

# Abordagem brasileira sobre turismo e tecnologias da informação e comunicação: 10 anos de produção do Seminário da ANPTUR.

The Brazilian approach on tourism and **information and communication technologies**: 10 years of production of the ANPTUR seminar.

ALEXANDRE AUGUSTO BIZ \* [alexandrebiz@hotmail.com]

CYNTHIA CORREA \*\* [cynthia.correa@outlook.com]

**Resumo** | Nas últimas décadas, as transformações tecnológicas no campo do turismo e hospitalidade são analisadas por pesquisadores em diferentes partes do globo. Esta pesquisa teve como objetivo mapear o panorama da produção científica brasileira com ênfase em turismo e tecnologias da informação e da comunicação (TIC), por meio dos Anais do Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), de 2005 a 2015. A pesquisa qualitativa de caráter exploratório e descritivo, realizada entre julho e agosto de 2016, adotou como elementos de consulta o ano da obra, título, autores, Instituições de Ensino Superior (IES) de origem e palavras-chave. Como resultado, foram identificados 62 artigos relacionados a turismo e TIC classificados por temas em sete categorias: promoção e marketing digital, comércio eletrônico, hospitalidade virtual, consumidor, TIC e gestão, TIC e ensino, e turismo móvel. Constatou-se a associação entre autores e linhas de pesquisas em Programas de Pós-Graduação ligadas a estudos mais aplicados ao mercado de trabalho, sobretudo, envolvendo a inserção de variadas tecnologias em processos administrativos, como estratégias de gestão e competitividade, além de contemplar a participação do consumidor no cenário dos negócios *online* e a disseminação de conteúdo gerado pelo usuário (CGU).

**Palavras-chave** | Turismo, TIC, ANPTUR, produção científica, Brasil

**Abstract** | In the last decades, the technological transformations in the field of tourism and hospitality are analysed by researchers in different parts of the globe. This study aimed to map the landscape of the Brazilian scientific production with an emphasis on tourism and Information and Communication

\* **Doutor** em Engenharia e Gestão do Conhecimento pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). **Professor** Adjunto do Departamento de Turismo e do Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR) e co-líder do grupo de pesquisa Turismo, Tecnologia, Informação, Comunicação e Conhecimento – TURITEC da UFPR.

\*\* **Doutora** em Comunicação Social pela Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUC-RS). **Professora** do Programa de Pós-Graduação em Estudos Culturais da Universidade de São Paulo (USP) e coordenadora do grupo de trabalho Inovação em Serviços do Observatório da Inovação e Competitividade da USP.

Technologies (ICT) through the Seminar Proceedings of the National Association for Research and Graduate Program in Tourism (ANPTUR), from 2005 to 2015. The qualitative research of exploratory and descriptive character held between July and August 2016, sought as query elements of the work year, title, authors, higher education institutions of origin and keywords. As a result, it was identified 62 articles related to tourism and ICT classified thematically into seven categories: promotion and digital marketing, e-commerce, virtual hospitality, consumer, ICT and management, ICT and education and mobile tourism. It found the association between authors and research lines of Graduate Programs linked to more applied to the labor market studies. Especially involving the insertion of various technologies in administrative aspects, such as management and competitiveness strategies, and contemplate the consumer participation in the scenario of on-line business and the spread of user-generated content (UGC).

**Keywords** | Tourism, ICT, ANPTUR, scientific production, Brazil

## 1. Introdução

A pesquisa científica em turismo no Brasil é relativamente nova, com menos de 20 de anos. Começou a ganhar escopo a partir da implementação do primeiro programa de mestrado especificamente na área básica – turismo, no ano de 1997, com o Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hotelaria da Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI).

Com a abertura dos demais programas na área básica – turismo, foi fundada em 08 de novembro de 2002 a Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo (ANPTUR), em um encontro realizado na UNIVALI entre pesquisadores e docentes dos Programas de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de Caxias do Sul (UCS), Universidade Anhembi Morumbi (UMA), da Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e Universidade de São Paulo (USP). Entre os objetivos da ANPTUR, destacam-se proporcionar informações sobre métodos e programas de ensino, pesquisa em andamento e fontes de recursos para os programas de pós-graduação afiliados e para a divulgação junto à sociedade civil, promover a cooperação e o intercâmbio entre as instituições filiadas, e realizar congressos, seminários, simpósios

e reuniões de interesse dos membros (ANPTUR, 2016).

O I Seminário da ANPTUR foi realizado no ano de 2004 e, desde então, ocorre anualmente sob responsabilidade da associação e de um membro efetivo da ANPTUR. Atualmente, são afiliados o Mestrado e Doutorado em Turismo e Hotelaria da UNIVALI, Mestrado e Doutorado em Turismo da UCS, Mestrado e Doutorado em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), do Mestrado e Doutorado em Hospitalidade da UAM, Mestrado Profissional em Gestão de Negócios Turísticos da Universidade Estadual do Ceará (UECE), Mestrado Profissional em Turismo da Universidade de Brasília (UnB), Mestrado em Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Mestrado em Turismo da Universidade de São Paulo (USP) e Mestrado em Turismo da Universidade Federal Fluminense (UFF) (ANPTUR, 2016).

Com o tempo, o Seminário da ANPTUR passou a ser considerado um dos principais eventos técnico-científicos da área acadêmica de turismo no Brasil, com diferentes divisões científicas como Gestão do Turismo, com os seguintes grupos de trabalho: marketing turístico, competitividade e

estratégia no turismo, gestão do conhecimento e de novas tecnologias no turismo, e turismo, inovação e criatividade. O objetivo desta pesquisa visa mapear a produção científica brasileira com ênfase em turismo e TIC, por meio dos Anais do Seminário da ANPTUR, no período de 2005 a 2015.

## 2. Produção científica em Turismo e TIC de 1980 a 2013

As primeiras grandes publicações sobre a temática turismo e TIC surgem a partir do primeiro evento ENTER eTourism Conference, organizado pela International Federation for Information Technologies in Travel and Tourism (IFITT) e realizado em 1994 na cidade de Innsbruck (Áustria), resultando na publicação do livro *Information and Communication Technologies in Tourism: Proceedings of the International Conference in Innsbruck, Austria, 1994*, publicado pela editora Springer. Na época, a discussão focava na aplicação de sistemas de informação na gestão de destinos e de empresas turísticas, questões como realidade virtual, hiper-mídia, ambiente de sistemas abertos, e sistema de inteligência para agências de viagens e meios de hospedagem. Desde então, o ENTER eTourism Conference é realizado anualmente (IFITT, 2015).

Um estudo de Frew (2000) buscou explorar a pesquisa emergente por meio da aplicação e da interação de TIC com o turismo. Para definição do escopo da pesquisa, identificou a dificuldade em se estabelecer um ponto de entrada apropriado com a literatura, justificando-se que, ao contrário de outras áreas do conhecimento, o turismo tinha poucas bases de pesquisas dedicadas a aplicações de TIC até o ano de 1999. Frew (2000) decidiu concentrar a sua pesquisa no período de 1980 a 1999, selecionando 665 artigos relacionados a turismo e TIC. Entretanto, ao analisar os artigos, o autor observou que 43% de todas as publicações representavam uma literatura genérica ou regular,

como negócios, gestão, computador e tecnologias de comunicações; 32% tratavam de fontes específicas na hotelaria, 20% de fontes específicas ao turismo. Considerou que o marco inicial para o aumento das publicações em turismo e TIC ocorreu no ano de 1994, sendo que as cinco palavras-chave mais citadas ao longo da pesquisa foram, respectivamente, *Tourism Information System*, marketing, Internet, *Destination Management System* e Web.

Por sua vez, Liu, Zhong, Ip e Leung (2011) analisaram os anais de 17 edições do ENTER eTourism Conference, de 1994 a 2010, para obter uma visão geral das contribuições da pesquisa sobre a aplicação de TIC em viagens e turismo, em termos de países, regiões, pesquisadores individuais e institutos afiliados. Para tanto, utilizaram o método de Sheldon (1991) definido como *authorship analysis of tourism research*. Primeiramente, define-se a instância, que representa o número de vezes que um autor tem contribuído para um artigo de investigação total ou parcialmente, a partir de um determinado instituto ou região. Posteriormente, ocorre a medição das instâncias ponderadas para identificar a parcial contribuição dos co-autores ou multi-autores.

Foram identificados 745 artigos publicados no ENTER eTourism Conference com 1.037 autores diferentes sendo que, 73,48% provenientes de pesquisadores da Europa, 12,71% das Américas, 12,49% da Ásia/Pacífico, 0,69% da África e 0,64% do Oriente Médio. O Brasil teve, no período analisado, quatro artigos publicados. Entre os dez autores mais citados estavam, por ordem de citação, Buhalis em 35 artigos, Fesenmaier em 32 artigos, Law em 28 artigos, Gretzel em 23 artigos, Murphy em 18 artigos, Frew em 16 artigos, O'Connor em 16 artigos, Höpken em 15 artigos, Sigala em 15 artigos, Shegg em 14 artigos (Liu et al. 2011).

Law, Buhalis e Cobanoglu (2014) examinaram até que ponto os pesquisadores progrediram nas investigações sobre TIC publicadas em revistas de turismo e hospitalidade entre 2009 e 2013. Eles avaliaram 107 artigos, que foram reunidos em duas

categorias: consumidor (41 artigos) e fornecedor (66 artigos), que abarcam os atores principais no setor turístico. Uma análise de conteúdo mostrou que as indústrias de hospitalidade e turismo utilizam as TIC em diferentes unidades de negócios e para diversas aplicações. A partir dos resultados, os autores esperam que os profissionais da indústria aprendam sobre práticas atualizadas e, assim, possam decidir como aproveitar os desenvolvimentos tecnológicos recentes.

Por fim, Werthener, Alzua-Sorzabal, Cantoni, Dickinger, Gretzel, Jannach, Neidhardt, Pröll, Ricci, Scaglione, Sangl, Stock e Zanker (2015) realizaram um manifesto sobre o futuro da pesquisa em turismo e TIC. O objetivo foi identificar uma lista de tópicos de pesquisa cruciais e questões no eTourism, definido como tudo o que acontece eletronicamente na indústria de viagens e turismo e, respectivamente, nas experiências. Werthner et al. (2015) indicam, como ponto de partida, atual e futura, técnicas de desenvolvimentos que parecem ser muito influentes e provavelmente se tornarão realidade, servindo de horizonte para novas pesquisas:

- (i) Aplicativos móveis operando em diferentes dispositivos;
- (ii) Internet das coisas (IoT) com conectividade permanente;
- (iii) Novos paradigmas de interação entre humanos e computadores, como novas abordagens de busca e recomendação (emocional, implícita, sensor de base, pró-ativa);
- (iv) Análise de dados que não utilizam a palavra de ordem “*big data*” em todos os níveis diferentes de pessoa, grupo, empresa, setor específico, com a construção de aplicações de técnicas de aprendizado de máquinas avançadas;
- (v) A inteligência coletiva, ou a inteligência das multidões, resultante dos processos de *crowdsourcing*; e

- (vi) Custos menores em ferramentas e engenharia de *softwares* permitindo aplicações onipresentes de novos paradigmas de engenharia de sistemas.

Portanto, novos enfoques de pesquisa na linha do eTourism são delineados para os próximos anos. Ademais, no cenário contemporâneo, marcado por transformações geradas pela chamada economia de compartilhamento nos serviços turísticos tradicionais (Heo, 2016; Wang, Li, Guo & Xu, 2016), práticas estruturadas em inovações passam a representar um componente fundamental para incrementar o campo do turismo e hospitalidade (Sipe, 2016).

### 3. Metodologia

A pesquisa qualitativa, de caráter exploratório e descritivo, foi realizada entre julho e agosto de 2016, visando mapear o panorama da produção científica brasileira com ênfase em turismo e TIC. Para tanto, foram examinadas as publicações nos Anais do Seminário da ANPTUR, no período de 2005 a 2015, buscando como elementos de consulta o ano da obra, título, autores, IES de origem e palavras-chave.

Foram selecionados 62 artigos, que apresentavam alguns dos seguintes termos nos títulos e palavras-chave: ambiente virtual, ciberespaço, canais de distribuição, *e-commerce*, tecnologias da informação e da comunicação, informatização de serviços, Internet, *websites*, portal, tecnologia, ferramentas, *on-line*, digital, Web 2.0, geoprocessamento, geotecnologias, interação homem-computador, hospitalidade em rede, hospitalidade virtual, mídias sociais, marketing digital, conteúdo gerado pelo usuário, turismo móvel, aplicativos, *on-line travel reviews*, *smartphone*.

Devido à inexistência de uma divisão científica no Seminário da ANPTUR voltado exclusiva-

mente ao emprego de TIC no turismo e hospitalidade, optou-se pela seleção de termos correlatos às ações de eTourism para abranger uma quantidade razoável e uma variedade de trabalhos, assim como pesquisadores de distintas IES. Na sequência, os textos foram agrupados para exame em sete categorias temáticas: Promoção e marketing digital, Comércio eletrônico, Hospitalidade virtual, Consumidor, TIC e gestão, TIC e ensino, e Turismo móvel.

#### 4. Resultados

Para uma análise introdutória sobre o panorama das pesquisas sobre turismo e TIC produzidas por estudiosos brasileiros, os 62 artigos selecionados dos Anais do Seminário da ANPTUR,

publicados de 2005 a 2015, foram classificados por temas em sete categorias: Promoção e marketing digital, Comércio eletrônico, Hospitalidade virtual, Consumidor, TIC e gestão, TIC e ensino e Turismo móvel, detalhadas a seguir.

**Promoção e marketing digital:** trata-se da categoria mais abrangente contendo 19 trabalhos (30,7%), ao abordar a divulgação *on-line* da imagem e marca de representantes de diversos segmentos, como destinos (países, estados e cidades), operadoras de turismo, companhias aéreas e meios de hospedagem. A maioria dos estudos apoia-se em técnicas de análises de *websites* (Quadro 1), inclusive para avaliar experiências de turismo comunitário e informações propagadas por destinos sustentáveis, por exemplo a ilha de Fernando de Noronha (PE), por meio do conteúdo expresso *on-line*.

Quadro 1 | Artigos baseados na análise de websites

Ano	Título
2005	Internet e a potencialização da atividade turística.
2009	Informação Eletrônica em Turismo: Uma Avaliação nos Web Sites Turísticos dos Destinos mais Visitados no Brasil.
2009	A Imagem do Brasil enquanto Destino Turístico nos Websites das Operadoras de Turismo Europeias.
2009	Ouro Preto: da Virtualidade da Imagem de um Destino Turístico à Imagem Complexa.
2010	Congruência entre Identidade e Imagem de Marca: Uma Análise a partir de Web Sites das Principais Companhias Aéreas Brasileiras.
2010	Publicidade e Imagem de destino: Uma Análise dos Sites Oficiais de Turismo dos Estados Brasileiros.
2011	A sustentabilidade de destinos turísticos expressa no website das localidades: o caso de Fernando de Noronha.
2012	A Dinâmica do E-tourism no Destino Turístico de Balneário Camboriú, SC.
2013	Turismo Comunitário e Internet: Análise dos sites das experiências no Brasil.
2013	Marketing Digital na Hotelaria: estratégias e atualidades.
2014	Pousada Urbana: uma análise da exposição midiática de cinco pousadas paulistanas.
2014	Informações turísticas disponibilizadas nos websites das cidades e estados sede da Copa da FIFA 2014.

Fonte: Elaboração própria.

Além do exame de páginas Web, são englobados nesta categoria artigos relacionados ao monitoramento de perfis em redes sociais, de modo a

verificar a efetividade dessas ferramentas no marketing turístico (Quadro 2).

Quadro 2 | Artigos focados na análise de mídias sociais

Ano	Título
2013	Monitoramento de resultados em mídias sociais no turismo: estudo da Oktoberfest Blumenau/SC 2012.
2013	As Mídias Sociais como Ferramenta Estratégica no Marketing Turístico.
2014	Análise das Ações de Marketing em Mídias Sociais pelas Destination Management Organizations (DMO): um Estudo Comparativo da Promoção Turística no Facebook.
2015	E-marketing e as redes sociais nos serviços turísticos: um estudo sobre a interação entre os consumidores finais e a companhia aérea TAM através de sua página corporativa no Facebook.
2015	Uso de mídias sociais como alternativa para apoiar iniciativas de destinos inteligentes: analisando dados do Twitter durante a Copa de 2014 em Natal.
2015	O Papel das Mídias Sociais na Promoção do Festival Folclórico de Parintins-AM.
2015	Análise da gestão e monitoramento em mídias sociais pelas Destination Management Organizations (DMO) de Curitiba-PR.

Fonte: Elaboração própria.

Na atualidade, as pesquisas sobre a interação do público com os canais de mídias sociais adquirem relevância no turismo diante do potencial de cocriação de valores com a participação ativa dos consumidores. Na linha do SoCoMo marketing (Buhalis & Foerste, 2015), fundamentado em mídias sociais e na personalização baseada no contexto, por meio do uso de dispositivos móveis.

**Comércio eletrônico:** com 10 textos publicados (16%), nota-se uma preocupação em torno da desintermediação dos serviços com a disseminação dos canais de distribuição e as práticas de comér-

cio eletrônico, seja referente a destinos, empresas de hospedagem e principalmente agências de viagens, que foram diretamente impactadas com a presença de *on-line travel agencies* (OTA). Entre os artigos (Quadro 3), predominam indagações sobre os desafios impostos ao mercado de viagens *on-line* e *off-line*, tanto nacional quanto internacionalmente, e um estudo em particular, de 2010, discute o fenômeno de compras coletivas no setor de hotelaria, quando essa ação comercial passou a se popularizar no país.

Quadro 3 | Artigos classificados em comércio eletrônico

Ano	Título
2007	A importância da utilização dos canais de distribuição no setor hoteleiro: um estudo de caso na cidade de Blumenau.
2007	Os destinos turísticos e a utilização dos canais de distribuição nas hospedagens do município de Santa Rosa de Lima.
2007	Transformações dos serviços de intermediação – o caso das agências de viagens de Belo Horizonte.
2010	Canais de distribuição da hotelaria e o posicionamento atual de Belo Horizonte.
2012	Compras coletivas na hotelaria: uma análise do ponto de vista do anunciante.
2013	Perspectiva de qualidade da comercialização <i>on-line</i> pelas agências de turismo receptivo em Curitiba-PR.
2013	A Internet nas Agências de Viagens e Turismo: Cenário Brasileiro e Tendências Mundiais.
2014	Análise dos Impactos Causados pela Desintermediação nas Agências de Viagens no Brasil.
2014	Agências de turismo no contexto dos multicanais de distribuição – os desafios do mercado <i>on-line</i> e <i>off-line</i> de viagens.
2015	A interferência da internet na competitividade das agências de viagens e turismo da cidade de São Paulo.

Fonte: Elaboração própria.

**Hospitalidade virtual:** com o avanço tecnológico e a competição acirrada entre as empresas, uma estratégia para manter a fidelização dos consumidores é investir no relacionamento por meio da chamada hospitalidade virtual, debatida desde 2009. Dessa forma, 9 artigos (14,5%) abordam a necessidade de empresas turísticas inovarem no atendimento empregando ferramentas tecnológi-

cas, que pode resultar em uma vantagem competitiva (Quadro 4). Apesar de grande parte dos autores se concentrar em meios de hospedagem, um estudo focado em companhias áreas discorre sobre a acessibilidade dos *websites* como fator expressivo para a consulta do público.

Quadro 4 | Artigos sobre hospitalidade virtual

Ano	Título
2009	Inovação Tecnológica e Mudanças nas Relações com os Clientes em Serviços do Setor de Hospitalidade.
2009	Aquisição de Vantagem Competitiva por Diferenciação: Um Estudo do Atendimento Virtual Praticado em Hotéis Resort no Brasil.
2010	Tecnologia Digital e o Relacionamento no Turismo e na Hospitalidade.
2010	Tecnologia Digital no Processo Decisório de Compra no Turismo e na Hospitalidade: Um estudo de caso da empresa TabletHotéis.
2011	Acessibilidade e Turismo: um estudo sobre a aplicação dos padrões do WCAG 2.0 nos sites de duas companhias aéreas brasileiras.
2013	Hospitalidade Virtual x Meios de Hospedagem: análise dos sites dos hotéis fazenda do Paraná.
2014	Hospitalidade Virtual: a interfaces de conhecimento entre a comunicação e o turismo via aparatos tecnológicos.
2015	O uso da internet e a hospitalidade nos hotéis do caminho velho da Estrada Real.
2015	Hospitalidade e comunicação dirigida à nova classe média: Análise de websites de quatro empresas de serviços turísticos.

Fonte: Elaboração própria.

**Consumidor:** no contexto da Web 2.0 de caráter mais participativo e inclusivo, destaca-se o empoderamento do consumidor (Quadro 5) que conta com recursos de comparação de preços em tempo real, além de se informar e tomar decisões sobre o planejamento de viagem apoiado em comentários publicados em *sites* de avaliação e plataformas de redes sociais, por meio do nomeado conteúdo gerado pelo usuário (CGU).

Quadro 5 | Textos classificados na categoria consumidor

Ano	Título
2011	Motivação versus esforço: A teoria do risco sob a ótica do consumidor de serviços hoteleiros diante do mundo digital.
2012	Turismo, Espaço e Paisagem: Uma Abordagem Geográfica da Escolha de Destinos Turísticos na Era Digital.
2012	Turismo e Comportamento de Consumo: Retaliação a Empresas Aéreas no Ambiente Virtual.
2012	Identificação de Fatores a Partir do Uso de Estratégias de Redução dos Riscos Percebidos na Aquisição de Serviços Hoteleiros <i>On-line</i> .
2012	Using User-Generated Content when travelers make travel plans: A Theory of Planned Behavior perspective.
2013	A correlação entre a satisfação geral e critérios de avaliação de serviços nos sítios de conteúdo gerado por usuários.
2015	Expectativa x experiência: análise de avaliações sobre a qualidade dos serviços de meios de hospedagem classificados pelo SBClass publicadas em redes sociais.
2015	Experiência gastronômica em Natal (RN): as categorias de análise da experiência dos usuários das <i>On-line Travel Reviews</i> (OTRs).
2015	Consumo colaborativo e relacional no contexto do turismo: a proposição de um modelo entre a sociabilidade e a hospitalidade em rede.

Fonte: Elaboração própria.

Conseqüentemente, 9 pesquisas (14,5%) dedicam atenção ao cliente, o potencial turista, avaliando a motivação e a percepção de riscos no processo de compra *on-line*, ou a relação entre satisfação e critérios de avaliação de serviços divulgados em *sites* especializados em CGU. Conforme o período de publicação dos trabalhos, de 2011 a 2015, observa-se que a temática é recente entre os estudiosos brasileiros.

**TIC e gestão:** o auxílio de TIC na admi-

nistração dos empreendimentos turísticos é outro aspecto tratado por 8 (13%) artigos examinados (Quadro 6), envolvendo a gestão de destinos, de redes de hospedagem e até a gestão participativa em órgãos públicos de turismo. Há análises sobre a adoção de ferramentas para aprimorar a gestão do conhecimento, bem como a inteligência competitiva visando dar suporte à tomada de decisão.

Quadro 6 | Artigos com foco em TIC e gestão

Ano	Título
2007	Uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (T.I.C.) na gestão dos destinos turísticos.
2009	Interfaces entre Geoprocessamento e Turismo: o estudo de caso do Projeto Lagoas Costeiras no Litoral Médio e Sul do Rio Grande do Sul.
2009	WEB 2.0, Preservação Cultural e Turismo: Rumos para Desenvolvimento Local com Base no Uso Comunitário da Internet em Ilhéus-Ba.
2010	As Ferramentas de Inteligência Competitiva Utilizadas pelas Redes Hoteleiras da Região Sudeste do Brasil como Suporte à Tomada de Decisão.
2010	Gestão Participativa de Turismo: Uma Análise sobre o Uso das Ferramentas de Tecnologia da Informação e Comunicação pelos Órgãos Públicos de Turismo.
2011	Avaliação da construção do portal Visit Europe da European Travel Commission na visão da gestão do conhecimento.
2011	Ferramentas Estratégicas de Inteligência Competitiva e Tecnologia da Informação: Uma análise dos Hotéis no Brasil.
2011	O uso de Geotecnologias na análise dos Impactos Ambientais no Salto Ventoso, Farroupilha - RS.

Fonte: Elaboração própria.

Vale ressaltar que dois textos comentam o uso de geotecnologias como sistema de informação geográfica (SIG) na análise de impactos ambientais em atrativos turísticos. Por fim, outra pesquisa enfatiza a utilização de recursos da Web 2.0 para a preservação do patrimônio cultural e desenvolvimento local.

**TIC e ensino:** em menor escala, 4 (6,5%) trabalhos (Quadro 7) abrangem a relação de estudantes com as tecnologias digitais, seja para

avaliar o conhecimento e o nível de afinidade com os diversos aparatos e sistemas de informação próprios da área, por exemplo os sistemas globais de distribuição. Há ainda a proposta de inserir dispositivos móveis em aulas práticas e ensinar geoprocessamento aos estudantes, como mecanismos para incrementar atividades práticas no ambiente educativo tradicional.

Quadro 7 | Artigos classificados em TIC e ensino

Ano	Título
2008	O ensino de geoprocessamento para estudantes de turismo: um ensaio sobre suas possibilidades.
2011	Apropriação de Tecnologias da Informação e da Comunicação pelos Estudantes de Lazer e Turismo da Universidade de São Paulo.
2012	Lazer e Internet: Percepções e Práticas dos Jovens Universitários de Turismo e Lazer.
2014	A Viabilização da Proposta Didática do Uso de Dispositivos Móveis em Aulas Práticas de Gastronomia: Uma Aplicação Possível.

Fonte: Elaboração própria.

**Turismo móvel:** finalmente, a última categoria temática com apenas 3 (4,8%) textos observados (Quadro 8), escritos a partir de 2011, demonstra o quanto é incipiente a discussão sobre

o desenvolvimento de aplicativos para dispositivos móveis almejando a distribuição da informação turística no país.

Quadro 8 | Trabalhos sobre Turismo móvel

Ano	Título
2011	Aplicação de tecnologias 3G na formatação de roteiros turísticos para o turista <i>self guide walking tour</i> no município de Curitiba (PR).
2013	Inovação para os megaeventos esportivos no Brasil: Aplicativos de viagens para guiar o turista estrangeiro.
2015	Análise da intenção de uso de aplicativos móveis no turismo: uma aplicação da teoria do comportamento planejado.

Fonte: Elaboração própria.

Dois artigos ressaltam a criação de roteiros para a visita autoguiada do turista com a utilização de aparelho celular pessoal, enquanto o terceiro investiga a intenção de uso de aplicativos para explorar pontos turísticos de interesse.

**Relação entre autor e IES:** em um segundo momento, a relação entre autoria e instituição de origem foi considerada no conjunto dos trabalhos

selecionados dos Anais do Seminário da ANPTUR de 2005 a 2015, sendo identificados 121 autores, distribuídos por 26 IES (Quadro 9). Registra-se a presença de dois autores vinculados a universidades estrangeiras, que atuaram como coautores em artigo escrito por autor brasileiro e publicado em língua inglesa.

Quadro 9 | Trabalhos sobre Turismo móvel

Instituição de Ensino Superior	Número de autores
Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)	18
Universidade Anhembi Morumbi (UAM)	14
Universidade Federal do Paraná (UFPR)	13
Universidade Federal de Pernambuco (UFPE)	12
Universidade de Caxias do Sul (UCS)	9
Universidade de São Paulo (USP)	8
Universidade do Vale do Itajaí (UNIVALI)	8
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)	6
Universidade Federal da Paraíba (UFPB)	5
Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)	3
Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC)	3
Universidade Regional de Blumenau (FURB)	3
Centro Universitário Una (UNA)	2
Universidade de Brasília (UnB)	2
Universidade Federal de Goiás (UFG)	2
Universidade Federal do Maranhão (UFMA)	2
Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro (UFRRJ)	2
Auckland University of Technology	1
Centro Universitário Dinâmica das Cataratas	1
Centro Universitário Leonardo Da Vinci (UNIASSELVI)	1
Fundação Cesumar (UNICESUMAR)	1
Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC)	1
Universidade do Estado de Mato Grosso (UNEMAT)	1
Universidade Estadual do Oeste do Paraná (Unioeste)	1
Universidade do Sul de Santa Catarina (UNISUL)	1
University of Canterbury	1

Fonte: Elaboração própria.

Com base nos dados, torna-se evidente a participação majoritária de autores atuantes em universidades com Programas de Pós-Graduação na área de turismo estabelecidos há anos. A exceção se refere à USP, cujas atividades do curso de mestrado em Desenvolvimento do Turismo começaram em janeiro de 2014, neste caso, as participações apontadas tratam de iniciativas pontuais de alguns

pesquisadores.

Ainda avaliando a participação total de 121 (100%) estudiosos brasileiros dedicados ao tema de tecnologia nos eventos da ANPTUR, verificou-se que somente 18 (15%) pesquisadores publicaram mais de um artigo no período de 2005 a 2015, conforme ilustra a Figura 1.

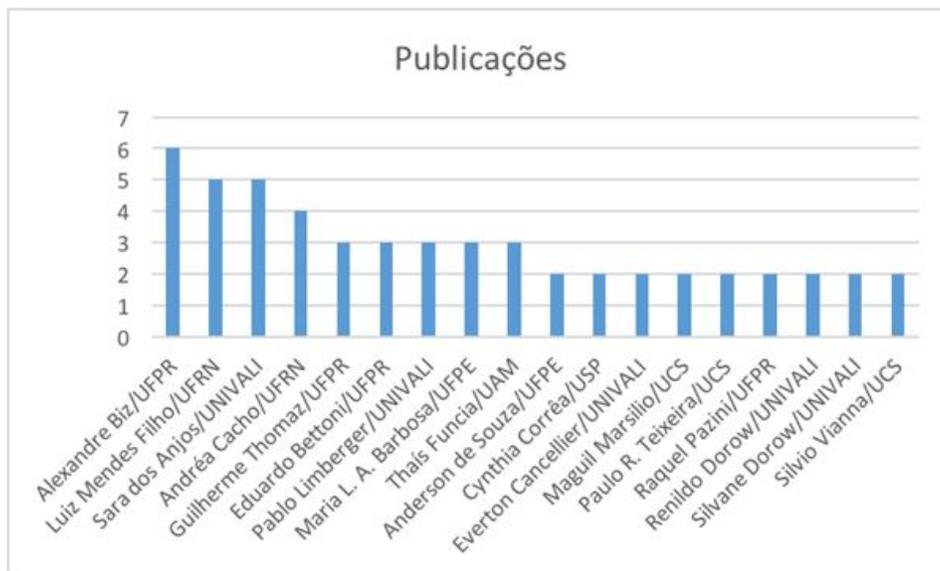


Figura 1 | Publicações por autor/IES  
Fonte : Elaboração própria.

Novamente, constata-se uma associação entre autores e linhas de pesquisas em Programas de Pós-Graduação, cujos estudos são mais aplicados ao mercado de trabalho. Em geral, envolvem a inserção de variadas tecnologias em processos administrativos, como estratégias de gestão e competitividade, além de contemplar a participação do consumidor no cenário dos negócios *on-line* e a disseminação de CGU.

## 5. Conclusão

A pesquisa científica no Brasil é recente, ganhando amplitude a partir da fundação da ANPTUR em 2002 e, consecutivamente, com o início do Seminário da ANPTUR em 2004. Ao contrário do que ocorreu, especificamente, na Europa e nos Estados Unidos, com o surgimento do ENTER e Tourism Conference no ano de 1994, que alavancou a pesquisa em turismo e TIC; no Brasil, a pesquisa ainda é incipiente e restrita a poucos pesquisadores e seus respectivos grupos de pesquisa.

Destaca-se a similaridade dos resultados aqui

apresentados com a análise de Frew (2000), uma vez que a maioria dos artigos dos Anais da ANPTUR pode ser considerada como literatura genérica ou regular. Portanto, sugere-se, como trabalho futuro, uma análise integrando também os conteúdos programáticos das disciplinas ofertadas nos Programas de Pós-Graduação em Turismo (relação direta ou indireta com turismo e TIC), com os grupos de pesquisa (linhas de pesquisa), com os projetos de pesquisa financiados por agências de fomento brasileira e/ou externa e suas relações com o setor produtivo, relacionando-as com os resultados de aplicação.

Além disso, os estudos com viés tecnológico devem reconhecer o impacto causado pela economia de compartilhamento, que tem modificado o modo como as pessoas consomem o turismo. Como alertado por Heo (2016), apesar do futuro da economia de compartilhamento seguir incerto em algumas regiões devido a questões de ordem legislativa e conflitos entre novos modelos de negócios e empresas tradicionais do setor, o fenômeno é irreversível.

## Referências

- ANPTUR. (2016). *Membros efetivos*. Acedido em 10 de agosto de 2016 em, [http://anptur.org.br/novo\\_portal/portal\\_anpur/index.php?get\\_menu\\_portal\\_id=5](http://anptur.org.br/novo_portal/portal_anpur/index.php?get_menu_portal_id=5)
- ANPTUR. (2016). *Anais Seminários 2005 a 2015*. Acedido em 15 de agosto de 2016 em, [http://anptur.org.br/novo\\_portal/portal\\_anpur/index.php?get\\_menu\\_portal\\_id=7](http://anptur.org.br/novo_portal/portal_anpur/index.php?get_menu_portal_id=7)
- Buhalis, D. & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 151-161. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jdmm.2015.04.001>
- Frew, A. J. (2000). Information and Communications Technology Research in the Travel and Tourism Domains: perspective and direction. *Journal of Travel Research*, 39, November 2000, 136-145. DOI: <http://doi:10.1177/004728750003900203>
- Heo, C. Y. (2016). Sharing economy and prospects in tourism research. *Annals of Tourism Research*, p. 1-4. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.annals.2016.02.002>
- IFITT. (2015). *IFITT Report 2015*. Acedido em 28 de agosto de 2016 em, [http://www.ifitt.org/wp-content/uploads/2014/04/Annual-Report-IFITT\\_2015.pdf](http://www.ifitt.org/wp-content/uploads/2014/04/Annual-Report-IFITT_2015.pdf)
- Law, R., Buhalis, D. & Cobanoglu, C. (2014). Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 26, 5, 727-750.
- Liu, W., Zhong, L., Ip, C. & Leung, D. An analysis of research on tourism information technology: the case of ENTER proceedings. In: Rob Law, Matthias Fuchs, Francesco Ricci (Eds). *Information and Communication Technologies in Tourism 2011*. Wien: Springer, 2011.
- Sipe, L. J. (2016). How do senior managers influence experience innovation? Insights from a hospitality marketplace. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 75-83.
- Wang, D., Li, M., Guo, P. & Xu, W. (2016). The Impact of Sharing Economy on the Diversification of Tourism Products: Implications for Tourist Experience. In: Inversini A., Schegg R. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2016*. Springer, 683-694.
- Werthener, H., Alzua-Sorzabal, A., Cantoni, L., Dickinger, A., Gretzel, U., Jannach, D.; Neidhardt, J., Pröll, B., Ricci, F., Scaglione, M., Stangl, B., Stock, O. & Zanker, M. (2015). Future research issues in IT and tourism: A manifesto as a result of the JITT workshop in June 2014, Vienna. *Inf. Technol Tourism*, 15, 1-15.