

Editorial

A edição deste mês da *Revista Marketing and Tourism Review* apresenta uma coletânea especial de artigos que foram apresentados no I Seminário de Pesquisa e Inovação em Turismo realizado na cidade de Belo Horizonte, entre os dias 08 e 10 de novembro de 2016. O evento foi organizado pela Secretaria de Turismo de Minas Gerais e idealizado pela rede parceira constituinte do Observatório do Turismo de Minas Gerais que reúne representantes de instituições governamentais e privadas, além de uma comissão docente composta por professores de cursos de ensino superior e profissionalizante de Turismo do estado. O **Observatório do Turismo de Minas Gerais** tem como principal finalidade o monitoramento em rede do desempenho da atividade turística no estado, o incentivo à inovação, a inteligência de mercado e o fomento à pesquisa acadêmica em turismo.

O evento promovido pelo Observatório do Turismo constituiu-se como um importante marco para o fortalecimento das articulações entre os membros associados, demonstrando a força e a proficuidade da formação de parcerias entre entidades públicas, privadas e de ensino em prol do desenvolvimento técnico-científico, da difusão de pesquisas e da transferência de conhecimento. Durante os três dias de evento, recebemos palestrantes de renome nacional e internacional que debateram temas atuais sobre economia do turismo, o papel dos observatórios e a inovação em pesquisa em turismo. A palestra magna do evento foi realizada pela renomadíssima doutora Ulrik Gretzel (University of Southern California/ EUA) que é considerada uma das pesquisadoras mundiais mais influente na área de tecnologia do turismo. Também contamos com a participação de jovens e veteranos acadêmicos vindos de diferentes regiões do Brasil, do sul ao nordeste, que apresentaram interessantes estudos sobre os mais diversos temas que estão imbricados na teia interdisciplinar do fenômeno turístico.

O comitê científico do evento foi formado por docentes da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG), Universidade Federal de Ouro Preto (UFOP), Universidade Federal do Vale do Jequitinhonha e Mucuri (UFVJM), Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJV), Universidade Estadual de Minas Gerais (UEMG), Universidade Federal de Viçosa (UFV) e Instituto Federal de Minas Gerais (IFMG), sob coordenação das professoras Dr^a Danielle Fernandes Costa Machado (UFMG), Dr^a Daniela Fantoni Alvares (IFMG) e Dr^a Diomira Maria Cicci Pinto Faria. Ao todo, tivemos 27 artigos aprovados e apresentados

no evento. Desse total, o Comitê Científico selecionou e indicou 7 artigos para compor a nova edição da *Revista Marketing and Tourism Review*. Por se tratar de uma edição especial, esclarecemos que todos os artigos estão com a mesma data de recebimento e aprovação.

O tema da gestão da informação e comunicação (TICs) foi bastante recorrente nos artigos indicados, revelando o interesse dos pesquisadores brasileiros em compreender os efeitos das TICs no processo de acesso à informação, planejamento de viagem e compartilhamento de experiências no atual contexto de consumo de viagens e turismo. Nesta edição, contamos com 3 artigos que nos instigam a pensar sobre o papel das mídias sociais na reputação online de cidades, atrativos e equipamentos turísticos.

O artigo escrito por Guilherme Thomaz (Sebrae/ SP), Alexandre Biz (UFPR), Eduardo Bettoni (Observatório Sistema Fiep) e Luiz Mendes Filho (UFRN) apresenta, por meio da metodologia de mineração de dados, uma análise dos conteúdos postados pelos usuários do Twitter sobre os atrativos turísticos da cidade de Curitiba. Enquanto o referido artigo centra-se na análise de atrativos, o trabalho elaborado por Dartilene Silva (UFPR) e José Gândara (UFPR) analisa a qualidade da experiência de hóspedes nos spas de Foz do Iguaçu através de sua reputação online no Tripadvisor. Os autores utilizam um modelo teórico que busca integrar o referenciado paradigma da qualidade dos serviços (SERVQUAL), com outros dois modelos amplamente discutidos nos estudos turísticos, o HOTELQUAL e o modelo dos Domínios da Experiência de Pine e Guilmore.

A capital paranaense também foi objeto de análise do artigo escrito por outro grupo de pesquisadores afiliados à Universidade Federal do Paraná, entre eles Renata Klos, Marcelle Miskalo-Cruz e Lauro Moraes. Neste trabalho, os autores analisaram as representações urbano-turísticas da cidade a partir das fotografias postadas no Tripadvisor por cicloturistas. O tema do cicloturismo é abordado a partir da perspectiva da *smart mobility* que se baseia na mobilidade urbana sustentável e na acessibilidade. Nesta mesma direção, o artigo apresentado por autores das Universidades Federais do Maranhão e do Paraná, entre eles: Saulo Santos (UFMA), Valério Neto (UFMA), Rodrigo Pereira (UFMA), José Gândara (UFPR) e Saulo da Silva (UFPR) discute o tema da acessibilidade para o desenvolvimento de um destino turístico inteligente. Os autores buscam compreender a percepção sobre a imagem captada pelos visitantes do centro histórico de São Luís mediante a análise dos comentários encontrados no Tripadvisor, utilizando-se do indicador de acessibilidade proposto pelo Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (INVAT.TUR).

Os três artigos acima citados trazem contribuições bastante elucidativas sobre o papel da web 2.0 no empoderamento do consumidor, sobretudo a partir da



difusão do compartilhamento de experiências e avaliações dos viajantes sobre serviços e destinos turísticos. Se, por um lado, a tecnologia da informação e comunicação é responsável por ampliar o processo de participação e colaboração coletiva entre consumidores, não se pode ignorar, por outro lado, que todas essas mudanças engendradas pela web 2.0 também exercem um forte impacto nas organizações de marketing de destino (OMDs) e nos prestadores de serviços turísticos. Portanto, torna-se cada vez mais imprescindível que as organizações busquem ajustar e reconfigurar suas estratégias de promoção e comunicação ao novo contexto de mercado. Do mesmo modo, torna-se necessário invitar esforços que assegurem uma boa gestão e produção de dados e informações por parte destes gestores. Sobre essa perspectiva, a edição especial deste mês da *Revista Marketing and Tourism Review* contempla dois artigos que discutem sobre a atuação destes agentes no processo de gestão da informação e comunicação turística e institucional.

O primeiro trabalho é apresentado pelos autores da Universidade Federal de Minas Gerais, Isabela Peixoto (UFMG), João Sampaio (UFMG) e Rafael Ribeiro (UFMG) que investigam o papel dos observatórios de turismo na elaboração das políticas públicas. O estudo busca analisar se as informações coletadas, criadas e geridas pelos observatórios brasileiros são efetivamente utilizadas na formulação de políticas públicas. A conclusão da investigação aponta que os gestores reconhecem a importância dos observatórios para o planejamento das políticas e programas de governo. No entanto, muitas vezes, esse potencial é subaproveitado e fica restrito a ações pontuais e transitórias. Por sua vez, o trabalho de Adeláide Oliveira e Eloísa Barroso, ambas da Universidade Nacional de Brasília (UNB), faz uma reflexão sobre como o Centro Cultural Banco do Brasil Brasília (CCBB DF) apresenta a si mesmo por meio do discurso propagado no seu site institucional e na sua página no Facebook. As pesquisadoras utilizaram a metodologia de análise do discurso para demonstrar como o Banco do Brasil utiliza o interdiscurso para, enquanto espaço de visitação, construir e solidificar sua identidade cultural, reafirmando-se como grande promotor e difusor da arte.

Este número se encerra com o artigo escrito por Mariana Zaidan (Secretaria Municipal de Cultura, Turismo e Patrimônio de Diamantina) e Fernando Ottoni (Veredas Consultoria e Projetos em Turismo) que lança luz ao debate sobre o papel dos eventos no fomento da demanda turística e da geração de renda para comunidades receptoras. A metodologia de pesquisa empregou técnicas multimétodos, tais como survey, entrevistas, trabalhos de campo e avaliação participativa em grupo. O diagnóstico conduzido permitiu identificar e mensurar os impactos econômicos e culturais da realização de um festival gastronômico realizado em comunidades rurais em situação de vulnerabilidade social que fazem parte do município de Diamantina (MG). A pesquisa também identificou o perfil sócio-demográfico, as características de viagens, a percepção e a satisfação dos visitantes do evento.



Acreditamos que essa edição especial da *Revista Marketing and Tourism Review* agrega um conjunto instigante de produções científicas nacionais que representam o esforço investigativo dos pesquisadores brasileiros em compreender o fenômeno turístico a partir do ritmo acelerado das inovações tecnológicas que estão redefinindo as bases do mercado de viagem e turismo na contemporaneidade.

Por fim, gostaríamos de agradecer a todos os autores que submeteram seus trabalhos e aos pareceristas que se disponibilizaram a avaliar os manuscritos. Agradecemos ainda à colaboração da Secretaria de Turismo de Minas Gerais que, por meio do Observatório do Turismo de Minas Gerais, tornou possível a realização do Seminário Mineiro de Pesquisa e Inovação em Turismo. Fazemos votos de que essa parceria seja o início de um longo e frutífero processo de colaboração entre a academia e o poder público. Obrigada a todos e boa leitura!
Saudações.

Prof^ª. Dr^ª. Danielle Fernandes Costa Machado
Editora Científica

