

# GESTÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS BASEADA EM EVIDÊNCIAS: PROPOSTA DE MODELO CONCEITUAL DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO

Evidence-Based Tourism Destination Management:  
Proposal for a Conceptual Model of Tourism Observatories

ANDRÉ R. C. PERINOTTO<sup>1</sup>, OSIRIS MARQUES<sup>2</sup>, VALÉRIO SOUZA-NETO<sup>3</sup> & LAISSA PACHECO<sup>4</sup>

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

## RESUMO

A produção de informações para a tomada de decisões no turismo é um tema sensível e crucial, que carece de instrumentos apropriados para uma boa gestão e uso eficiente das mesmas. Ao longo dos últimos anos, os observatórios de turismo ganharam relevância por serem recursos institucionais que permitem o acompanhamento do desempenho do turismo, enquanto dota gestores públicos e privados com informações para uma melhor tomada de decisões baseadas em dados. Entretanto, há uma carência de estudos que busquem compreender a interrelação destes instrumentos. Objetivando preencher esta lacuna, o presente estudo constrói um modelo conceitual dos observatórios de turismo, levando em conta os stakeholders envolvidos, possíveis produtos derivados do ordenamento de dados produzidos pelos observatórios e resultados derivados do uso eficiente desses instrumentos. O modelo derivado deste estudo permitirá compreender elementos determinantes de observatórios, propiciará base taxonômica que poderá ser utilizada para avaliação de suas atividades e servirá de base para a criação de novos observatórios.

## PALAVRAS-CHAVE

Turismo; Observatório de Turismo; Modelo Conceitual; Tomada de decisões baseadas em dados; RBOT.

## ABSTRACT

The production of information for decision-making in tourism is a sensitive and crucial issue that lacks appropriate instruments for its good management and efficient use. Over the last few years, the tourism observatories have gained relevance as they are institutional resources that allow the monitoring of tourism performance while providing public and private managers with information for better decision-making based on data. However, there is a lack of studies that try to compress the determining elements of these instruments. To fill this gap, this study builds a conceptual model of tourism observatories, considering the stakeholders involved, possible

---

<sup>1</sup> **André Riani Costa Perinotto** – Doutor. Professor no Curso de Bacharelado em Turismo, Universidade Federal do Delta do Parnaíba, Parnaíba, Piauí, Brasil. Currículo: <https://orcid.org/0000-0001-7094-3758>. E-mail: [perinotto@ufpi.edu.br](mailto:perinotto@ufpi.edu.br)

<sup>2</sup> **Osiris Marques** – Doutor. Professor na Faculdade de Turismo e Hotelaria, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil. Currículo: <https://orcid.org/0000-0002-1902-9570>. E-mail: [osirismarques@id.uff.br](mailto:osirismarques@id.uff.br)

<sup>3</sup> **Valério Souza-Neto** – Mestre. Doutorando em Turismo, Universidade de São Paulo, São Paulo, SP, Brasil. Currículo: <https://orcid.org/0000-0003-4680-7697>. E-mail: [valerio.souzaneto@usp.br](mailto:valerio.souzaneto@usp.br)

<sup>4</sup> **Laissa Pacheco** – Bacharela. Mestranda em Turismo, Universidade Federal Fluminense, Niterói, Rio de Janeiro, Brasil. Currículo: <https://orcid.org/0000-0003-2227-6393>. E-mail: [laissapacheco@id.uff.br](mailto:laissapacheco@id.uff.br)

products derived from the ordering of data produced by the observatories and results derived from the efficient use of these instruments. The model derived from this study will allow us to understand the determinant elements of observatories, provide a taxonomic basis that can be used to assess the activities of observatories, and serve as a basis for the creation of new observatories.

#### **KEYWORDS**

Tourism; Tourism observatories; Conceptual model; Data-driven decision making; RBOT.

#### **INTRODUÇÃO**

O planejamento da atividade turística impõe desafios aos gestores públicos e privados. O turismo é um setor que envolve uma diversidade de atores sociais (Beni & Moesch, 2017), que são impactados pela rápida inserção das tecnologias (Buhalis & Law, 2008; Santos *et al.*, 2016; Souza Neto; Mondo; Mundet & Cerdan, 2021; Viana, Mayer, & de Souza Neto, 2020) e que produz dados distintos e desordenados, caracterizando, assim, a informação como força motriz deste segmento (Buhalis, 2000). De fato, a gestão desses dados é tão relevante que vemos tais dados serem tratados como commodities e controlados por grandes corporações (Gretzel & Kennedy-Eden, 2020). Torna-se cada vez mais intrincado e ineficiente planejar a atividade turística dissociada da gestão da informação, uma vez que esta é “fundamental para tomada de decisões” (Oliveira, Miranda, & Amaral, 2016, p. 3). Pesquisas apontam que a disponibilização em tempo real das informações aumenta a competitividade turística de destinos (Buhalis & Amaranggana, 2013) e enriquecem a experiência turística dos visitantes (Cacho, Mendes-Filho, Estaregue *et al.*, 2016).

A produção de informações no turismo é uma questão sensível e crucial na tomada de decisão (Marques, 2021; Milheiro, Dinis, & Correia, 2011). Ao longo das últimas duas décadas foi possível perceber um crescente movimento de gestores, públicos e privados assim como do meio acadêmico, quanto ao levantamento de dados e informações mais precisos para elaboração de estudos que venham atender às necessidades e demandas turísticas (Oliveira *et al.*, 2016). Neste panorama encontram-se os observatórios de turismo, que são instrumentos de gestão do turismo, influenciando na “geração de políticas públicas e na análise da indústria” do turismo (Fidegoc & Olact, 2013, p. 21, tradução livre). Considerados como recursos institucionais que permitem o acompanhamento do desempenho do turismo “contribuindo para o planejamento sustentável da atividade e para fortalecer o turismo como opção de desenvolvimento econômico” (Brasil, 2018, p. 83). Atuam como fonte de informações que apoiam a gestão

pública, privada ou social, a partir de dados sistematizados, produção de pesquisas e análises críticas sobre a realidade de um determinado local, organizados por atores e especialistas mobilizados em favor do turismo como temática de interesse em comum (Theorga, 2016). Assim, eles propiciam uma melhor tomada de decisão, levando destinos e empreendimentos a se tornarem inovadores (Valls, 2006).

Os observatórios de turismo no Brasil configuram, cada vez mais, estruturas institucionais [públicas, privadas ou mistas], conforme exposto nos estudos de Carvalho (2016) e Oliveira *et al.* (2016) e Monteiro, Marques, Tavares *et al.* (2022). A relevância destes instrumentos se reverbera à medida que o Ministério do Turismo Brasileiro destaca em seu Plano Nacional de Turismo [2018-2022] os observatórios como uma de suas linhas de atuação [ordenamento, gestão e monitoramento], frisando a necessidade de “produção sistemática de estatísticas, estudos e pesquisas” (Brasil, 2018, p. 64), e pela Rede Brasileira de Observatórios de Turismo [RBOT] (Monteiro *et al.*, 2022), que “reúne Observatórios de Turismo em todo território nacional com o intuito de fomentar o turismo planejado e gerido com base em dados” (Marques, Monteiro, & Souza-Neto, 2021, s.p.), projeto idealizado pelo professor Dr. José Manoel Gonçalves Gândara e que atualmente conta com mais de cinquenta entidades ao redor do Brasil (Monteiro *et al.*, 2022).

Entretanto, em que pese a importância da disponibilização de informações e pesquisas como subsídios para a instrumentalização da gestão, poucos estudos se dedicaram a compreender as funções e o papel dos observatórios de turismo. Conseguimos identificar alguns esforços para fornecer bases metodológicas (Burneo & López, 2013; Santos & Galágarra; Duque, 2018; Zapata & Godoy, 2012) e teórico-empíricas para desenho de observatórios e de redes entre os mesmos (Alvares, Santos, & Perinotto, 2020). Os estudos dos observatórios também se restringem a realidades socioculturais específicas (López, 2012; Prima & Muhamad, 2016; Pena & Moesch, 2016; Tomazzoni & Meneghel, 2012; Zapata & Godoy, 2013). Há uma carência de estudos que tentem juntar os elementos determinantes destes instrumentos de produção de dados no turismo, que são os observatórios (Alvares & Perinotto, 2022).

De modo a preencher esta lacuna, o presente estudo objetiva construir um modelo conceitual dos observatórios de turismo, levando em conta os stakeholders envolvidos, possíveis produtos derivados do ordenamento de dados produzidos pelos observatórios e resultados derivados do uso eficiente destes instrumentos. Para tal, adotamos uma revisão narrativa da literatura

(Gretzel & Kennedy-Eden, 2012) científica nacional e estrangeira, que aborde como tema central os observatórios de turismo, além de busca de literatura cinzenta (Gomes, Mendonça, & Souza, 2008), ou seja, documentos desenvolvidos por entidades de reconhecido prestígio [inter]nacional, a título de exemplo, relatórios e diretrizes de instituições como a Fundação Internacional de Desenvolvimento de Governos Confiáveis [FIDEGOC], a Organização Latino-Americana e do Caribe de Turismo [OLACT] e a Rede Brasileira de Observatórios de Turismo [RBO].

Este trabalho estrutura-se da seguinte maneira: [1] Uma breve introdução a respeito dos observatórios de turismo; [2] Apresentação e discussão do modelo conceitual; e [3] Considerações finais.

## **OBSERVATÓRIOS DE TURISMO**

O planejamento de um destino turístico requer uma constante criação de indicadores turísticos de modo que seja possível identificar a “evolução e estado atual” (Soares, Gândara, & Ivars-Baidal, 2012, p. 21) do mesmo. Pena e Moesch (2016) argumentam que identificar os processos do fenômeno turístico é determinante para o desenvolvimento da prática, e “a sistematização da informação é uma ferramenta indispensável” (p. 276). Tais informações, porém, são complexas e têm uma rápida obsolescência, fazendo-se necessário “um mecanismo para abordar a realidade social, econômica e cultural de um povo, [...] para contribuir para a identificação de problemas específicos [...], a geração e o uso da informação” (Burneo & López, 2013, p. 21).

Sinteticamente, a função central de um observatório se concentra em servir como canal de obtenção e difusão de dados e informações de forma coerente com os objetivos a serem alcançados (Soares, Ferneda, & Do Prado, 2018). Nesse sentido, comumente alguns teorizam ou veem observatórios turísticos como simples entidades que fornecem relatórios contendo informações de situações do turismo (Zambrano, Lino, Quintero *et al.*, 2021). Nos parece, contudo, mais correto entendermos como instrumentos facilitadores “para o sucesso do planejamento sustentável” (Barbará, 2006, p. 3), auxiliando na gestão do turismo, capazes de produzir informações sobre questões específicas que afetam o turismo e valorizando as informações existentes. Soares *et al.* (2018) ressaltam que os observatórios se fundamentam em parcerias e articulação de redes para o desenvolvimento de suas atividades; sendo assim, ao

longo dos anos, sua concepção está cada vez mais favorável a promoção de boas práticas de governança, uma vez que se adota princípios asseguradores de proatividade social e efetividade de políticas públicas.

Valls (2006) propõe observatórios de turismo como ferramentas essenciais para o planejamento, sendo uma “central de informação e análise [...] para a tomada de decisões do destino, em seu conjunto, e dos agentes do destino, em particular” (p. 159). Possui, portanto, a tarefa de legitimar as ações em condições e serviços quando existe uma situação de incerteza, concentrando-se em observar e fornecer informações constantes, a fim de subsidiar a tomada de decisão e o desenho de estratégias de desenvolvimento que atendam às necessidades e à realidade de cada território em todos os momentos. Isso pode ser feito, por exemplo, através de estudos (Franch & Contreras, 2013, p. 26).

Já Carvalho (2013) considera um observatório de turismo como “fonte de dados, um núcleo de estudos” (p. 51), que acompanha, observa, coleta, trata, analisa, gera e monitora dados. Expandindo elementos chave dos observatórios, a Fundação Internacional de Desenvolvimento de Governos Confiáveis [FIDEGOC] e a Organização Latino-Americana e do Caribe de Turismo [OLACT] realizaram um estudo de desenvolvimento de metodologia de implementação de observatórios turísticos, no qual apresentam algumas das vantagens da investigação em turismo gerada pelos observatórios expostas no Quadro 1:

577

**Quadro 1. Vantagens geradas pelos observatórios de turismo**

VANTAGENS	DESCRIÇÃO
<b>Identificação de problemas</b>	O trabalho diário de empresários e funcionários impede que eles se concentrem na análise de situações que podem melhorar ou mudar ao longo do tempo, tornando-se um problema. A pesquisa permite isolar variáveis e identificar áreas onde melhorias podem ser feitas ou problemas evitados.
<b>Manter o contato com o mercado</b>	As pesquisas permitem identificar tendências, interpretar movimentos de mercado e monitorar o comportamento das diferentes variáveis que permitem que políticas públicas e empreendedores apoiem seus processos de tomada de decisão em dados concretos.
<b>Reduzir o desperdício</b>	Em muitos casos, devido à inércia ou costume, sistemas, práticas e métodos inoperantes são identificáveis apenas através de pesquisas. Encontrando-os e demonstrando sua ineficiência, podem ser encontradas soluções que melhoram os processos ou a experiência do turismo.
<b>Desenvolver novas fontes de renda</b>	Oportunidades e novas tendências são facilmente identificáveis quando as variáveis apropriadas são analisadas; portanto, a pesquisa permite encontrar novos mercados, novos produtos ou novos usos para os existentes. Também sugerindo adaptações que permitam atender às novas expectativas dos clientes.

<b>Melhorar a promoção</b>	Ao conhecer a opinião dos turistas ou as opções da competição, o destino pode melhorar sua maneira de se promover para divulgar os produtos mais procurados ou as vantagens comparativas que oferece aos viajantes.
<b>Melhorar a imagem</b>	Finalmente, quando os usuários de um serviço identificam que seus fornecedores conhecem o mercado e estão interessados em satisfazer suas necessidades, é gerada a percepção de que o destino se preocupa com eles e que ele tenta criar produtos, serviços e condições que melhoram sua experiência geral.

**Fonte:** Baseado em Fidegoc e Olact (2013).

Conforme destacado pelo Ministério do Turismo Brasileiro, um observatório de turismo pode ser gerido por organismos oficiais de turismo ou estar associado a empresas e universidades (Brasil, 2018). Adicionalmente, Pena e Moesch (2015) advertem que tais instrumentos “devem ter a preocupação com a transposição da produção científica a ser construída para as políticas públicas” (p. 15) de modo que há uma necessidade de rigor científico, metodológico para com os observatórios. Deste modo, faz-se necessário desenvolver, definir e seguir um protocolo metodológico que permita a utilização de métodos sólidos para compilar dados de qualidade e não informações fragmentadas (Soares *et al.*, 2018) e, assim, realizar coleta e organização de informações de maneira adequada e consistente. Essa exigência se torna ainda mais imprescindível quando relacionada especificamente a observatórios de turismo, diante da dimensão e complexidade do fenômeno composto por diversos agentes e facetas.

Tendo isso em vista, Fogaça, Costa e Mendonça (2021) comentam que é necessário capacitar e criar condições favoráveis para a execução e monitoramento das políticas públicas de turismo que promovam a integração efetiva e consciente dos atores envolvidos. Pensamento corroborado pela Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável da Organização Mundial do Turismo, em que se deve “fornecer uma estrutura para o monitoramento sistemático, oportuno e regular do uso de recursos e uma melhor compreensão do impacto do turismo” (OMT, s.d., s.p., tradução livre)<sup>i</sup>.

Tal pensamento levou as instituições de ensino público a construírem observatórios como forma de preencher essa lacuna como, por exemplo, o Observatório do Turismo do Rio de Janeiro<sup>ii</sup>, lotado na Universidade Federal Fluminense, ativo desde 2013, coordenado pelos pesquisadores João Evangelista Monteiro e Osiris Marques; o Observatório de Turismo e Lazer da Região Turística Baixada Verde, associado à Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro, criado em 2017 sob coordenação da pesquisadora Isabela Fogaça<sup>iii</sup>, ou o Observatório de Turismo do

Paraná<sup>iv</sup>, da Universidade Federal do Paraná, atuante desde 2003, atualmente coordenado pela pesquisadora Juliana Medaglia.

Destacamos ainda que a maioria dos observatórios supramencionados estão ligados a instituições de ensino superior que possuem programas de pós-graduação stricto sensu [mestrados e doutorado], o que implicitamente induz ao rigor científico na produção de informações sobre o turismo. Nesse sentido, cooperam de modo a beneficiar o planejamento e gestão do turismo, uma vez que, através do seu caráter extensionista, articulam o intercâmbio de conhecimento entre academia e sociedade, facilitando avanços na estrutura de política pública do turismo, por meio da mediação de conflitos, sensibilização, articulação coletiva e observação direta da realidade política, institucional e estrutural da localidade em que atuam (Fogaça *et al.*, 2021). Não obstante, são importantes para a gestão pública à medida que os órgãos de turismo sofrem de recursos limitados ou escassos (Pimentel, 2015), havendo uma necessidade de otimização da tomada de decisão e alta assertividade, tendo em vista o ambiente altamente incerto e muitas vezes moeda de troca de favores políticos. É possível identificar ainda, observatórios ligados a institutos de pesquisa e que atuam em rede de cooperação para sua manutenção e produção de conteúdo.

Expandindo a discussão, podemos identificar também observatórios atuando nas mais diversas escalas, de cunho continental<sup>v</sup>, nacional<sup>vi</sup>, regional<sup>vii</sup> estadual<sup>viii</sup> e municipal<sup>ix</sup>. Os dados obtidos pelos observatórios de distintas escalas (Alves & Perinotto, 2022), geridos por diferentes atores (Monteiro *et al.*, 2022) que podem gerar ações que norteiam os diferentes níveis do planejamento estratégico [planejamento, diagnóstico, ordenamento de atividades características do turismo, tomada de decisões, orientações], do planejamento administrativo-financeiro [suporte e prospecção de investimentos, priorização de projetos, distribuição de recursos, criação de grupos de trabalho segmentados], do marketing turístico [promoção do destino, compreensão do perfil turístico e sua percepção quanto a marca do destino para reforço da mesma e/ou gerar alterações], entre muitos outros.

Os possíveis resultados positivos de uma tomada de decisão orientada por dados são os mais diversos. Em sua base, os observatórios reforçam parâmetros de sustentabilidade (Zavala, Rodríguez, Suña & Ortega, 2016), podendo ser visto em todas suas esferas, no território em que os observatórios atuam, dotando empresários do ramo com possibilidades de inovação, criação e otimização de bens e serviços turístico, novos processos e melhorias organizacionais, ao

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V., & Pacheco, L. (2022).  
Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo  
conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e  
Hospitalidade*, 14(3), 573-595.  
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

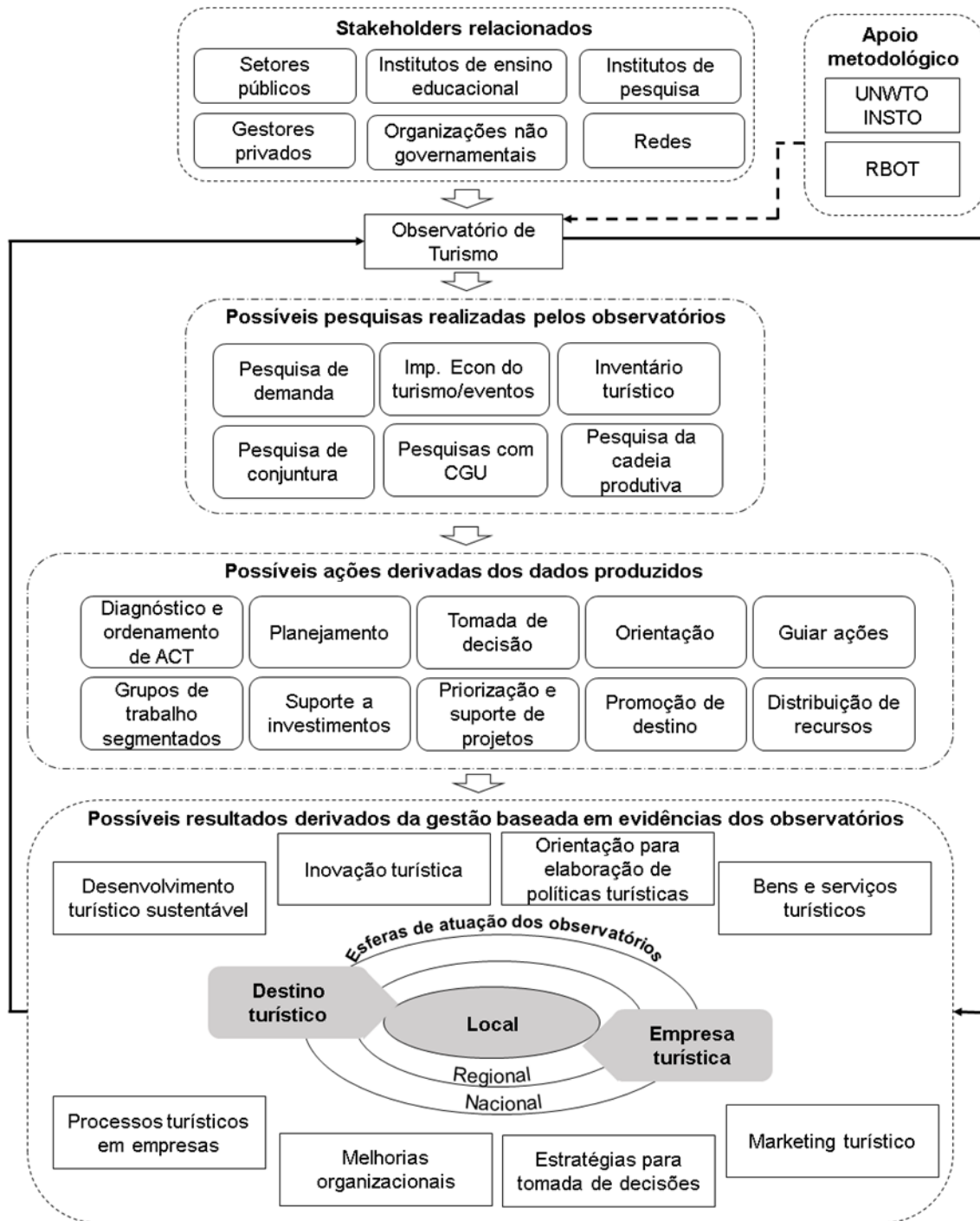
mesmo tempo em que orienta a direção das políticas turísticas. Deste modo, um modelo que englobe todas essas questões acima expostas apresenta-se como uma necessidade na construção de políticas de turismo e ações empresariais eficientes. A próxima seção abordará o modelo conceitual proposto por este estudo de maneira mais detalhada.

### **MODELO CONCEITUAL DE OBSERVATÓRIOS DE TURISMO**

Identificamos alguns esforços na tentativa de progresso teórico e metodológico, além de entendimento empírico a respeito dos elementos constituintes observatórios de turismo (Alvares *et al.*, 2022; Alvares *et al.*, 2020; Burneo & López, 2013; Monteiro *et al.*, 2022; Santos *et al.*, 2018; Zapata & Godoy, 2012). Tais estudos nortearam a construção do presente modelo conceitual [Fig.1], que consiste em quatro elementos estruturantes: stakeholders diretamente envolvidos com os observatórios; pesquisas realizadas pelos observatórios; ações derivadas do ordenamento dos dados produzidos pelos observatórios; e resultados derivados desse ordenamento e suas esferas de atuação.



**Figura 1. Framework conceitual dos observatórios de turismo.**



Fonte: Autores, baseado em Alvares e Perinotto (2022), Alvares, Santos e Perinotto (2020) e Monteiro *et al.* (2022).

**Stakeholders e apoio metodológico** - Nosso modelo inicia-se pela discussão dos stakeholders envolvidos no processo de criação e manutenção dos observatórios. As tomadas de decisões devem ser constituídas por uma diversidade de atores sociais; essa conjuntura deve ser refletida

nos mecanismos de controle, que por sua vez precisam estar associados à coordenação e interação de redes de atores interdependentes que buscam um objetivo comum (Trentin, 2016). Para a concretização desse contexto, tem-se a necessidade de produzir pesquisas e dados que proporcionem orientação para as ações.

No Brasil, a maioria dos observatórios estão vinculados a uma universidade pública ou baseados em um setor público de turismo (Evangelista, 2021; Monteiro *et al.*, 2022). Deve-se levar em conta que os observatórios são iniciativas para incentivar os destinos turísticos a reconhecerem a importância do turismo como uma das principais atividades socioeconômicas, e relaciona-se com a estrutura e manutenção de uma base de dados que permita a medição e análise sistemática e regular da atividade turística. Porém, algumas iniciativas internacionais proporcionam exemplos de stakeholders com viés empresarial, ou mesmo em instâncias locais que precedem os observatórios de forma privada. Também pode ser visto stakeholders com um viés de cluster de empresas do setor, ou ainda vinculados a institutos de pesquisas independentes, por vezes com financiamentos mistos (Monteiro *et al.*, 2022). Adicionalmente, seguindo a teorização de Alvares & Perinotto (2022), acrescentamos os stakeholders responsáveis quando estão constituídos em formatos de rede, ou seja, "através de uma combinação de várias instituições" (2022, s.p., tradução livre).

Considerando que a execução das ações e a captação de recursos de um observatório estão associados a articulações estabelecidas entre diversos agentes, faz-se essencial que sua operacionalização não seja dependente exclusivamente do apoio ou patrocínio de somente uma entidade, esfera ou nível de poder, mas envolva uma diversidade de instituições a fim de promover o trabalho em conjunto para o alcance dos propósitos de um único observatório, como por exemplo, através de parcerias público-privada (Soares *et al.*, 2018). Dessa forma, segundo Cordeiro e Amaral (2017), agregar forças para a atuação conjunta entre instituições e comunidades dentro de um observatório, possibilita a captura de diferentes perspectivas, viabiliza práticas democráticas e facilita na identificação de intervenções a serem realizadas de acordo com as necessidades do local.

É importante reconhecer a funcionalidade e o que de fato se espera dos *stakeholders*. Os exemplos internacionais por vezes enfocam modos de coleta e gestão desses dados mais eficientes. Esse objetivo converge com a concepção de destinos inteligentes (Buhalis & Amaranggana, 2013; Santos *et al.*, 2016). Dessa forma, isso se efetiva por meio de

conhecimentos específicos e locais, baseados em metodologias inovadoras que reúnem diferentes atores da cadeia produtiva do turismo, sob um pilar tecnológico que facilita a disseminação da informação para todos, elaborando estratégias e políticas públicas que avaliem a posição do destino inteligente.

Torna-se importante, ao conceitualizar os observatórios no contexto brasileiro, o acréscimo da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo [RBO<sub>T</sub>] como elemento adjacente, que propicia um suporte metodológico a qualquer iniciativa de observatórios que venham a filiar-se à rede (Monteiro *et al.*, 2022). A rede deve ser vista como modelo a ser seguido, que dota observatórios em estágios embrionários com metodologias e conhecimentos para criação de pesquisas robustas, harmonizadas aos demais observatórios<sup>x</sup>.

Além da RBO<sub>T</sub>, podemos elencar a Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável da Organização Mundial do Turismo [UNWTO-INSTO], sendo esta uma rede mundial de observatórios de turismo que monitoram e avaliam (Lemy, Teguh, & Pramezwary, 2019) o impacto econômico, ambiental e social do turismo no nível do destino. A Organização Mundial do Turismo desenvolveu essa iniciativa focando no crescimento sustentável, resiliente e com o foco na medição, monitoramento e uma gestão baseada em evidências (UNWTO, s.d.). Na 104ª sessão do Conselho Executivo da OMT, realizada em Luxor, Egito, em novembro de 2016, foi apresentado um framework ao qual os observatórios membros deveriam seguir. A INSTO constitui-se como rede para ser utilizada como benchmarking, apesar de seus critérios serem de difícil operacionalização. Tal afirmação é identificada no quantitativo de observatórios membros em tal rede, tendo somente um observatório brasileiro, sendo ele o Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo<sup>xi</sup>.

Tendo como consolidado o processo de ordenamento e as partes envolvidas dos observatórios, o próximo passo é a estruturação, mediante compreensão das habilidades técnico-científicas dos membros do observatório para identificação das ações a serem produzidas.

**Pesquisas realizadas pelos observatórios** - Compreendidas as motivações para criação dos observatórios e seus stakeholders envolvidos, adentramos no processo operacional de tais instrumentos de criação de dados. De acordo com Enjuto (2010), o ato de observar possui relevância significativa nas metodologias de exploração científica; condição que evidencia a importância dos observatórios, uma vez que, por exercerem a observação, são fundamentais

para forjar as investigações. Em vista disso, a autora destaca que o trabalho dos observatórios deve ser realizado conforme as etapas do método científico de pesquisa, como “observação do objeto, hipótese, resultados, análise dos dados e conclusões” (p. 11). Em uma pesquisa realizada pelo professor João Evangelista Monteiro, coordenador do Observatório do Turismo de Niterói e do Observatório do Turismo do Rio de Janeiro, ao entrevistar os observatórios membros da RBOT, identificou que as principais pesquisas realizadas, em ordem de maior frequência de aplicação, são (RBOT, 2021): (i) Pesquisa de demanda turística; (ii) Pesquisa de impacto econômico do Turismo; (iii) Pesquisa de oferta [Inventário]; (iv) Pesquisa de impacto econômico em eventos; (v) Pesquisa de conjuntura; (vi) Pesquisa da cadeia produtiva; entre outras.

Expandindo tal análise, Monteiro e coautores (2022), com uma amostra mais representativa dos participantes da RBOT, demonstram que há certa congruência com as pesquisas citadas acima. Contudo, por conta do surgimento de novos observatórios e pela própria dinâmica das pesquisas realizadas no país, há um reposicionamento da frequência e a realização de novas pesquisas, tais como: Pesquisa de demanda turística [identificada em 78% dos 45 observatórios analisados]; Pesquisa de oferta [inventário turístico] (53%); Pesquisa de conjuntura [sondagem empresarial] e Pesquisa de impacto econômico do Turismo [ambas com 51%]; Pesquisa de impacto econômico em evento (47%), Pesquisa de oferta [cadeia produtiva] (38%).

Percebe-se uma certa homogeneidade dentre as pesquisas realizadas pelos observatórios. Uma sondagem qualitativa junto aos membros destes observatórios poderia esclarecer se essas seriam as pesquisas de fato necessárias a serem produzidas ou se se concentram especificamente nessas por algum tipo de déficit, tal como o técnico-metodológico. Adicionalmente, identificamos uma lacuna de pesquisas utilizando conteúdo gerado pelos usuários [CGU] em ambientes online (e.g., Fontgalland *et al.*, 2022; Mondo *et al.*, 2022) que são de relevância para a gestão pública e privada do turismo, identificadas nas mais diversas pesquisas sobre diferentes tópicos [ver Mondo *et al.*, 2022; Santos *et al.*, 2016; Viana *et al.*, 2019, entre outros]. Tais pesquisas deveriam ser anexadas ao portfólio dos observatórios de turismo, tendo em vista que o CGU promove pesquisas turísticas (Li *et al.*, 2018), é percebido pelos usuários como livres de esforços (Mendes-Filho *et al.*, 2018), explica como decisões são tomadas tanto por empresas, quanto por turistas, além de sanar limitações derivadas das pesquisas survey, como tamanho da amostra e viés de desejabilidade social (Li *et al.*, 2018). Vale notar que o CGU tem sido utilizado nos mais diversos contextos dos estudos do turismo e que

os observatórios devem se apropriar desses dados de acesso público. Tais pesquisas servem de base para o desenvolvimento de ações dos observatórios e gestores públicos e privados para o planejamento e desenvolvimento de destinos e/ou empreendimentos turísticos.

**Ações derivadas dos dados produzidos** - O terceiro ponto em nosso modelo volta nossa atenção para os dados produzidos pelos observatórios e ações derivadas de tais pesquisas. Os observatórios de turismo têm a função de captar dados e informações de ambientes internos e externos aos destinos turísticos, aproximando-os para o desenvolvimento e criação de conhecimentos que possam contribuir para apoiar um destino inteligente, por exemplo. Nesse contexto, o conceito de smartness (Boes, Buhalis, & Inversini, 2016; Buhalis *et al.*, 2019; Xiang, Tussyadiah, & Buhalis, 2015) se refere à possibilidade de fazer algo reduzindo seus custos, seu tempo e seu impacto externo social e ambiental. Em outras palavras, os dados são trabalhados para orientar gestores públicos e privados no desenvolvimento de políticas (Abdel-Ghany, 2001) e estratégias públicas que possam impactar positivamente o destino turístico. Este conhecimento produzido é mantido por cada observatório de turismo.

585

No entanto, os observatórios de turismo surgem com o intuito de aproximar os saberes locais, para que se crie um *espelho nacional* sobre tipologias, perfis, produtos e serviços do destino nacional. Neste domínio dos dados obtidos e levantados é necessário sublinhar a importância de: (a) Dispor de dados abertos e acessíveis (Gretzel *et al.*, 2020; Xiang *et al.*, 2018); (b) Capacidade de partilhar as metodologias entre os observatórios; e (c) Envolvimento das partes interessadas na formação de uma base de dados sólida de conhecimento sobre o turismo local/regional (Alvares, Santos & Perinotto, 2020); (d) Identificação e aproveitamento de novas oportunidades de mercado (Almazán & González, 2021).

As possíveis ações dos observatórios, fornecem base para os diferentes resultados que impactam as diversas esferas do turismo, podendo ser replicadas em todas as escalas dos destinos turísticos. Em nosso modelo conceitual de observatórios de turismo adotamos as ações dos gestores do turismo derivadas das pesquisas implementadas pelos observatórios. Na pesquisa realizada por Alvares, Perinotto e Santos (2020), doze ações emergem do survey conduzido com representantes de observatórios de turismo: (i) Diagnóstico e ordenamento da atividade turística; (ii) Planejamento; (iii) Tomada de decisão; (iv) Orientação; (v) Guiar ações; vi. Elaboração de planos estratégicos; (vii) Suporte a projetos e investimentos; (viii) Definições de

prioridades em projetos; (ix) Planejamento de ações promocionais; (x) Promoção de destinos; xi. Direção de recursos; (xii) Promover grupos de trabalho por segmentos. Entretanto, percebeu-se justaposição entre tais ações, de modo que foram resumidas em 10 (dez) conjuntos de ações em nosso modelo (Fig.1). Frisa-se que tais ações derivam de evidências empíricas, levantadas pelos pesquisadores, de modo que, refletem a percepção dos gestores dos observatórios em relação ao uso de tais dados.

Por fim, reforçamos que os observatórios devem se ocupar das técnicas para o planejamento e o manejo do turismo (Oliveira, Miranda, & Amaral, 2016). Assim, as pesquisas e análises produzidas pelos observatórios são fundamentais para guiar ações do poder público em relação a tomada de decisões, elaboração de políticas públicas relacionadas ao planejamento turístico e definição de estratégias para o desenvolvimento do turismo, como promoção do destino, investimentos e melhor distribuição de recursos. Na próxima seção discutiremos os resultados de uma gestão baseada em dados dos observatórios.

Resultados derivados da gestão baseada em evidências produzidas pelos observatórios - A integração do conhecimento derivado da ação proveniente dos dados, por vezes entre os observatórios de turismo, passa a ser o que chamamos de conhecimento para gerar um maior impacto, mais preciso, eficiente e eficaz sobre: (i) interlocução de metodologias; (ii) acesso aberto aos dados; (iii) formação de séries temporais; (iv) sistematização de informações que apoiarão a elaboração de políticas públicas; e v. estratégias inteligentes, além de respaldar a decisão de comercialização do turismo.

Um desafio enfrentado pelos formuladores de políticas é o de transformar dados em estratégias de inteligência de mercado (Chui *et al.*, 2014). Desta forma, os observatórios de turismo desempenham um papel fundamental não somente na criação destes dados, mas na transformação dos mesmos em materiais de suporte às decisões e investimentos para o mercado. Diante do diagrama de entendimento do funcionamento e funções dos observatórios, as empresas públicas e privadas com competências de gestão devem acompanhar o setor do turismo de forma contínua e sistemática para que adquiram uma posição vantajosa nos mercados nacional e internacional, atribuindo aos observatórios de turismo um papel central na inteligência necessária à prossecução desses objetivos (Alvares & Perinotto, 2022).

Novamente, partimos da teorização proposta por Alvares & Perinotto (2022) para compreender os resultados derivados da gestão baseada em evidências. No modelo deles, a adoção de

observatórios na gestão do turismo resultam em: (i) inovações turísticas; (ii) orientações para a formulação de políticas em turismo; (iii) fornecimento do provisionamento de bens e serviços no setor turístico; (iv) implementação e /ou aprimoramento dos processos turísticos nas empresas; (v) melhorias na organização das empresas do setor de turismo, (vi) adoção de estratégias para a tomada de decisões no setor de turismo e entre os gestores públicos que atuam na área de turismo; (vii) supervisão das estratégias de marketing para o turismo; e, por fim, (viii) ajudar na busca do desenvolvimento do turismo mais sustentável. De fato, ações objetivas, mensuráveis na busca da sustentabilidade se fazem necessárias em um ambiente onde a sustentabilidade muitas vezes é trabalhada de maneira ampla e genérica (Souza-Neto *et al.*, 2022), e estes ferramentais da gestão do turismo podem ajudar a compensar essa deficiência.

Ainda sob a ótica dos resultados elencados por Alvares e Perinotto (2022), ressaltamos que a produção e a troca de conhecimento de modo sinérgico entre os *stakeholders* do setor de turismo favorecem os processos de inovação promovendo assim a combinação de benefício e crescimento para os destinos turísticos, a depender de fatores como a noção de coletividade, força de interação, experiência acumulada e transmissão conjunta de conhecimentos entre seus agentes (Souza, Pena, & Moesch, 2017). Nesse contexto, destaca-se o papel dos observatórios de turismo (enquanto instituições de ensino e centros de pesquisa), uma vez que estes “dão velocidade aos processos de inovação pela capacidade de geração e transmissão de conhecimento e contribuição [...] [ao] turismo” (Souza, Pena, & Moesch, 2017, p. 35). Nesse sentido, então, a inovação turística, derivada destas pesquisas e ações dos observatórios, se faz fundamental para orientar a elaboração de políticas do turismo e tomada de decisões de forma sistemática e não individual (Hall, 2001). O caráter dinâmico do planejamento turístico (Barreto, 2002) requer uma gestão baseada em dados (Sigala, 2018). Neste sentido, os observatórios dotam os gestores do turismo com tomada de decisões mais inteligentes (Dorcic, Komsic, & Markovic, 2018), assim, fornecendo-os bases sólidas para a elaboração de políticas turísticas. Além disso, políticas turísticas baseadas nos dados dos observatórios propiciam ao destino o provisionamento de produtos e serviços e melhoria dos processos das empresas, assim, gerando melhorias organizacionais nos empreendimentos (Alvares & Perinotto, 2022). Por fim, os dados derivados das pesquisas, transpostos em ações, resultam em informações para a promoção do marketing turístico (Iorio *et al.*, 2020).

Os resultados derivados das ações dos observatórios podem ser aplicados nas diversas escalas às quais os observatórios atuam, além de reverberar nas demais escalas, em uma lógica de retroalimentação (ver Beni & Moesch, 2017) na busca do aumento de competitividade turística.

**Interrelações dos elementos do modelo** - A Figura 1 expõe o framework do nosso modelo conceitual, majoritariamente baseado em três principais estudos (Alvares *et al.*, 2022; Alvares *et al.*, 2020; Monteiro *et al.*, 2022) que iniciaram este processo de revisão e proposta de funcionamento e diagnóstico do funcionamento dos observatórios de turismo. Compreendemos que o processo para construção de um observatório de turismo inicia-se com a discussão dos stakeholders envolvidos na gestão do observatório.

Após esclarecidas essas questões iniciais, na ausência de corpo técnico especializado em construção das possíveis ações que os observatórios possam realizar, um elemento externo de apoio metodológico é apresentado, constituído, basicamente, por duas redes: 1. Rede Internacional de Observatórios de Turismo Sustentável da OMT (UNWTO-INSTO); e 2. Rede Brasileira de Observatórios de Turismo [RBOT], sendo esta segunda mais acessível a observatórios que não dispõem de alto grau de articulação entre as secretarias de gestão dos municípios.

O observatório então deverá, dentre suas capacidades técnicas, identificar as suas necessidades iniciais, à medida que se qualifica para produção das demais pesquisas que um observatório pode [e deve] produzir. Nosso modelo apresenta as seis pesquisas mais frequentes em uma análise realizada com os observatórios de turismo filiados à RBOT (Monteiro *et al.*, 2022). Entretanto pontuamos que outros tipos de pesquisa também são produzidos em menor escala e conforme necessidade ou determinação [dependendo da instância de gestão do observatório]. Como exemplo, podemos citar o Observatório do Turismo do Rio de Janeiro, que realizou uma pesquisa durante os Jogos Olímpicos de 2016 com o foco na relação entre a realização das olimpíadas e a prática esportiva por solicitação da Universidade. Há então um trade-off entre a competência técnica dos recursos humanos dos observatórios e as determinações dos órgãos em instâncias hierárquicas superiores que os coordenadores de observatórios deverão saber gerenciar.

As pesquisas desenvolvidas, então, geram potenciais ações que podem ser desenvolvidas pelos observatórios ou pelas entidades gerindo os mesmos. Essas ações dizem respeito ao



planejamento, gestão e controle de destinos turísticos e do fenômeno em si. As pesquisas dos observatórios devem subsidiar evidências, mediante a produção de dados confiáveis para a tomada de decisões destas ações. Como, por exemplo, maior participação da gestão pública em combate aos impactos negativos da Covid-19 (ver Emmendoerfer & Biz, 2021). Por fim, estas ações derivadas das pesquisas geram resultados positivos tanto para os destinos turísticos, quanto para as empresas turísticas nas mais diversas esferas de atuação, e que, conseqüentemente, ajudam a melhorar qualidade de vida dos moradores, pela adoção do turismo como um dos vetores de desenvolvimento socioeconômico, que, ao longo das últimas décadas, vem buscando ser uma atividade pautada nos princípios de desenvolvimento sustentável (Souza Neto & Marques, 2021).

Conforme exposto em nosso modelo, há uma relação cíclica, ou de feedback, entre a função dos observatórios e seus resultados, que se retroalimentam, fazendo com que os observatórios de turismo sejam considerados como 'organismos vivos' e que se adaptam às necessidades, novos saberes e flutuação do corpo técnico. Nosso modelo então fornece a constituição dos observatórios desde sua criação até os seus resultados.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Na última década, os observatórios de turismo contribuíram intensamente para a construção de conhecimento e compreensão do fenômeno turístico. Ao conceituar elementos, ações, resultados, atores e suas inter-relações, o presente estudo contribui para a literatura e fornece diretrizes gerenciais ao sintetizar o funcionamento dos observatórios de turismo e demonstrando a capacidade deles de gerar informações úteis para consumidores, empresas e governo. Neste sentido, expandimos a literatura a respeito desses instrumentos enquanto, paralelamente, fornecemos diretrizes claras para a construção de observatórios que englobem todas as questões levantadas em literatura científica e cinzenta.

A literatura demonstra o aumento contínuo da relevância dos observatórios para uma melhor tomada de decisão pública, privada e melhoria da experiência turística dos visitantes no destino. Os observatórios de turismo consolidam-se como alicerce em uma indústria da informação à medida que se apropriam das tecnologias da informação e comunicação e providenciam dados estruturados para todos os stakeholders envolvidos na atividade turística. A busca pela transparência e disponibilização dos dados de forma aberta alinha-se com as discussões para a

construção de uma nova visão das pesquisas de e-turismo (Gretzel *et al.*, 2020) e devem ser elementos fixos na constituição da governança turística de um destino, independente de qual natureza [e.g. público, privado, misto] adotar.

Apesar de termos tentado ser exaustos na busca da literatura a respeito dos observatórios de turismo e tentado trazer a visão macro e todos os inputs e outputs relacionados aos mesmos, compreendemos que nosso modelo conceitual se limita às publicações dispostas nas buscas dos autores. Além disso, a intenção da construção do atual modelo não buscou acrescentar particularidades socioespaciais, culturais ou interacionais, mas dotar os leitores da compreensão necessária para o entendimento de todas as partes identificadas como importantes para uma gestão eficiente da informação em territórios turísticos. Deste modo, tornando os observatórios como protagonistas na consolidação de destinos turísticos inteligentes, integrados, equilibrados e por vezes mais justos econômica e socialmente. A construção deste modelo a partir de outros modelos já existentes constrói e expõe holisticamente as ações, objetivos, resultados esperados e metodologias ao qual os observatórios já possuem ou deveriam pautar.

Futuras pesquisas deverão utilizar o presente modelo conceitual como base taxonômica para avaliar o grau de maturação de observatórios de turismo brasileiros, aproveitando o nível de articulação dos observatórios brasileiros por meio da RBOT. Tal estudo balizará ações internas das entidades a frente dos observatórios de modo a elevar a contribuição dos mesmos para o planejamento da atividade turística.

Somente quando os observatórios estiverem atuantes, com suas séries históricas de dados disponíveis abertamente e dispendo de dados mais robustos é que destinos turísticos poderão pensar em criar intervenções comportamentais benéficas (ver Souza-Neto *et al.*, 2022) para a população local e para os moradores (Marques & Souza-Neto, 2022), como por exemplo utilizar o perfil psicométrico dos turistas para criação de intervenções comportamentais enraizadas no paternalismo libertário (i.e. nudge) (Thaler & Sunstein, 2008) de modo a aumentar os comportamentos pró-ambientais, e conseqüentemente, diminuir os impactos ambientais negativos (Dolnicar, 2020) no destino receptor. Ou utilizar-se de outros instrumentos de mensuração que não corroborem de um viés de desejabilidade social, como mensuração de emoções ou respostas psicofisiológicas (Hosany, Martin, & Woodside, 2021), já que, conforme

estudos passados, há um alto grau de deseabilidade social em ambientes hedônicos, como o caso do turismo (Souza-Neto & Marques, 2022).

Além disto, nossa pesquisa identificou caráter enviesado das pesquisas, tendendo somente a apresentar os observatórios como geradores de impactos positivos. Corroboramos de pensamento similar, mas salientamos que, muitas das vezes, os observatórios estão em uma arena política de instabilidade, o que pode propiciar o uso antiético e até a produção de informações equivocadas ou desestruturadas. Desta forma, poderemos expandir a literatura para abarcar o real cenário dos observatórios e assim produzir uma formatação mais fidedigna das estruturas dos observatórios. Por fim, os estudos de observatórios carecem de questões de harmonização de indicadores. A melhoria do sistema de indicadores (ZALDUMBIDE, 2017) ajudará no desenvolvimento de uma visão macro da realidade turística de regiões e países.

## REFERÊNCIAS

- Abdel-Ghany, M. (2001). The evolution of research in consumer science: A 200-year perspective. *Family and Consumer Sciences Research Journal*, 30(2), 223-239. [Link](#)
- Almazán, R. S., & González, R. O. (2021). Plataformas online en la 'nueva normalidad': el caso tripadvisor/online platforms and 'new normality': the TripAdvisor case. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(4 ed. esp.), 1-16. [Link](#)
- Alvares, D. F. & Perinotto, A. R. C. (2022) Tourism observatories. In: D. Buhalis (ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. pp.1-3. Edward Elgar Publishing. [Link](#)
- Alvares, D. F., Santos, S. R., & Perinotto, A. R. C. (2020). Network of tourism observatories toward a tourism intelligence: the case of Brazil. *Enlightening tourism. A Pathmaking Journal*, 10(2), 140-178. [Link](#)
- Barbará, S. (2006). Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis. *Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo*, 1(3). [Link](#)
- Barretto, M. (2002). *Planejamento e organização em turismo*. Campinas: Papirus.
- Beni, M. C., & Moesch, M. (2017). A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. *Turismo - Visão e Ação*, 19(3), 430-457. [Link](#)
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2016). Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108-124. [Link](#)
- Brasil [Ministério do Turismo] (2018). Plano Nacional de Turismo 2018-2022. Brasília. [Link](#)
- Buhalis, D. (2000). Tourism and information technologies: Past, present and future. *Tourism Recreation Research*, 25(1), 41-58. [Link](#)
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2013). Smart tourism destinations. In: Z. Xiang, & I. Tussyadiah, (eds.), *Information and communication technologies in tourism 2014* (pp. 553-564). Springer. [Link](#)

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V., & Pacheco, L. (2022). Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 573-595.  
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

- Buhalis, D., Harwood, T., Bogicevic, V., Viglia, G., Beldona, S., & Hofacker, C. (2019). Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484-506. [Link](#)
- Burneo, P. C., & López, S. (2013). Observatorio de turismo: Un espacio de análisis y comunicación como contribución para el desarrollo del Turismo en el Ecuador. *Gestión Turística*, 19, 9-24. [Link](#)
- Cacho, A., Mendes-Filho, L., Estaregue, D., Moura, B., Cacho, N., Lopes, F., & Alves, C. (2016). Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 164-183. [Link](#)
- Carvalho, J. B. D. (2016). *Planejamento estratégico, políticas públicas e monitoramento: uma avaliação das informações produzidas pelos Observatórios de Turismo no Brasil*. Trabalho de Conclusão de Curso. Universidade Federal Fluminense, Brasil.
- Cordeiro, N. M., & Amaral, I. L. (2017). Creation of an Environmental Monitoring Observatory for Coastal Management in the municipality of Itaguaí, Brazil. *WIT Transactions on The Built Environment*, 170, 97-104. [Link](#)
- Chui, M., Farrell, D., & Jackson, K. (2014). How government can promote open data and help unleash over \$3 trillion in economic value. *Innovation in Local Government: Open Data and Information Technology*, 2. [Link](#)
- Dolnicar, S. (2020). Designing for more environmentally friendly tourism. *Annals of Tourism Research*, 84, 102933. [Link](#)
- Dorcic, J., Komsic, J., & Markovic, S. (2019). Mobile technologies and applications towards smart tourism - state of the art. *Tourism Review*, 74(1), 82-103. [Link](#)
- Emmendoerfer, L., & Biz, A. A. (2021). Smart tracking: ferramenta de health and safe tourism para a Covid-19. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(4), 1-15. [Link](#)
- Evangelista, J. (2021) Os Observatórios de Turismo no Brasil: estrutura, pesquisas e relevância. *Anais...V Encontro da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo*. [Link](#)
- Enjuto, N. (2010). Razón de ser los Observatorios. Observando Observatorios ¿Nuevos agentes en el Tercer Sector? *Observatorio del Voluntariado (ODV)*, Plataforma del Voluntariado de España, Madrid, 10-17. [Link](#)
- Fundación Internacional para el Desarrollo de Gobiernos Confiable & Olact - Fidegoc, Organización Latinoamericana y del Caribe de Turismo. (2013). Desarrollo de la metodología para la implementación de observatorios turísticos en México. México: Sectur.
- Fontgalland, M. A. B., Junior, W. A., Perinotto, A. R. C., Souza-Neto, V., & Santos-Silva, L. (2022). O hotel industry relationship marketing through instagram social network in the Covid-19 Pandemic Crisis: Accor Brazil hotel chain case study. *Marketing & Tourism Review*, 7(1). [Link](#)
- Fogaça, I.F., Costa, M. A. M., & Mendonça, T. C. M. (2021). Planejamento turístico, arranjos de gestão participativa e a importância da extensão universitária: a experiência na região Turismo da Baixada Verde. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 437-449. [Link](#)
- Franch, D. B., & Contreras, T. J. C. (2013). Observatorio en turismo: organismo inteligente para la toma de decisiones en el destino. *Revista Iberoamericana de Turismo - Ritur*, 3(2), 25-34. [Link](#)
- Gretzel, U & Kennedy-Eden, H. (2012) Meta analyses of tourism research. In L. Dwyer, A. Gill, & N. Seetaram (eds.). *Handbook of research methods in tourism*. Edward Elgar Publishing.
- Hall, C. M. (2001). *Planejamento Turístico: políticas, processos e planejamentos*. São Paulo: Contexto.

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V., & Pacheco, L. (2022). Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 573-595.  
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

- Lemy, D. M., Teguh, F., & Pramezwary, A. (2019). Tourism development in Indonesia. In *Delivering Tourism Intelligence*. Emerald Publishing Limited. [Link](#)
- Iorio, C., Pandolfo, G., D'Ambrosio, A., & Siciliano, R. (2020). Mining big data in tourism. *Quality & Quantity*, 54(5), 1655-1669. [Link](#)
- Li, J., Xu, L., Tang, L., Wang, S., & Li, L. (2018). Big data in tourism research: A literature review. *Tourism Management*, 68, 301-323. [Link](#)
- López, I. S. (2012). Observatorio turístico del Perú: aproximación a la realidad del turismo rural comunitario. *Anais... XV Encuentro de Latinoamericanistas Españoles*. 851-869. Trama; CEEIB.
- Marques, O. (2021) O papel dos dados sobre a demanda turística internacional no contexto de retomada pós-Covid. *Revista Dados & Informações do Turismo no Brasil*, 1(1), 15-16. [Link](#)
- Marques, O. R. B., Monteiro, J. E. D., & Souza-Neto, V. Rede Brasileira de Observatórios de Turismo. 2021. [Link](#)
- Marques, O. R. B.; Souza-Neto, V. (2022) Behavioural nudging. In: D. Buhalis (ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. 1-3. Edward Elgar Publishing. [Link](#)
- Mendes-Filho, L., Mills, A. M., Tan, F. B., & Milne, S. (2018). Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(4), 425-436. [Link](#)
- Meneghel, L. M., & Tomazzoni, E. L. (2012). A comunicação e a integração dos atores do turismo regional: o caso do Observatório de Turismo e Cultura da Serra Gaúcha (OBSERVATUR). *Turismo-Visão e Ação*, 14(2), 246-260.
- Milheiro, E., Dinis, G., & Correia, E. (2011). Strategic tools for decision support: The regional tourism observatory of Alentejo. *Tourism & Management Studies*, 1(1), 143-150.
- Mondo, T. S., Perinotto, A. R. C., & Souza-Neto, V. (2022). A user-generated content analysis on the quality of restaurants using the Tourqual Model. *Journal of Global Business Insights*, 7(1), 1-15. [Link](#)
- Monteiro, J. E. D., Marques, O., Tavares, G., Santos-Silva, L., & de Souza-Neto, V. (2022). Perfil dos observatórios de turismo da Rede Brasileira de Observatórios de Turismo. *Revista Brasileira de Observatórios de Turismo*, 1(1), 21-39. [Link](#)
- Navío-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M., & Sevilla-Sevilla, C. (2018). Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet-Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism. *Tourism Management*, 69, 460-470. [Link](#)
- Oliveira, R. A., Miranda, I. P., & Amaral, J. P. S. (2016). Gestão da informação: o papel dos observatórios e turismo brasileiros para a tomada de decisão do setor público. *Marketing & Tourism Review*, 1(2). [Link](#)
- Pena, L. C. S., & Moesch, M. M. (2016). A transposição do conhecimento no desenvolvimento sustentável do turismo e o papel dos Observatórios de Turismo. *Revista Hospitalidade*, 13(2), 272-284. [Link](#)
- Pimentel, T. D. (2015). A gestão pública do turismo no Brasil hoje: notas para uma introdução ao campo e proposição de uma agenda. *ComCiência*, v. s/v, 1-5.
- Prima, A. G. & Muhamad. (2016) Implementation of sustainable tourism destination development achievements (Indicators of Sustainable Tourism Development [STD], Sustainable Tourism

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V., & Pacheco, L. (2022). Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 573-595.  
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

- Observatory [STO] Towards Sustainable Tourism Certification [STC]. *Asia Tourism Forum 2016-the 12th Biennial Conference of Hospitality and Tourism Industry in Asia*. Atlantis Press. 125-131. [Link](#)
- Rede Brasileira dos Observatórios de Turismo - RBot (2021, 17 AGO). V Encontro da RBot. [Video]. YouTube. [Link](#)
- Santos, J. L. Q., Galárraga, F. M., & Duque, D. A. S. (2018). Reflexiones acerca del desarrollo del turismo: caso de estudio observatorio de turismo para la Provincia de Pichincha. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos-ABET*, 8(3), 100-110. [Link](#)
- Santos, S. R., Souza Neto, V. R., Pereira, L. R. S., Gândara, J. M. G., & da Silva, S. R. X. (2016). Destino turístico inteligente: acessibilidade no centro histórico de São Luís–Maranhão, um estudo sobre a reputação online no TripAdvisor. *Marketing & Tourism Review*, 1(2). [Link](#)
- Santos, S. R., & Pinheiro, T. M. (2019). Instrumento de inteligência turística e tomada de decisão: o caso do Observatório do Turismo do Maranhão. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 7(12), 10-24. [Link](#)
- Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From multi-disciplinary to anti-disciplinary advances and trajectories. *Tourism Management Perspectives*, 25, 151-155. [Link](#)
- Soares, J. C., Gândara, J. M. G., & Ivars-Baidal, J. (2012). Indicadores para analizar la evolución del ciclo de vida de los destinos turísticos litorales. *Investigaciones Turísticas*, 3, 19-38. [Link](#)
- Soares, L. C., Ferneda, E., & do Prado, H. A. (2018). Observatórios: um levantamento do estado do conhecimento. *Brazilian Journal of Information Science*, 12(3), 86-110. [Link](#)
- Souza, L. H., Pena, L. C. S., & Moesch, M. M. (2017). El conocimiento y la sinergia como inductores de la innovación regional en el turismo: el caso del Observatorio de turismo en el Distrito Federal (Brasil). *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(1), 19-38. [Link](#)
- Souza-Neto, V. & Marques, O. R. B (2022). Attitude-behaviour gap. In D. Buhalis (ed.), *Encyclopedia of Tourism Management and Marketing*. Edward Elgar Publishing. 1-3.
- Souza-Neto, V. R., & Marques, O. (2021). Rural tourism fostering welfare through sustainable development: A conceptual approach. In: A. R. C. Perinotto, V. F. Mayer, & J. R. R. Soares. *Rebuilding and restructuring the tourism industry: Infusion of happiness and quality of life* (pp. 38-57). IGI Global. [Link](#)
- Souza-Neto, V., Marques, O., Mayer, V. F., & Lohmann, G. (2022). Lowering the harm of tourist activities: a systematic literature review on nudges. *Journal of Sustainable Tourism*, 1-22. [Link](#)
- Souza-Neto, V. R., Mondo, T. S.; Mundet I Cerdan, L. (2021) Quality of tourist services in historic centers: preliminary results of a user generated content from the perspective of the Tourqual Protocol. *Anais... XVIII Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*. Setembro, ISSN: 23596805. [Link](#)
- Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008) *Nudge: improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.
- Theorga, A. B. (2016). Os observatórios de turismo no Brasil. Dissertação, Mestrado em Turismo, Universidade de Brasília, Brasil. [Link](#)
- United Nations World Tourism Organization - Unwto (s.d.). *World Tourism Organization International Network of Sustainable Tourism Observatories*. [Link](#)
- Valls, J. F. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro: FGV.

Perinotto, A. R. C., Marques, O., Souza-Neto, V., & Pacheco, L. (2022). Gestão de destinos turísticos baseada em evidências: proposta de modelo conceitual de observatórios de turismo. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 573-595.  
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i4p595>

- Viana, J. P., Mayer, V. F., & de Souza Neto, V. R. (2020). Experience sharing about hotels on TripAdvisor: motivation and preferences of Brazilian tourists. *Marketing & Tourism Review*, 5(1). [Link](#)
- Xiang, Z. (2018). From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25, 147-150. [Link](#)
- Xiang, Z., Tussyadiah, I., & Buhalis, D. (2015). Smart destinations: Foundations, analytics, and applications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4(3), 143-144. [Link](#)
- Zaldumbide, G. J. R. (2018). La creación de un Observatorio de Sostenibilidad Turística (OST) en Cuba y para el Gran Caribe. *Horizontes y Raíces*, 5(2). [Link](#)
- Zambrano, G. V. C., Lino, E. V. A., Quintero, F. Á. L., Coello, E. A. C., Molina, L. D. Z., Veloz, C. S., . & Rivera, D. N. (2021). Control de la gestión del destino turístico sucre-san vicente-jama-pedernales, caso observatorio turístico: Control of the management of the tourist destination sucre-san vicente-jama-pedernales, case of the tourist observatory. *South Florida Journal of Development*, 2(2), 2451-2461. [Link](#)
- Zapata, L. L., & Godoy, J. I. M. (2012). Proyecto de observatorio de turismo para Medellín y Antioquia. *Revista Soluciones de Postgrado*, 5(9), 79-96. [Link](#)
- Zavala, G. M. G., Rodríguez, D. S. C, Suña M. D. C. S., & Ortega, W. M. (2016) Observatorio turístico para la sostenibilidad y competitividad turística de la ciudad de Guayaquil. *Revista Científica Ecociencia*, 3(5). [Link](#)

---

## NOTAS

<sup>i</sup> Para mais informações, acessar: <http://insto.unwto.org/about/>

<sup>ii</sup> Para mais informações, acessar: <http://observatoriodoturismo.uff.br/>

<sup>iii</sup> Para mais informações, acessar: <https://bit.ly/ObservaturBaixadaVerde>

<sup>iv</sup> Para mais informações, acessar <https://obsturpr.ufpr.br/portal/contato/>

<sup>v</sup> eE.g., “Virtual Tourism Observatory” (Comissão Europeia) - <https://ec.europa.eu/growth/tools-databases/vto/>

<sup>vi</sup> Por exemplo, “Osservatorio nazionale del Turismo” (Itália) - <http://www.ontit.it/ont/>

<sup>vii</sup> Para mais detalhes, recomendamos a leitura de Souza, Pena e Moesch (2017)

<sup>viii</sup> Por exemplo, Observatório do Turismo do Maranhão - <https://observatorio.turismo.ma.gov.br/> ; para mais detalhes, recomendamos Santos e Pinheiro (2019)

<sup>ix</sup> Por exemplo, Observatório de Turismo e Eventos da Cidade de São Paulo - <https://observatoriodeturismo.com.br>

<sup>x</sup> Para mais detalhes, acessar: <http://insto.unwto.org/framework/>

<sup>xi</sup> Site institucional: <https://www.observatoriodoturismo.com.br/>