a partir das tecnologias com foco na tecnologia social. *Ambivalências*, 7 (14), p. 125 – 142.

Rodrigues, I & Barbieri, J. C. (2008). A emergência da tecnologia social: revisitando o movimento da tecnologia apropriada como estratégia de desenvolvimento sustentável. *Revista de Administração Pública – RAP*. Rio de Janeiro, 42, 1069-1094.

Ryan, C. (2002). Equity, management, power sharing and sustainability - issues of the 'new tourism'. *Tourism Management*, 23, 17-26.

Santos, C. A. J. (2017). *El Turismo como Factor de Desarrollo: El caso de Sergipe-Brasil*. 2017. Tese (Doutorado em Geografia, Planificación Territorial y Gestión Ambiental) - Departamento de Geografía Humana, Universitat de Barcelona.

Silva, J. A.; Santos, C. A. J. (2015). Análise da competitividade do turismo no município de Aracaju. *Revista de Turismo Contemporâneo*, [S. l.], 3(2), p. 188 – 210. Disponível em: <https://periodicos.ufrn.br/turismocontemporaneo/article/view/6887>.

Souza, A. C. A. A & Pozzebon, M. (2020). Práticas e mecanismos de uma tecnologia social: proposição de um modelo a partir de uma experiência no semiárido. *Organizações & Sociedade*, 27(93), 231-254. <https://doi.org/10.1590/1984-9270934>

Stamboulis, Y. & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. *Tourism Management*, 24(1), 35-43.

Tomazzoni, E. L. & Costa, J. S. (2015). Ações estratégicas e visões dos atores do cluster de turismo da cidade de São Paulo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo – RBTUR*, 9(1), 3-21. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v9i1.513>

Tunes, R. (2016). Geografia da inovação: o debate contemporâneo sobre a relação entre território e inovação. *Espaço e Economia* [Online], ano 5, 9.

Varra, L., Buzzigoli, C. & Loro, R. (2012). Innovation in destination management: social dialogue, knowledge management processes and servant leadership in the Tourism Destination Observatories. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 41, 375-385.

Vignati, F. (2012). *Gestão de destinos turísticos: como atrair pessoas para polos, cidades e países*. Rio de Janeiro: Ed. Senac Rio de Janeiro.