

O QUE DEFINE UM DESTINO TURÍSTICO?

What Defines a Tourist Destination?

MAGNUS L. EMMENDOERFER¹, ELIAS J. MEDIOTTE², MARCOS E. C. G. KNUPP³ & DANIELA F. ALVARES⁴

RESUMO

Este ensaio discute categorias tradicionais e emergentes que permitem definir, de forma constitutiva e operacional, a noção de destino turístico na contemporaneidade. Esta noção vem sendo utilizada no campo de estudos do Turismo de diversas maneiras, trazendo o destino turístico como locus de estudos. Pela inerente pluralidade do campo de Turismo, várias disciplinas lançam luzes aos destinos turísticos pelas próprias peculiaridades do ponto de vista teórico. Desta forma, o objetivo central é apresentar um framework conceitual integrador sobre o que define destinos turísticos no contexto da complexidade, a partir da reflexão de diferentes abordagens teóricas utilizadas nos estudos de Turismo: econômica, geográfica, sociocultural, política, gerencial e tecnológica. Este ensaio de base bibliográfica centrou-se em discussões e reflexões acerca dessas abordagens em termos de congruências e peculiaridades. Como principal resultado, foi ilustrado o framework conceitual integrador a fim de nortear aplicações teóricas e práticas. Além disso, implicações e indicações para futuros estudos, também foram traçados. Portanto, este ensaio é um contributo contemporâneo para a aprendizagem e enfrentamento dos desafios de acadêmicos e profissionais que atuam no Turismo, buscando delimitar e qualificar os destinos turísticos, assim como suas análises.

PALAVRAS-CHAVE

Destino Turístico; Epistemologia do Turismo; Espaço Turístico; Lugar Turístico; Turismo.

ABSTRACT

This essay discusses traditional and emerging categories that make it possible to define, constitutively and operationally, the notion of a tourist destination in contemporary times. This notion has been used in tourism studies, bringing the tourist destination as the locus of analysis. Due to the plurality of the tourism field, several disciplines shed light on tourist destinations due to their peculiarities from a theoretical point of view. Thus, the purpose is to present an

¹ **Magnus Luiz Emmendoerfer** – Doutor. Professor do Pós-graduação em Administração Pública, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, e do Programa de Pós-graduação em Turismo e Patrimônio, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, MG, Brasil. Coordenador Geral da Cátedra UNESCO em Economia Criativa e Políticas Públicas. Currículo <http://lattes.cnpq.br/0919407313173824> E-mail: magnus@ufv.br

² **Elias José Mediotte** – Doutor. Pesquisador no Programa de Pós-graduação em Administração Pública, Universidade Federal de Viçosa, Viçosa, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9107045609679702> E-mail: eliasmediotte@gmail.com

³ **Marcos Eduardo Carvalho Gonçalves Knupp** – Doutor. Professor do Programa de Pós-Graduação em Turismo e Patrimônio, Universidade Federal de Ouro Preto, Ouro Preto, MG, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/6411806256374735> E-mail: marcosknupp@ufop.edu.br

⁴ **Daniela Fantoni Alvares** – Doutora. Professora da Faculdade de Economia e Gestão, na Universidade dos Açores, Ponta Delgada, Açores, Portugal. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/8379936769561038> E-mail: daniela.f.alvares@gmail.com

integrative conceptual framework on what defines tourist destinations in the context of complexity, based on the reflection of different theoretical approaches used in tourism studies: economic, geographic, sociocultural, political, managerial, and technological. This bibliographic-based essay focused on discussions and reflections about these approaches in terms of congruencies and peculiarities. As the main result, the integrative conceptual framework was illustrated to guide theoretical and practical applications. Furthermore, implications and indications for future studies were also outlined. Therefore, this essay is a contemporary contribution to learning and facing the challenges of academics and professionals working in tourism, seeking to define and qualify tourist destinations and their analyses.

KEYWORDS

Tourist Destination; Epistemology of Tourism; Tourist Space; Tourist Place; Tourism.

INTRODUÇÃO

Primeiramente, vamos pontuar o principal precursor da definição de um destino turístico: o turismo. Coaduna-se com uma série de pesquisadores, entre eles, Boullón (2017), Fuster (1985) e Goeldner & Brent Ritchie (2011), que defendem o turismo como fenômeno. Essa conceituação abarca dimensões do Turismo a que as outras não se atêm (Alvares, 2009). Nesse sentido, o Turismo pode ser compreendido como um fenômeno sociopolítico econômico e cultural, com dinâmicas próprias (Moesch, 2000), em que se desenvolvem relações entre stakeholders locais e turistas, e toda uma complexidade advinda dessas conexões.

Com relação aos destinos turísticos, de modo pragmático, a Organização Mundial do Turismo [World Tourism Organization] os conceitua como:

Um espaço físico com ou sem limites administrativos e/ou analíticos no qual um visitante pode pernoitar. É um agrupamento [cluster] de produtos e serviços, e de atividades e experiências ao longo da cadeia de valor do turismo e uma unidade básica de análise do turismo. Um destino incorpora várias partes interessadas e pode formar redes para configurar destinos maiores. Também é intangível com sua imagem e identidade que podem influenciar sua competitividade no mercado. (WTO, 2019, p. 14-15)

Logo, podemos pressupor que destinos turísticos são lugares onde visitantes e turistas tendem a se deslocar em busca de novas experiências, do consumo de produtos e serviços, sobretudo na construção de memórias, por meio de imagens e sentimentos. Dentre esses indutores, é preciso considerar a cultura, a criatividade, o contexto histórico e patrimonial, os sabores provenientes da culinária autóctone, os recursos naturais, somados à hospitalidade e às novas tecnologias.

Nesse sentido, partimos da noção de destino turístico como um espaço ao qual o turista é atraído, a contemplar, vivenciar e participar de atividades e experiências, levando-o a permanecer nesse espaço. Além dos produtos turísticos ofertados, dos serviços de apoio e orientação, os destinos contam com recursos e atrações em toda a sua fronteira física e geográfica, sobretudo por meio de sua identidade cultural, social, ambiental e patrimonial. Todos esses elementos representam uma imagem particular e exclusiva que concerne a sua própria vocação turística, sendo, inclusive, fomentada por instâncias de governança e político-administrativas que podem representar e definir o planejamento, a forma de gestão e o desenvolvimento do destino. Incorpora-se, também, nessa dimensão, a comunidade anfitriã, que além de atuar na recepção, no serviço e na assistência ao turista, constitui-se em uma rede de atores para designar um destino potencialmente turístico e que deve estar intimamente envolvida nas definições sobre a forma de gestão e desenvolvimento do mesmo.

É nessa vertente que este ensaio se fundamenta, tendo de um lado a concepção de Turista como personagem central e, do outro lado, as escalas que compreendem um destino turístico formado por uma rede de atores. Tal rede, instituída desde um país, uma região, uma cidade ou até mesmo de um atrativo, possui o desafio de despertar o interesse de turistas, sobretudo por meio de características originais do lugar, que configuram e estimulam a criação de identidades, apesar da existência paralela de práticas de celebração da inautenticidade dos espaços, onde as cópias têm sido percebidas tão ou mais autênticas que o real (Figueiredo Santos, 2002).

A pergunta que intitula este ensaio - o que define um destino turístico? - é algo que vai além da retórica, requerendo atenção da comunidade científica [inter]nacional, a fim de compreender e abordar o destino turístico na sua complexidade (Hall & Lew, 2009). Isso requer considerar que uma única abordagem teórica para se definir o que é destino turístico pode ser considerada limitada, de médio alcance para captar a realidade (Merton, 1968), negligenciando ou desconsiderando elementos relevantes para sua compreensão e definição mais ampla, com maior robustez, e menos enviesamento a partir das lentes de uma determinada abordagem.

Esse é o ponto de partida das reflexões deste ensaio (Demo, 2004), pois a definição conceitual de destino turístico na literatura de Turismo tem sido tradicionalmente guiada por uma perspectiva disciplinar ou centrada em uma área de conhecimento. Consideramos que na contemporaneidade isso pode ser insuficiente para lidar com a complexidade de fenômenos como o destino turístico, e para avançarmos é preciso adotar uma postura multidisciplinar a fim

de provocar estudos mais robustos, aprofundados e integrados (Hall & Lew, 2009), que podem desdobrar em resultados de natureza inter ou transdisciplinares.

Ou seja, a compreensão deste fenômeno exige não apenas uma análise objetiva, mas também uma consideração das estruturas sociais subjacentes que moldam nossa percepção sob a ótica de uma diversidade de disciplinas, destacando a relevância de uma visão integradora que possa nortear investigações mais abrangentes e enriquecedoras no campo do Turismo, reconhecendo a contextualidade e a influência social na produção do conhecimento. O Turismo envolve uma variedade tão vasta de entidades, atividades e processos que torna quase impossível traçar uma descrição lógica, muito menos oferecer uma definição concreta que não seja limitada ou reducionista em relação ao destino turístico. Contudo, há um consenso de que o destino turístico representa uma peça-chave e fundamental para a compreensão e, conseqüentemente, para a gestão desse fenômeno diversificado (Baggio, 2020).

A relevância prática de se estudar o que define destinos turísticos está no potencial de utilidade desta conceituação, enquanto um dos fundamentos do Turismo e do seu desenvolvimento a partir dessa atividade. Observa-se na literatura do Turismo que o destino turístico é algo dinâmico, estando sujeito a transformações devido a forças internas e, principalmente, externas que provocam impactos na sua dinâmica geográfico-econômica, como em casos de crises (Emmendoerfer & Mediotte, 2022) causadas por epidemias, pandemias, desastres naturais, guerras e outras adversidades que comprometam as vias de acesso e circulação de turistas.

Tais impactos podem influenciar na dimensão emocional das mobilidades nos tempos de instabilidade, as quais tendem a reproduzir novas relações socioeconômicas, novas formas de consumo, novas conexões com o destino turístico, seus espaços e lugares, crenças político-ideológicas e de governança, novas perspectivas estéticas e de lazer. Portanto, os destinos turísticos também se [re]configuram no cenário global-local, ou 'glocal', bem como as motivações e os elementos diversificados que induzem o turista à sua destinação final, mesmo sendo passageira.

Assim, considerando as colocações apresentadas nesta Introdução, o percurso metodológico deste ensaio, sob uma epistemologia interpretativista, foi guiado pelo objetivo de propor um framework conceitual integrador sobre o que define destinos turísticos no contexto da complexidade, a partir da reflexão de diferentes abordagens teóricas utilizadas nos estudos de Turismo: econômica, geográfica, sociocultural, política, gerencial e tecnológica. Essas abordagens foram consideradas para fins deste ensaio a partir das referências utilizadas como

fontes bibliográficas, que expressaram em seus conteúdos tais abordagens, assim como elementos potencialmente convergentes e relacionáveis. Vale ressaltar que tais fontes foram identificadas a partir de bases de dados como o Google Acadêmico que, até o momento da conclusão do levantamento de dados desta pesquisa (março de 2023), não indicou trabalhos que tratassem e discutissem a questão de pesquisa intitulada neste ensaio. Assim, este ensaio se apresenta como inédito e inovador ao propor, a partir de uma postura interpretativista, abordagens e elementos que possam estimular definições mais arrojadas do que venha a ser um destino turístico no contexto da complexidade na contemporaneidade.

DEFINIÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS A LUZ DE DIFERENTES ABORDAGENS TEÓRICAS

Partimos da premissa de que destinos turísticos possuem características estruturalmente semelhantes e, possivelmente, universais (Baggio, 2020). Pontuamos a seguir as diferentes, mas convergentes, abordagens acerca da pergunta que norteia e intitula este ensaio.

Abordagem econômica - Partimos do pressuposto de que o Turismo deve atuar de forma ativa na redução de desigualdades sociais, propiciando a melhoria da renda da população, além da geração de emprego, melhorando a estrutura dos meios de hospedagem e do patrimônio, rede de transportes, garantindo equidade na distribuição de riquezas provenientes de sua prática, além de melhorias em segurança pública, saneamento e limpeza urbana. Assim, acreditamos que o destino turístico tenha a função de prover crescimento e aperfeiçoamento da localidade onde a atividade turística ocorre.

Salientamos que destinos turísticos possuem importância expressiva para o progresso do turismo nacional e internacional, pois além da representatividade baseada nos seus costumes e tradições, também são fontes de geração de riquezas e desenvolvimento. Nesse sentido, entendemos que destino turístico se insere como um arranjo econômico global, constituído em um espaço geograficamente delimitado, possuindo uma variedade de produtos e serviços, com base em seu potencial endógeno, pronto para ser consumido, tendo como objetivo atender às expectativas e necessidades de um público específico.

Flores e Mendes (2014, p. 226) corroboram com esse argumento, apregoando que existem duas relações acerca da economia em destinos turísticos, “a relação entre a demanda (diferentes tipos de turistas hospedados no destino) e suprimento (pelo mix de firmas localizadas no território) para todo o produto turístico”. Sumariamente, esses autores sugerem que um destino deve possuir capacidade econômica para oferecer vários tipos de experiências para os mais

distintos tipos de turismo, sobretudo considerando os diferentes tipos de turistas, suas motivações e necessidades.

Assim, cada destino se caracteriza por um misto de produtos, serviços, atrativos, recursos, hospedagens, visando alcançar e atender às demandas dos vários perfis de turistas, sendo esses, os principais consumidores deste universo de possibilidades. Nessa vertente, observamos que o turismo em destinos turísticos se constitui como um equilíbrio entre oferta e consumo. Essa dinâmica também é percebida por Pimentel e Pimentel (2015), ao mencionarem que a oferta turística deve estar relacionada com o que é produzido com destinação ao turista, bem como o consumo está diretamente associado ao que o turista se dispõe a pagar por esses produtos e serviços disponíveis ao seu alcance:

Assim, quando um turista chega a uma cidade turística, já existe um conjunto de bens, infraestrutura e recursos públicos, de livre acesso e uso a todos os moradores, e que poderão ser igualmente utilizados pelos turistas. Esses bens públicos não ficam restritos à infraestrutura, mas também envolvem, sobretudo, os próprios atrativos, que em sua maioria são elementos de grande expressão, dificilmente produzidos e/ou controlados por uma única pessoa ou organização – como o carnaval, a cultura, a paisagem de um local – na verdade, trata-se de bens gerados, em sua maioria, na forma de externalidades decorrentes de diferentes ações de vários indivíduos, interligados (tanto as ações quanto os indivíduos) espaço-temporalmente. (p. 5-6)

Somado a isso, existe o fator ‘experiência vivida e sentida’, pois ao consumirem o misto de ofertas, os turistas são imersos em uma realidade distinta do seu ambiente cotidiano, o que sugere que mais recursos financeiros sejam injetados nos destinos turísticos, desde que considerados como espaços que funcionam e atendam as expectativas de retorno de seus investidores. A integração econômica regional é o indicador de desenvolvimento turístico que envolve todos os indicadores anteriores, pois através dos fomentos relativos à prática do turismo nos destinos, é possível obter maior crescimento econômico e desenvolvimento regional/local. Além disso, a interação do turista enquanto consumidor, bem como da iniciativa privada enquanto fornecedora de insumos, cuja reciprocidade contribui com a integração econômica da comunidade receptora, são meios importantes para movimentar a economia, além de promover a equidade na distribuição dos recursos à sociedade que atua e/ou depende do turismo.

Abordagem geográfica - O Turismo e a Geografia possuem como objetivo a relação entre espaço, tempo, mobilidade e delimitações transfronteiriças. A perspectiva de ambos se insere no contexto dos fenômenos decorrentes desde as viagens, as estadias dos turistas e os

comportamentos destes no destino turístico, bem como as finalidades que os levam a se locomover e permanecer nesses locais. Tais locais podem ser e ter diferentes escalas territoriais, cuja produção do espaço (Harvey, 2014) molda e estabelece as relações de poder a partir das atividades turísticas.

Assim, no que tange ao olhar da Geografia do Turismo, não podemos deixar de mencionar os modelos de operacionalização turísticos dispostos nos espaços físicos desde o percurso ou trajeto que leva ao destino turístico até os atrativos naturais, arquitetônicos e paisagísticos desses lugares, os quais decorrem das experiências vividas e sentidas que os turistas buscam. Essa concepção destaca dois tipos de medidas operacionais dos destinos, sendo a primeira relacionada com a oferta do trade turístico inserido no espaço físico dos destinos e a sua constituição para a formação, ou não, de um cenário construído intencionalmente, e a segunda, relacionada com os “conceitos de propósito, estrutura e distribuição, assumindo que há um objeto fundamental por trás das decisões e ações de turistas e outras partes interessadas da indústria do turismo” (Flores & Mendes, 2014, p. 225).

Para a Geografia do Turismo, o destino turístico se encontra em uma área delimitada por limites físicos e que faz parte do sistema turístico. Este, por sua vez, se constitui dos recursos de natureza híbrida, ou seja, orgânica e construída por meio da intervenção humana, a fim de induzirem o turista a permanecer e, sobretudo, retornar para o destino em busca de experiências similares, originais e singulares. Geralmente, as atrações turísticas e os eventos, que representam a identidade geográfica de um destino turístico, contribuem para que o turista deseje visitar e se instalar nesses locais, embora nem sempre planejados adequadamente, tendo em vista que o fator exclusivamente econômico esteja entre os principais geradores de insumos e recursos públicos e privados.

Portanto, quase sempre nos deparamos com modificações nas estruturas e no cenário paisagístico dos destinos turísticos, muitas vezes influenciados pela massificação de ofertas e pelas mudanças artificiais desse contexto. A massificação de ofertas vinculada ao trade turístico possui forte relação com a Geografia e o Turismo, pois “o espaço geográfico modifica-se constantemente, e as paisagens incorporam novos objetos e novas técnicas criadas pelo conhecimento e pelo trabalho humano. Essas modificações relacionam e interrelacionam os diferentes espaços geográficos e criam a oferta turística” (Becker, 2014, p. 55).

Nesse sentido, o destino turístico, para além de uma entidade física, torna-se um objeto intangível. Mesmo que se configure como um território multidimensional (Santos, 2021),

composto por características próprias como localização espaço-geográfica, também apresenta outras nuances provenientes de indicadores inerentes ao seu desenvolvimento, amplamente difundidas pela economia, pela educação, pelo emprego e renda, saúde, política, cultura e criatividade. Portanto, o destino turístico torna-se um lugar ou uma instituição sociocultural, haja visto seu contexto histórico, suas tradições e modos de vida, seus símbolos e a sua própria identidade.

Abordagem sociocultural - Nesta perspectiva, duas vertentes são consideradas indispensáveis para o estudo sociocultural em destinos turísticos e suas representações. Primeiramente, destacamos as aproximações e dissonâncias da cultura étnica, ou intracultural, no decorrer de determinado tempo, a qual se configura como um dos principais atributos que definem e distinguem um destino turístico.

Nesta o interesse pelo turismo é provocado pela movimentação dos turistas que impactam na variação intracultural, ou seja, a diferenciação dentro de culturas como etnia, gênero, classe e idade; bem como os impactos sobre a cultura expressiva, particularmente as artes étnicas que se tornam mercadorias para o comércio turístico. (Flores & Mendes, 2014, p. 227)

Em segundo lugar, ressaltamos a intercultural, relacionada com a interação e comunicação construída entre turistas e moradores locais dos destinos turísticos, frequentemente responsável pela geração de culturas híbridas. Assim, partimos de dois pressupostos relevantes ao contexto deste ensaio no que tange à cultura como um dos elementos primordiais de um destino turístico.

O primeiro pressuposto refere-se a presente e atuante rede de atores envolvida no desenvolvimento do turismo, observando, inclusive, como esse desenvolvimento tem sido aplicado à cultura tradicional do destino turístico, relacionada às raízes dessa comunidade, levando o turismo a promover ao turista alegria, movimento, excitação, estímulo, satisfação e vivência, baseados nas expressões culturais e patrimoniais, nas tradições, na autenticidade dos costumes e estilos, característicos da comunidade receptora.

O segundo pressuposto refere-se ao desenvolvimento do Turismo baseado nos indicadores socioculturais, os quais podem contribuir como protagonistas do desenvolvimento dos destinos turísticos em todas as esferas, econômicas, culturais, patrimoniais e sociais. É sobre esse segundo pressuposto que nos debruçamos neste ensaio, pois acreditamos que este seja complementar ao primeiro e que evidencia, de fato, a concepção de um destino turístico

alicerçado na perspectiva sociocultural, de domínio histórico, estético, na cultura pública e social, e na integração econômica regional (Tomazzoni, 2009).

O indicador histórico de um destino turístico possui forte influência no processo de desenvolvimento turístico, pois é por meio do contexto histórico que se aproxima a cultura local do patrimônio, bem como o resgate das tradições autóctones, como gastronomia, arquitetura, a regionalização da comunicação, influências religiosas e a vivência com a dimensão ambiental. Esses atributos constituem a expansão da valorização da identidade local, bem como a preservação de toda a sua herança. Portanto, acreditamos que esse indicador seja um importante estimulador quando o turista programa a sua viagem.

Quanto à preservação da cultura, agregando valor ao patrimônio, o indicador estético permite compreender as bases históricas do destino turístico. A estética é a sensibilização da beleza [interpretada individualmente] dos espaços organizados, possibilitando harmonia e convívio social. Caracteriza-se como estético o patrimônio inserido em um conjunto arquitetônico [histórico ou moderno], as condições de preservação do cenário urbano, as paisagens naturais campestres entre outros. Além disso, é importante observarmos que, de acordo com a evolução e com o passar do tempo, poderá haver a modernização desse indicador ou a sua deterioração, pela própria ação do tempo ou descaso do poder público e/ou da comunidade residente.

A cultura pública e social está fortemente ligada aos costumes locais como agregadores de valor e incentivo turístico. A cultura é a tradição que desperta o interesse do turista e o desenvolvimento social através da inclusão da comunidade, seja na geração de emprego ou na participação de políticas públicas trazendo benefícios incomensuráveis a essa comunidade, propiciando o desenvolvimento turístico local. Diante dessas afirmações, é possível reconhecer que as expressões culturais são uma herança patrimonial e social, e devem ser preservadas, para que todos os envolvidos possam se beneficiar do turismo conscientemente. Assim, todos esses indicadores podem denotar um destino turístico como uma rede de atores que emergem, gerando sinergias e valores adicionais, a partir de uma aglomeração ou cluster de turismo, o qual pode ser entendido como:

[...] um conjunto de atrativos com destacado diferencial turístico, concentrado num espaço geográfico contínuo ou descontínuo dotado de equipamento, instalações e serviços de qualidade, eficiência coletiva, coesão social e política, articulação da cadeia produtiva e cultura associativa com excelência gerencial em redes de empresas que possam gerar vantagens estratégicas comparativas e competitivas. (Beni, 2001b, p.112)

Apesar das congruências entre os termos destino e cluster no turismo, há autores como Cunha (2017) que menciona algumas diferenças, como: (1) enquanto o termo destino é dependente das condições territoriais, climáticas e ambientais, um cluster não depende necessariamente de tais condições apesar de requerer concentração geográfica para existir; (2) os bens naturais são recursos turísticos imóveis e indissociáveis do destino, porém a fim de integrar um cluster, empresas e serviços podem se deslocar para outros lugares visando priorizar outros setores produtivos não necessariamente turísticos; (3) o cluster enfatiza o sistema relacional estabelecido entre agentes e processos produtivos, já o destino enfatiza o sistema geográfico, acentuando aspectos espaciais.

Abordagem política - O planejamento e a gestão do Turismo, a partir da ação interventora do Estado, são essenciais para o desenvolvimento sustentável de destinos turísticos, sendo esta defesa fundamentada por diversos autores, entre eles, Beni (2001a), Cooper et al. (2007), Krippendorf (2002) e Ruschmann (2016). Teoricamente, o discurso desenvolvimentista preconiza a importância da participação ativa da população, juntamente com a gestão pública, no processo de planejar e implementar políticas de turismo que visem o crescimento e expansão do processo cultural, social e econômico. Esse tem sido o aparato de justificação do desenvolvimento em destinos turísticos, cuja iniciativa privada envolve-se com a comunidade local para desenvolverem a expansão turística a níveis nacional e internacional, mas também trazendo o despertar para uma sociedade consciente de seus direitos e deveres.

Neste sentido, os mecanismos institucionais, normativos e estatais, preveem instâncias importantes para que se possa garantir o desenvolvimento dos destinos de maneira participativa. Por exemplo, os conselhos de Turismo, nacional, estaduais e municipais, como espaços de participação no processo político (Mata et al., 2018), conferem possibilidades de ação conjunta de agentes ligados ao campo do turismo para dialogarem sobre a implementação de políticas que possam desenvolver a atividade turística nos destinos. Logo, a partir da implementação das políticas de Turismo, visando o desenvolvimento dos destinos turísticos, espera-se que sejam oferecidos serviços básicos aos turistas e aos que vivem do turismo, como saneamento, transporte, facilidade no acesso, atendimento qualificado ao turista, e segurança, além de toda a infraestrutura necessária para atender a todos os tipos de turistas e a própria comunidade residente.

[Faz parte do processo de políticas de turismo] identificar e *investigar os atores que irão participar do processo de definição* dos assuntos de interesse público e que, portanto, devem interessar à

coletividade. Caso um assunto seja definido como de caráter público e adquira o *status* de ser tratado como uma questão pública, os diferentes atores passarão a envidar esforços e recursos no sentido de tratar as questões relativas ao assunto (Pimentel & Pimentel, 2015, p. 7, *grifo nosso*).

Isso posto, salientamos que as políticas de desenvolvimento do turismo em destinos turísticos precisam ocorrer de forma endógena, pois entendemos que, a partir dos destinos, o processo deve utilizar a capacidade dos recursos, a fim de melhorar a qualidade de vida das pessoas e aumentar a comunicação e a relação da população com o ambiente corporativo e globalizado, prevalecendo a cooperação entre governo e comunidade, desde a iniciativa privada até as pessoas que residem no local ou no seu entorno. Contudo, há ocorrência de designações de espaços ou de lugares como destinos turísticos, pautados em condições jurídicas e institucionais, atribuídas por autoridades governamentais (Emmendoerfer & Soares, 2014), utilizando recursos menos colaborativos ou sem a realização de estudos baseados em evidências sistematizadas, pesquisas qualificadas de opinião e informações gerenciais, que levem em consideração as abordagens tratadas neste ensaio.

Abordagem gerencial - Flores e Mendes (2014) destacam que o processo de gestão do turismo possui relação direta com os destinos turísticos, uma vez que nesse contexto há uma preocupação quanto ao conjunto de necessidades e exigências a serem atendidas durante a permanência do turista. Insere-se, nesse processo, uma variedade de atores e organizações [públicas e privadas]. Complementamos esse argumento mencionando a importância dos intervenientes que fazem parte da governança local, bem como as suas ações, interações e articulações decorrentes das estruturas deliberativas e/ou consultivas de turismo.

A fase de gestão do turismo é caracterizada por duas abordagens. A primeira identificando a necessidade de comercializar o produto-destino, de modo a atrair visitantes suficientes para sustentarem as atividades de negócios do turismo; e a segunda pela adoção de métodos administrativos para assegurar formas benéficas de turismo. Durante esta fase de gestão, as autoridades turísticas começam a tomar decisões proativas sobre as facilidades que irão oferecer, tentando antecipar as procuras e mudanças de gostos dos visitantes e tentando influenciar as suas experiências, principalmente o planejamento de destino. (Flores & Mendes, 2014, p. 228-229)

Há que se destacar os aspectos de uma governança, a relevância que tem as redes de intercâmbio entre agentes públicos e privados e seus vínculos com os territórios (De León Calderón & Guajardo Mendonza, 2021) nos destinos turísticos que eles interagem. Assim, esse processo dinâmico, por meio das interações entre agentes políticos dentro desta rede de decisões, nos ajuda a compreender a essência das políticas públicas de Turismo (Knupp et al.,

2022), conseqüentemente, a gestão do turismo e como isso pode incentivar o desenvolvimento dos destinos.

Destacamos a governança pública do Turismo (Emmendoerfer et al., 2022) como um dos alicerces que legitimam a existência de um destino turístico. Sumariamente, concebemos a governança no Turismo como um elo entre o processo de formulação e implementação de políticas públicas, transparência e accountability, participação e gestão, ambos engajados em atender de forma harmoniosa os interesses coletivos do destino turístico. É também o ponto de partida para a formação de redes de coordenação, cooperação e colaboração, formadas pela interação de toda a cadeia representativa à comunidade envolvida com as políticas de turismo nos destinos.

A gestão de destinos turísticos ocorre, prioritariamente, por meio de planejamento, do qual a governança possui expressiva mediação. Com base na governança, o planejamento turístico representa uma ação fundamentada em uma gestão dirigida à participação e à integração efetiva entre instituições e cidadãos, cujas ações estratégicas contemplam o desenvolvimento do turismo. Sendo assim, “um profundo conhecimento da estrutura e dinâmica características do destino são essenciais para a governança do próprio destino, bem como suas estratégias, políticas ou atividades [produtos e serviços]” (Baggio, 2020, p.10). Portanto, o planejamento é um importante elemento regulador da racionalidade humana possibilitando que a tomada de decisão influencie positivamente a definição de objetivos, metas e métodos, prazos, recursos disponíveis e prováveis para o desenvolvimento sustentável nos destinos turísticos.

As questões sobre o desenvolvimento de destinos turísticos por meio da gestão demandam estratégias que envolvem a governança, através de ações coparticipativas, propostas a partir de um planejamento como processo negocial, com o qual as decisões são coordenadas através de formalizações consensuais entre todos os atores integrantes da rede de governança. Com enfoque no Turismo, essas questões carecem de planejamento que permita o desenvolvimento econômico, a preservação da biodiversidade e o aumento da qualidade de vida e do bem-estar da população, bem como o atendimento às demandas dos turistas. Em síntese, os objetivos do planejamento do turismo devem abarcar a gestão de destinos turísticos enquanto progresso social, visando a proteção e conservação do meio ambiente e das tradições culturais, o uso sustentável dos recursos naturais, a manutenção e a promoção de altos níveis de crescimento econômico, emprego e renda, de forma estável. Consideramos que o planejamento, promovido

pelo gerenciamento de destinos turísticos, sugere o conceito de integração, visando alcançar de forma induzida o desenvolvimento sustentável.

Abordagem tecnológica - Para explicitarmos a tecnologia como estratégia de inovação em destinos turísticos buscamos pontuar critérios de qualificação de lugares por meio dos destinos turísticos em sua essência, tais como: territorialidade, nas suas diferentes escalas; a ideia de turistificação, toda a sua representação socioespacial e suas implicações socioculturais; e a segmentação do turismo em seus aspectos sócio-psico-mercadológicos. Considerando o atual cenário mundial pós-pandêmico, decorrente da crise epidemiológica da Covid-19, a qual resultou em danos e perdas expressivas para todo o sistema turístico, estamos falando de um novo contexto global, de uma nova tendência turística, de um mundo cada vez 'low touch', no qual os turistas têm optado pelo turismo doméstico ou 'staycations', preferencialmente de curtas distâncias e mais acessíveis, organizando sua viagem a partir de tecnologias da informação e comunicação (Moon & Chan, 2022).

Nesse sentido, insere-se no escopo deste ensaio, para além da concepção de destinos turísticos indutores de experiências e contemplações, a possibilidade de viver o entorno, o território, o lugar e os espaços, sobretudo para o descobrimento de novas possibilidades com o uso da tecnologia e de uma nova mentalidade inovadora, que facilitam a interação e a integração do turista por meio da noção 'smart' (Rocca, 2014). Assim como na Cidade Inteligente, os Destinos Turísticos Inteligentes [DTI] se inserem no novo contexto de desenvolvimento do turismo por meio de ferramentas que podem ser aplicadas para reproduzir conhecimento, valor e engajamento para os destinos turísticos, como a realidade virtual, a robótica, a inteligência artificial, dentre outras.

Por fim, Mendes Filho et al. (2022) indicam que a chancela de um DTI visa inserir os espaços indutores de turismo na escala nacional e internacional de competitividade baseada na tecnologia, sustentabilidade, acessibilidade e inovação. Isso tende a favorecer a composição de uma governança multinível, em sintonia com instituições locais, regionais, nacionais e internacionais, com universidades, hubs e laboratórios de inovação, bem como demais integrantes do ecossistema de inovação turística, os quais possibilitam a geração de soluções para o turismo em destinos turísticos, de forma cada vez mais colaborativa.

Marketing e mobilidade em destinos turísticos - Mesmo considerando as abordagens apresentadas para se compreender e assim definir um destino turístico, não se pode desconsiderar que os mesmos envolvem mercados cada vez mais dinâmicos e globalizados, em

que o marketing adquire um papel central na competitividade (Kotler et al., 2021). Assim como o produto-destino passa a ser destacado como um diferencial para os turistas que o escolhem ao traçarem o roteiro de suas viagens, há também, as típicas e exclusivas ofertas de bem e serviços para todos os tipos de turistas, tornando-se um diferencial para o núcleo turístico.

Assim, o marketing pode divulgar a marca de um destino turístico criando valor e gerando receita para a comunidade residente, além de fomentar o senso de identidade por meio dos símbolos que configuram e constituem a essência dos destinos, seja pela forma de viver e/ou pelos costumes e tradições autóctones. Nesse sentido, a atividade turística, associada ao marketing, tende a gerar condições propícias ao aumento do fluxo de turistas, sobretudo à imagem produzida na memória desses, sendo, inclusive, induzidos a recomendarem o destino para outras pessoas e até mesmo a retornarem.

Logo, o próprio destino turístico torna-se objeto de marketing para criação do branding turístico e associa as viagens e a circulação dos turistas com o processo de mobilidade. Tais concepções podem revelar o destino turístico numa perspectiva de influências multiníveis, onde global e local tornam-se 'glocal', manifestado pelo atual sistema turístico, com autorregulação dos grupos majoritariamente econômicos. Ao mesmo tempo, segundo Figueiredo Santos (2002), há esforços mercadológicos de gerar a sensação de indiferenciação entre espaços turísticos e não turísticos, com efemerização do destino como lócus de permanência, que apesar disso, as passagens e os fluxos de turistas têm sido rápidos e intensos, presenciais e virtuais.

Cabe ressaltar que existe uma compressão de tempo e espaço influenciando, não apenas na dinamização dos fluxos de transporte e comunicação, mas também na própria construção de uma nova identidade, especialmente na perspectiva de reengenharia e ludificação territorial ou [re]significação dos destinos turísticos. A compressão de tempo e espaço pode ser descrita por meio dos fluxos dinamizados pelos meios de transporte, os quais representam maior acessibilidade para o deslocamento de um lugar para outro, através da mobilidade, que nos aproximam de espaços geograficamente distantes, tornando-os mais próximos. Ademais, as variadas fontes de mobilidade, tangíveis e virtuais, têm propiciado aos turistas experiências inovadoras, estéticas e culturais, assim como propicia aos destinos soluções para o desenvolvimento em tempos de mudança e reestruturação econômica.

Por fim, acreditamos que deveria ser habitual que os agentes de destinos turísticos refletissem sobre as racionalidades ou intencionalidades de suas ações, considerando as temporalidades, a sazonalidade e a dinamicidade do Turismo. Por isso, reiteramos que as abordagens

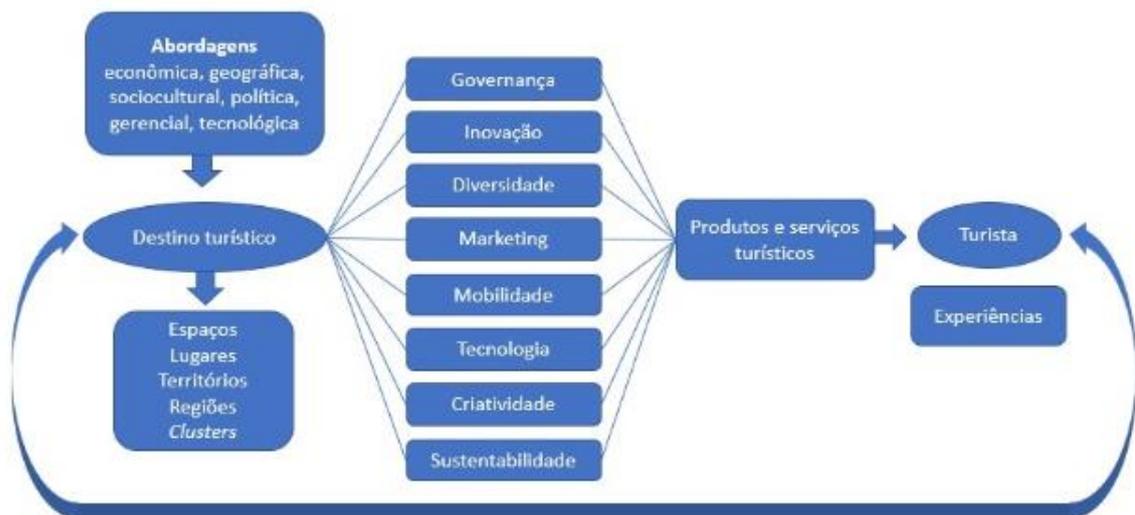
anteriormente apresentadas podem auxiliar no entendimento dos destinos turísticos de forma mais ampla e complementar, visando provocar resiliências e resistências em prol do bem comum.

PROPOSIÇÃO DE UM FRAMEWORK CONCEITUAL INTEGRADOR NA DEFINIÇÃO DE DESTINOS TURÍSTICOS NO CONTEXTO DA COMPLEXIDADE

A partir deste ensaio percorremos por diversas abordagens convergentes no que concerne à definição de destino turístico. Assim, observou-se que destinos turísticos estão imersos em uma base de estruturação e convergência em pelo menos 10 elementos, sendo eles: Governança; Inovação; Diversidade; Marketing; Mobilidade; Tecnologia; Criatividade; Sustentabilidade; Experiências; Turista. Tais elementos foram articulados em um esquema teórico-conceitual, exposto na Figura 1, visando nortear agendas de estudos e práticas para a definição de destinos turísticos, bem como possíveis análises e avaliações de sua institucionalização e de seus efeitos. Assim, a Figura 1 busca sintetizar a complexidade do fenômeno destino turístico que se propôs aprofundar neste ensaio, tecendo aproximações frente a variedade de abordagens que congregam sua definição.

1078

Figura 1. Framework conceitual integrador para subsidiar a definição de destino turístico



Fonte: Elaboração nossa.

A Figura 1 também revela o diálogo proposto entre a diversidade de definições clássicas e emergentes, considerando aproximações e peculiaridades entre termos como espaços, lugares, territórios, regiões e clusters no contexto do turismo, bem como as adjetivações presentes e os

termos emergentes na literatura como nichos, vocações, *branding*, dentre outras, da noção de destino turístico na contemporaneidade. A ilustração do Framework proposto demonstra que a concepção de destino turístico é um processo socialmente construído e, na sua complexidade, é um sistema dinâmico. Assinalamos, também, três elementos-chaves que caracterizam um destino turístico: (i) em primeiro lugar, o turista, que possui um papel ativo na produção e manutenção do destino; (ii) os produtos e serviços provenientes do trade turístico, a partir de processos multiculturais em um mundo globalizado; (iii) a criatividade como potencial inerente ao ser humano (Ostrower, 2014), que possui a faculdade de transformar-se (Furtado, 2008), visto como elemento de integração em vez de fragmentação e segmentação.

Ademais, ressaltamos que os destinos turísticos, além de disporem de grande potencial para impulsionar o crescimento econômico, podem promover e fomentar coalizões e parcerias públicas e privadas, legitimando democraticamente o poder local, principalmente nas instâncias de governança. Por um lado, essas coalizões e parcerias podem favorecer os destinos trazendo elementos estruturadores a fim de promover ao turista ambientes que remetem a experiências de alegria, movimento, excitação, estímulo, satisfação e vivência. No entanto, cabe observar atentamente o processo inverso decorrente deste cenário, pois a exploração exagerada da imagem do destino turístico pode causar [re]transformação e [re]estruturação em todo o seu território, muitas vezes não percebidos extrinsecamente, uma vez que os fatores de crescimento econômico podem ocultar e influenciar o desenvolvimento de indicadores sociais, culturais, ambientais, políticos e éticos. Quando isso ocorre, o turismo passa a ser um valor de troca entre a mercantilização nos espaços públicos e privados, que pode ser maquiado por um cenário de espetacularização turística, a partir da conjugação de recursos e serviços, sejam naturais ou artificiais, onde aspectos exóticos e extraordinários são destacados e ressaltados (Wallingre, 2009).

Outro aspecto a ser mencionado, refere-se aos processos de materialização e elitização dos destinos turísticos, principalmente os urbanos, podendo resultar em segregação social, saturação midiática, banalização dos espaços e patrimônios públicos, supressão das tradições locais e formação de culturas híbridas, e, por fim, mas não menos importante, na gentrificação, que consiste na migração da população mais vulnerável, em termos socioeconômicos, dos centros para os entornos ou periferias, devido ao aumento do custo de vida nos destinos, causando, inclusive, a perda da identidade cultural e tradicional local. Logo, o destino turístico passa a ser visto como uma mercadoria.

Para que isso seja evitado é preciso que tenhamos consciência do valor tangível e intangível de um destino turístico. Para exemplificarmos, salientamos sobre a importância da existência de um núcleo turístico, presente nos destinos, composto por especificidades que induzem o deslocamento dos turistas, como as praias, os monumentos arquitetônicos, o paisagismo, o ecossistema, os parques temáticos, as manifestações culturais, os eventos em diversas escalas e proporções, dentre outros. Ademais, os destinos turísticos podem ser territórios como países, municípios, regiões turísticas ou até mesmo atrativos turísticos, únicos ou conjuntos.

Nesse sentido, é importante ressaltarmos a evolução dos destinos turísticos como um campo de estudos fértil e em constante desenvolvimento, sendo que “em contraste com as primeiras estruturas focadas no papel da demanda na evolução do destino, a compreensão mais recente inclui o papel do contexto social, econômico e político para permitir e restringir a mudança dos processos” (Brouder et al., 2020, p. 7). Os destinos turísticos não só se modificam em função do turismo, mas “são lugares complexos com características residenciais, produtivas e sociais, funções que se estendem além do turismo com trajetórias de coevolução” (Brouder et al., 2020, p. 8), ou seja, seu desenvolvimento ocorre por meio de processos socialmente construídos.

Com base nessa perspectiva, destacamos elementos que convergem com a premissa de que destinos turísticos são multifacetados e dinâmicos, originários da articulação de insumos e recursos de interesse turístico, como os patrimônios culturais material e imaterial das comunidades; as atividades de entretenimento, recreação e lazer; os empreendimentos de hospedagem, alimentos e bebidas; as acessibilidades e vias públicas com equipamentos e infraestruturas de serviços de apoio ao turismo; e a hospitalidade da população residente.

Logo, assinalamos que destino turístico é um ambiente hiper conectado, no qual pessoas, bens e serviços interagem e criam redes de ecossistemas de inovação. No campo tecnológico da informação e comunicação, as organizações públicas e privadas que atuam no turismo possuem papel importante no desenvolvimento do destino turístico, pois representam o âmago das estruturas, instalações e serviços, que projetam as formas de atender às necessidades dos turistas, bem como o planejamento das atividades. Isto posto, os destinos se tornam amálgamas de produtos turísticos, os quais oferecem experiências integradas para os turistas consumidores, tornando-se uma combinação de infraestruturas e comodidades que podem propiciar benefícios tangíveis, intangíveis, (multi)sensoriais e psicológicos. Portanto, é importante destacar que neste ensaio não houve a pretensão se propor uma nova definição para destinos turísticos frente a tantos esforços já empreendidos, mas provocar reflexões e novas

interpretações deste fenômeno a fim de revelar a pluralidade e possibilidades interdisciplinares que existem no campo multidisciplinar do turismo.

IMPLICAÇÕES E POSSIBILIDADES PARA FUTUROS ESTUDOS

Como implicações teóricas e acadêmicas, a discussão empreendida, bem com a ilustração do framework proposto lançam luzes, de forma não intencional neste ensaio para um debate clássico nas Ciências Sociais: o dilema da estrutura e da ação na sociedade (Giddens & Sutton, 2021). Tal dilema desloca as atenções do que define algo para quem define este objeto. Assim, a Figura 1 apresentada traz uma provocação para futuros ensaios e estudos indagando quem define o quê a partir deste framework. Seriam os stakeholders que definem o perfil desejado de turista ou serão os turistas que definem o que seria o destino turístico? Tal debate dialético se intensifica e pode ampliar os elementos analíticos se considerarmos o mundo distópico no qual vivemos, bem como as desigualdades que existem entre destinos turísticos de países desenvolvidos em relação aos países do Sul Global. Tudo isso também traz uma contribuição com potencial pedagógico que pode ser útil para o ensino do turismo, bem como para cursos de capacitação de profissionais do setor.

Estudos futuros sob uma perspectiva historiográfica acerca deste objeto são incentivados porque podem revelar marcos e rupturas sobre o processo, inclusive seu surgimento e institucionalização, de definições consideradas relevantes no campo do turismo, como a questão do destino turístico tratado neste ensaio. Enquanto implicação prática, em termos de aplicação em políticas públicas e planejamento turístico de cidades por profissionais de turismo em organizações públicas e privadas, espera-se contribuir para a reflexão sobre a aplicabilidade das definições de destinos turísticos, articulando as diversas disciplinas e campos científicos que, de maneira corriqueira, trazem a sobreposição dessa noção, ou seja, como elas dialogam entre si e desenvolvem suas definições no campo das políticas públicas, projetos sociais, empreendedorismo, instituições, governança, dentre outros.

Dessa forma, as abordagens e o esquema teórico [framework], apresentados neste ensaio se aplicam diretamente e indiretamente a acadêmicos e practitioners que buscam lidar com esta noção ou tratar os destinos turísticos, com suas questões e dilemas, como objetos de análise de seus trabalhos teóricos ou práticos. É também uma discussão aplicável e relevante para o ensino de cursos de graduação, pós-graduação, de formação e de capacitação em turismo e áreas afins. Portanto, esperamos que este ensaio possa servir de orientação multidisciplinar e integrada

para destinos turísticos, auxiliando e promovendo possíveis avanços no campo, para além da relação entre produção e consumo. Contudo, novos rumos poderão ser traçados nas pesquisas sobre turismo, cuja qualidade tanto da trajetória quanto da chegada, vai depender das escolhas de cada pessoa, enquanto leitor e usuário do framework conceitual integrador proposto neste ensaio.

REFERÊNCIAS

- Alvares, D. (2009). *Avaliação de Planos-Processo em Áreas de Desenvolvimento Turístico*. Tese, Doutorado em Engenharia Civil, Universidade do Minho, Portugal. [Link](#)
- Baggio, R. (2020). Tourism destinations: A universality conjecture based on network science. *Annals of Tourism Research*, 82, 102929. [Link](#)
- Becker, E. L. S. (2014). *Geografia e Turismo: uma introdução ao estudo de suas relações*. *Revista Rosa dos Ventos*, 6(1), 52-65. [Link](#)
- Beni, M. C. (2001a). A política no turismo. In L. Trigo, (Org.) *Turismo: Como aprender, como ensinar* (pp. 177-202). São Paulo: Senac.
- Beni, M. C. (2001b). Turismo: interfaces, desafios e incertezas. In M. Barreto, & M. Rejowski (Orgs.). *Turismo: interfaces, desafios e incertezas* (pp. 105-113). Caxias do Sul, RS: Educs.
- Brouder, P., Clavé, S. A., Gill, A., & Ioannides, D. (2020). Why is tourism not an evolutionary science? Understanding the past, present and future of destination evolution. In P. Brouder, S. A. Clavé, A. Gill, & D. Ioannides (Eds.). *Tourism Destination Evolution* (pp. 1-18). Routledge. [Link](#)
- Boullón, R. (2017). *Planificación del espacio turístico*. México: Trillas.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A. Gilbert, D., & Wanhill, S. (2007). *Turismo: princípios e prática*. Bookman.
- Cunha, L. (2017). *Turismo e desenvolvimento: realidades e perspectivas*. Lidel.
- De León Calderón, A. P. & Guajardo Mendoza, M. A. (2021). Gobernanza y análisis de redes: una perspectiva teórico-metodológica para el estudio de las políticas públicas de turismo rural en México. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(3), 701-721. [Link](#)
- Demo, P. (2004). *Pesquisa e construção de conhecimento: metodologia científica no caminho de Habermas*. Tempo Brasileiro.
- Emmendoerfer, M., & Mediotte, E. (2022). Crisis Management Modus and Sustainability in Touristic Destinations: Lessons from Covid-19. In V. Costa & C. Costa (Eds.). *Sustainability and Competitiveness in the Hospitality Industry* (pp. 213-244). IGI Global.
- Emmendoerfer, M. L., Mediotte, E. J., & Santos, Y. T. (2022). Governança pública no turismo: polissemia, reflexões e implicações. *Ateliê Geográfico*, 16(1), 24-49. [Link](#)

- Emmendoerfer, M. L., & Soares, É. B. S. (2014). Análise do desenvolvimento turístico e da denominação designada pelo governo para qualificar cidades como destinos indutores do turismo em Minas Gerais, Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 3(21/22), 139-151. [Link](#)
- Figueiredo Santos, J. M. (2002). *Turismo mosaico de sonhos: incursões sociológicas pela cultura turística*. Colibri.
- Flores, L. C. S., & Mendes, J. C. (2014). Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 8(2), 222-237. [Link](#)
- Furtado, C. (2008). *Criatividade e dependência da civilização industrial*. São Paulo: Cia. das Letras.
- Fuster, F. (1985). *Introducción a la teoría y técnica del turismo*. Alianza.
- Giddens, A, & Sutton, P. W. (2021). *Sociology*. Polity.
- Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (2011). *Tourism: principles, practices, philosophies*. Wiley.
- Hall, M., & Lew, A. (2009). *Understanding and Managing Tourism Impacts: An Integrated Approach*. Routledge.
- Harvey, D. (2014). *Condição Pós-Moderna*. Loyola.
- Knupp, M. E. C. G., Emmendoerfer, M. L., & Velasco González, M. (2022). Redes de Turismo - relações interdependentes entre atores de políticas públicas. In T. D. Pimentel, B. M. A. Gomes, & V. L. Quadros (Orgs.). *Políticas públicas de turismo no Brasil: Estado da arte e balanço do campo*, V. 2., pp. 218-243. Motres.
- Krippendorff, J. (2002). Desenvolvendo o turismo em harmonia com os seres humanos e o ambiente natural. In S. Gastal & A. Castrogiovanni (Orgs.) *Turismo e investigação crítica* (pp. 11-23). Contexto.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Baloglu, S. (2021). *Marketing for hospitality and tourism*. Pearson.
- Mata, G. M. F., Pimentel, T. D. & Emmendoerfer, M. L. (2018). Teoria do campo social e políticas públicas: o caso do Conselho Gestor de Turismo de Juiz de Fora, MG, Brasil. *Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade* 10(2), 332-354. [Link](#)
- Mendes Filho, L., Mayer, V. F., & Correa, C. H. W. (2022). Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, e-2332. [Link](#)
- Merton, R. (1968). *Social Theory and Social Structure*. (Enlarged Edition). The Free Press.
- Moesch, M. (2000). *A Produção do Saber Turístico*. Contexto.
- Moon, H., & Chan, H. (2022). Millennials' staycation experience during the COVID-19 era: mixture of fantasy and reality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 34(7), 2620-2639. [Link](#)
- Ostrower, F. (2014). *Criatividade e processos de criação*. Vozes.

- Pimentel, T. D., & Pimentel, M. P. C. (2015). Destino turístico como construção coletiva: os atores envolvidos e sua necessidade de articulação. *Revista Turismo y Desarrollo Local*, 8(18), 1-13. [Link](#)
- Rocca, R. A. (2014). The role of tourism in planning the smart city. *TeMA-Journal of Land Use, Mobility and Environment*, 7(3), 269-284. [Link](#)
- Ruschmann, D. (2016) *Turismo e Planejamento Sustentável: a proteção do meio ambiente*. Papirus.
- Santos, M. (2021). *Por uma Geografia Nova: da crítica da geografia a uma geografia crítica*. São Paulo: Edusp.
- Tomazzoni, E. L. (2009). *Turismo e desenvolvimento regional: dimensões, elementos e indicadores*. Caxias do Sul, RS: Educ.
- Wallingre, N. (2009). Alternativas de desarrollo de los destinos turísticos. In N. Wallingre, & A. Villar, A. (Eds.). *Desarrollo y gestión de destinos turísticos* (pp. 21-50). Universidad Nacional de Quilmes.
- World Tourism Organization - UNWTO (2019), *UNWTO Tourism Definitions*. UNWTO. [Link](#)

AGRADECIMENTOS

Agradecimentos institucionais ao fomento da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais – FAPEMIG, ao Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico – CNPq e à FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito do projeto UIDB/00685/2020. Adicionalmente, agradecemos ao apoio da Cátedra UNESCO em Economia Criativa e Políticas Públicas que tem dentre os seus objetivos ações colaborativas na área de pesquisa do Turismo, bem como à equipe editorial e pareceristas anônimos da Revista Rosa dos Ventos pela acolhida e pelas valiosas sugestões que permitiram qualificar ainda mais o presente ensaio.

PROCESSO EDITORIAL

Recebido: 19 mai. 2023

Aceito: 16 nov. 2023