

FLUXO DE INFORMAÇÃO EM INSTÂNCIAS DE GOVERNANÇA NO TURISMO: ESTUDO COM BASE NA ADETUR ROTAS DO PINHÃO/PR

INFORMATION FLOW IN INSTANCES OF TOURISM GOVERNANCE: A STUDY BASED ON ADETUR ROTAS DO PINHÃO

Brendha Stacy Rangel^a
Juliana Medaglia-Silveira^b

RESUMO

Objetivo: Esta pesquisa teve por objetivo identificar o fluxo informacional da Instância de Governança Regional Agência de Desenvolvimento do Turismo Rotas do Pinhão, que congrega Curitiba e os 28 municípios que compõem a Região Metropolitana de Curitiba. **Metodologia:** Foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa com análises descritivas e exploratória, a partir de duas técnicas: pesquisa participante e entrevistas em profundidade, realizadas junto aos gestores do organismo objeto do estudo. **Resultados:** Os resultados apontaram que a Rotas do Pinhão apresenta uma intensa troca de informação interna e pouca externa, produz pouca informação, mas distribui muita e apresenta um fluxo informacional vertical com o Governo Estadual. Este fluxo informacional é apresentado a partir de um framework de fluxo de informação, desenvolvido como resultado principal da pesquisa. **Conclusão:** Como conclusão principal, reconhece-se que o framework de fluxo informacional pode ser adaptado a outras Instâncias de Governança do Turismo brasileiro, contribuindo para seu desenvolvimento.

Descritores: Turismo. Fluxo da Informação. Acesso à Informação. Canais de Comunicação.

1 INTRODUÇÃO

O Turismo contemporâneo pode ser considerado fruto da sociedade pós-moderna, que envolve viagens por motivos diversos, por lazer e descanso até negócios, movimentando fortemente a economia global, gerando empregos e

^a Mestra em Turismo pela Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. E-mail: brendhastacy@gmail.com.

^b Doutora em Ciência da Informação pela Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG). Professora Associada do Departamento de Turismo da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. E-mail: juliana.medaglia@ufpr.br

promovendo a melhoria da qualidade de vida, tanto de quem viaja quanto de quem recebe visitantes. Apesar de ter sido uma das áreas mais afetadas pela pandemia da Covid-19, o setor corresponde a aproximadamente 8% do Produto Interno Bruto brasileiro e emprega cerca de 7 milhões de pessoas direta e indiretamente (BRASIL, [2022]). Considerando o Turismo como campo composto por organizações do setor de serviços da economia global, o estudo da gestão e dos fluxos de informação pode se constituir em um importante aporte para a administração da atividade. Middleton e Clarke (2001) descrevem os serviços como produtos comprados por meio de uma transação de troca que não confere propriedade, mas permite o acesso e a utilização do serviço em um horário e local determinado, desenvolvendo assim características específicas. Assim, produtos turísticos comercializados a partir de transações diferenciadas, com características específicas, têm na informação um insumo central (Medaglia, 2017). Neste contexto considera-se que sem informação é impossível planejar o desenvolvimento turístico de um destino, ao mesmo tempo em que, a partir da informação, se dá a motivação, a decisão e a realização de viajar. No entanto, na realidade brasileira há uma certa imaturidade nos processos informacionais, na medida em que se encontram em nível de transição tecnológica (Biz; Nakatani; Pavan, 2013).

Entre as políticas públicas de turismo no Brasil, o Programa de Regionalização do Turismo (PRT) tem sido um caminho adotado para confrontar diversas ideias, necessidades e demandas da sociedade nas esferas regional, estadual e local (BRASIL, 2013). Implementado em 2003 como política de Governo, transformado em política de Estado em 2008, revisado em 2013 e ainda em execução, o PRT tem como objetivo descentralizar a gestão, mas manter a integração, por meio de roteiros desenvolvidos regionalmente (Bantim; Fratucci; Trentin, 2020). Em 2013, o Paraná atendeu às diretrizes do PRT inserindo as Instâncias de Governança Regionais (IGR), no contexto da institucionalização da governança regional (Paraná, [2021]).

Neste sentido, o objeto deste estudo é a IGR Agência de Desenvolvimento Turístico da Região (ADETUR) Rotas do Pinhão, fundada em 2015, com a missão de ser o órgão gestor e de apoio às atividades, projetos e iniciativas do

turismo em Curitiba e Região Metropolitana, congregando 29 municípios (Curitiba, 2015). A fim de entender como a informação qualificada e registrada em turismo pode contribuir na gestão das IGR do Turismo do Paraná, o presente estudo teve como objetivo identificar o fluxo informacional da IGR ADETUR Rotas do Pinhão.

Este trabalho está estruturado nesta Introdução, seguida de referencial teórico que discute Informação e Turismo, e Modelos de Fluxo informacional. Posteriormente se apresenta a Metodologia empregada, e por fim, discussão dos Resultados e as Conclusões.

2 INFORMAÇÃO E TURISMO

A informação se faz presente na vida das pessoas desde os tempos mais remotos, seja nos grandes feitos considerados históricos, ou até mesmo nas mais simples e cotidianas ações. Contudo, “se há informação em toda parte, se tudo pode ser considerado informacional, então nada é” (Smit, 2012, p. 84). Pavan (2016) ressalta ainda que a informação necessita da intermediação humana, que define seu propósito por meio do processamento de dados e contextualização.

No mundo globalizado tem-se acentuado a chamada Era do Conhecimento, com novos estilos de vida por meio do acesso às Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), que tem influenciado a sociedade como um todo (Nunes; Medaglia; Stadler, 2020). Considerando a realidade das organizações de turismo, Barboza, Fadel e Valentim (2019) afirmam que a comunicação aliada às TIC propicia a gestão de informações produzidas, organizadas e disseminadas, visto seu importante papel na condução das informações em diferentes níveis organizacionais. Dessa forma, a geração do conhecimento está inserida nos processos comunicacionais e tecnológicos, com a informação como principal intermediador, dentro dos processos sociais (Jorge *et al.*, 2021).

Todavia, no ambiente organizacional é importante que as entidades detenham certa estrutura pré-definida de fluxo para a organização da informação, pois, assim como colocado por Pavan (2016), cada atividade

realizada no ambiente organizacional revela um determinado volume de informações, que ao circularem entre os diferentes setores podem acabar se perdendo por falta de centralização.

Contudo, Medaglia e Ortega (2015) afirmam que o fato de a informação estar estruturada e apresentada em forma de documento não garante a efetividade do processo de comunicação, e Smit (2012) ainda ressalta que a decisão que determina que uma informação venha a ser considerada potencialmente útil, e assim, digna de ser preservada, é determinada por condições culturais que prevalecem no momento da decisão. Define-se, portanto, o “poder informacional” como situacional (Smit, 2012).

Neste contexto, Medaglia e Ortega (2015) evidenciam a proximidade entre Turismo e Ciência da Informação, que se intensifica pela característica do processo de integração disciplinar, a partir de diferentes campos que nelas interagem enquanto áreas das Ciências Sociais Aplicadas. As autoras ressaltam ainda que a informação não pode ser dissociada da dinâmica sistêmica da atividade turística.

No turismo a informação é um elemento essencial, não apenas na tomada de decisão interna nas organizações para desenvolver suas atividades, mas também na produção de material informativo para divulgar o turismo, orientar o turista e promover o processo de comercialização. Desse modo, é fato que para a gestão de destinos turísticos tem-se a necessidade de informações estruturadas para o seu planejamento, desde o inventário dos atrativos até as condições econômicas da região na qual estão inseridos (Medaglia; Ortega, 2015). Contudo, para isso acontecer, é necessário que determinados processos sejam implementados, como um fluxo informacional coerente.

3 FLUXO INFORMACIONAL

Diante das reflexões acerca da relação entre informação e turismo, destaca-se a necessidade de ter uma clara compreensão dos processos organizacionais e humanos pelos quais a informação se transforma em percepção, conhecimento e ação, para que as organizações sejam capazes de perceber a importância de suas fontes. Entende-se, assim, a importância de

identificar modelos de fluxo de informação no contexto organizacional.

Inomata, Araújo e Varvakis (2015), ao buscar apresentar modelos de fluxos de informação encontrados na literatura, compreenderam que o fluxo de informação no contexto organizacional é um processo que proporciona a criação de valor à informação, e assim possibilita que suas atividades ocorram com base no uso de informações. A partir da discussão levantada pelos autores, descreve-se no Quadro 1, brevemente alguns dos modelos identificados pelos autores, somados a outros estudos que analisam os fluxos de informação relacionados ao contexto organizacional, ambiental e informacional, particular de cada segmento.

Tabela 1 - Modelos de fluxos de informação identificados

Modelo	Autores	Discussão
A Modelo de fluxo de informação em nível de empresa	Leitão (1985)	Propõe a informação como insumo e produto do desenvolvimento tecnológico de um país ou de uma empresa, em dois níveis: individual e organizacional.
B Modelo de visão global da informação da empresa	Lesca e Almeida (1994)	Propõem a divisão da informação da empresa em três grandes fluxos: de informação coletada externamente à organização e utilizada pela empresa; de informação produzida pela empresa para uso interno; de informação produzida pela empresa e destinada ao mercado externo da organização (clientes, fornecedores, concorrentes).
C Modelo de fluxo de informação para processos de alta performance	Forza e Salvador (2001)	Propõem três direções para a comunicação: fluxo vertical da informação; fluxo horizontal de informação; e o fluxo externo de informação.
D Modelo de fluxo interno e os fluxos extremos de informação	Barreto (2002)	Propõe uma representação para os fluxos internos que movimenta entre os elementos de um sistema, orientando-se para uma organização e controle; e os fluxos extremos, na qual a atuação apresenta a transformação, entre a linguagem do pensamento de um emissor.
E Modelo processual de administração da informação	Choo (2003)	Representa um fluxo contínuo para manter e alimentar o conhecimento organizacional, obtido após um comportamento adaptativo.

F	Modelo de cadeias de prestação de serviços	Favaretto (2012)	Apresenta uma proposta de gerenciamento de informações, na qual o fluxo de prestação de serviços consiste na alteração consecutiva de estados de sujeitos, ou seja, entre as pessoas ou empresas.
---	--	------------------	---

Fonte: Elaboração própria a partir de Inomata, Araújo e Varvakis (2015).

Diante dos modelos identificados, é possível distinguir os fluxos de informação em três diferentes abordagens de análise. A primeira, proposta nos modelos A e B, de Leitão (1985) e de Lesca e Almeida (1994), é a mais antiga e considera os fatores externos à empresa, como sociedade, clientes, fornecedores e concorrentes, a fim de analisar o fluxo interno, considerando o externo como um fator importante na análise. De acordo com Pavan (2016), as organizações de turismo tendem a buscar informações e conhecimento externos a elas, seja com seus consumidores (turistas), seja com outras empresas similares (concorrentes), organizações públicas, entre outros.

A segunda abordagem se concentra nos fatores internos da empresa, o que não desconsidera a análise externa também. O modelo C, de Forza e Salvador (2001), utiliza o estudo interno hierárquico, a fim de analisar o fluxo informacional na melhoria da performance das indústrias manufatureiras. Já Barreto (2002) e Choo (2006), nos modelos D e E, discutem o processo de transformação da informação em conhecimento, analisando desde a coleta/criação da informação até a transformação em conhecimento, muito relevante para o turismo. Relacionando Gestão do Conhecimento e Destinos Turísticos Inteligentes, Nunes, Medaglia e Stadler (2020) evidenciam a relevância da gestão, da informação e do conhecimento, tanto para os turistas, ao consumir serviços de alta qualidade, quanto para destinos, recebendo informações estratégicas para planejamento e tomada de decisões.

E por fim, o modelo F, proposto por Favaretto (2012) consiste em um fluxo informacional entre empresas, voltada para uma cadeia de serviços. Dentro de seu estudo, o autor apresenta uma cadeia de prestação de serviços, diretamente para a área de turismo. A primeira camada é a agência de viagens, que recebe o cliente final, fornece e negocia um pacote, incluindo vários serviços, mas principalmente transporte e hospedagem. Para a realização desse serviço, o

autor coloca que a agência se relaciona com diversas empresas, entre elas hotéis, empresas de transporte e outras, e destaca o hotel que oferece algumas facilidades em seu website, como a reserva online. Desse modo, o hotel, por sua vez, precisa do suporte de uma prestadora de serviços de informática, elemento da terceira camada, que mantém o website e gerencia o tráfego e o banco de dados. Na cadeia apresentada, o gestor pode ser um elemento externo, como o administrador da rede da qual o hotel é um afiliado individual (Favaretto, 2012).

4 METODOLOGIA

A fim de atingir o objetivo proposto foi realizada uma pesquisa de abordagem qualitativa (Minayo, 1994), com análises descritivas (Gil, 2008). Esse tipo de pesquisa foi utilizada a fim de discutir a informação como base para a tomada de decisão no turismo, a partir da identificação de modelos de fluxo de informação organizacional para gestão, por meio de pesquisa bibliográfica e documental em dados secundários (Etapa I).

Na segunda etapa foi aplicada a abordagem exploratória (Gil, 2002), com instrumento de coleta de dados de duas abordagens: pesquisa participante (Etapa II) e entrevista em profundidade (Etapa III). A pesquisa participante, é realizada mediante a integração da pesquisadora no grupo pesquisado, com o objetivo de obter conhecimento mais profundo (Dencker, 1998), e foi realizada a partir da atuação direta na ADETUR Rotas do Pinhão de uma das pesquisadoras.

Para a construção da entrevista em profundidade foram criadas três sessões de perguntas, com base nos modelos de fluxo de informação discutidos, como apresenta o QUADRO 2.

Quadro 2. Construção do Instrumento de Pesquisa

Seção do instrumento de pesquisa	Objetivo da Seção	Modelo de fluxo de informações de referência
Instrumentos do fluxo de informação;	Identificar os canais de distribuição da informação na IGR;	Modelo H.

Relação com a Informação;	Identificar quais informações os gestores consideram importantes;	Modelo C; Modelo F; Modelo G; Modelo H.
	Entender como as informações são repassadas;	Modelo A; Modelo B; Modelo D; Modelo E; Modelo I.
Caracterização do entrevistado.	Entrevistar diferentes membros da ADETUR.	-

Fonte: elaboração própria.

5 PESQUISA PARTICIPANTE

A primeira ferramenta identificada foi o aplicativo multiplataforma de mensagens instantâneas e chamadas de voz “WhatsApp”, na qual a ADETUR tem um grupo de trabalho. Participam 68 integrantes, entre profissionais e empresários membros da ADETUR, e pessoas com participação na região turística, mesmo que não associados. Neste grupo são publicadas informações diárias acerca de atividades que estão sendo desenvolvidas, notícias e ações governamentais relacionadas ao turismo, avisos e acessos a reuniões da ADETUR ou de interesse de seus membros, assim como links da gravação dessas reuniões.

O segundo instrumento identificado, as “Reuniões”, são divididas em periódicas e contínuas. A assembleia ordinária da ADETUR ocorre de forma periódica toda segunda semana do mês, para todos os membros, onde se discutem as ações e atividades que estão sendo trabalhadas. Além dessa, ocorrem reuniões diariamente com representantes dos municípios, de órgãos públicos e com o governo estadual (Paraná Turismo e Secretaria do Desenvolvimento Sustentável e do Turismo do Estado do Paraná - SEDEST), conforme a demanda. No entanto, não costumam contar com a participação de todos os membros, apenas os relacionados a informações do tema em questão e os interessados.

No “YouTube” se disponibiliza as gravações das reuniões e dos eventos promovidos pela ADETUR. Os links das reuniões internas são enviados no grupo do WhatsApp e os dos eventos divulgados nas mídias sociais da ADETUR Rotas

do Pinhão, para pessoas externas. Assim como os links das reuniões, o link da pasta compartilhada do “Google Drive” com documentos importantes da IGR é constantemente atualizado e reenviado ao grupo de trabalho.

Quanto às “Redes Sociais” Facebook e Instagram, utiliza-se para repasse de informação às pessoas externas, além da divulgação dos atrativos e empreendimentos associados à Região Turística. Já o “E-mail” é utilizado de forma institucional, na troca de documentos com agentes externos.

Assim, foram identificadas seis ferramentas de fluxo de informação utilizadas pela ADETUR, e foi descrito como as informações são repassadas, com base na observação participante. Além disso, as informações possuem canais distintos, sendo classificadas nesta pesquisa como: informações formais escritas (IFE), como atas, ofícios, comunicados internos, newsletters, mídia impressa; informações informais escritas (IIE) utilizadas nas mídias sociais; informações formais orais (IFO), principalmente em reuniões (Pavan, 2013).

Quanto aos integrantes desse fluxo, o “público externo” é constituído pelos turistas, comunidade e público em geral; as “organizações externas”, pelos órgãos e agentes do turismo, como a Paraná Turismo e as secretarias municipais; e o “fluxo interno”, constituído pela presidência da ADETUR e os municípios e empreendimentos associados.

6 ENTREVISTA EM PROFUNDIDADE

Na primeira parte da entrevista os questionamentos foram a respeito dos “Instrumentos que a ADETUR utiliza para o Fluxo de Informação”. O Entrevistado 1 (E1) destacou que utilizam os “meios tradicionais”. Citou o e-mail, utilizado para troca de informações institucionais, tanto internas quanto externas à organização, mas especialmente externas. O segundo instrumento citado foram ligações telefônicas, utilizadas para se ter confirmações mais diretas. No entanto, para E1 “o principal meio de troca de informações internamente tem sido o aplicativo WhatsApp”.

Para fora da ADETUR, de acordo com o E1, na maioria das vezes também tem sido utilizado o WhatsApp, para trocar informações com o governo do estado e municípios, além do uso da plataforma Telegram com algumas dessas

entidades, para E1 “funciona também, mas é menos gente que usa”. Além disso, foram citadas ainda as mídias sociais da IGR (Facebook e Instagram), que fazem a parte da divulgação das ações e de informações institucionais. Já o Entrevistado 2 (E2) comentou que cerca de 99% do fluxo de informação é realizado por meio do WhatsApp, mas que utiliza ligação telefônica também, visto que para determinados assuntos o diálogo e a informação fluem melhor.

Ainda sobre os instrumentos do fluxo de informação, foi perguntado acerca das Reuniões. De acordo com o E1 existem as regulares e as assembleias, que atualmente são mensais e online, por causa do contexto da pandemia da Covid-19. O E2 concorda que as reuniões mensais são importantes e necessárias para duas funcionalidades: apresentar a informação para todos os associados que tenham interesse e receber um retorno daquilo que precisa ser feito. Quanto às outras reuniões, principalmente externas, E1 destaca que não têm periodicidade, e acontecem com mais frequência do que o planejado, quando ocorre alguma demanda específica. No entanto, E2, quando perguntado sobre as reuniões externas, afirmou que não tinha contato, pois destas participavam apenas os integrantes da diretoria, como presidente, vice-presidente ou diretores administrativo e técnico.

Segundo E1, as atas das reuniões não são públicas, mas as gravações de algumas reuniões, como as assembleias, são disponibilizadas no canal do YouTube. Contudo, há reuniões de gestão que não são públicas, mas sempre são compartilhadas no YouTube com acesso privado, caso algum membro precise assistir.

Outra ferramenta questionada foi a de Armazenamento de Informações, e como se dá o acesso a ela. E1 respondeu sobre o uso do Google Drive, de uma conta quase não utilizada na plataforma Trello e das gravações do Jitsi, que são enviadas para uma pasta do DropBox, e também para o Google Drive, por ser a principal ferramenta de armazenamento. Os links do Google Drive são colocados na descrição no grupo do WhatsApp. Já E2 destaca o fato de a ferramenta Google Drive ser aberta e não apresentar segurança. O entrevistado citou a Lei Geral de Proteção de Dados Pessoais (LGPD) e reforçou a importância do armazenamento e da segurança de dados de outras pessoas.

Na segunda seção da entrevista, perguntou-se sobre a “Relação com a Informação”. No primeiro momento, especificamente sobre a “troca de informações com outras entidades”. No caso de outras ADETUR, E1 respondeu que mensalmente ocorre o encontro das IGR com a Paraná Turismo, “é o Encontro Geral da IGR para discutir temas. A Paraná Turismo dando alguma informação, as pessoas cobrando alguma coisa ou dando um feedback” (E1). Além disso, confirmou que há muita troca de informação entre IGR, remotamente ou por telefone. Já com a Paraná Turismo, autarquia estadual de Turismo, a informação é descrita como irregular, mas justificada por E1 por não trabalharem sozinhos e dependerem de questões políticas ou de secretarias e outras entidades. Por outro lado, quando feita a mesma pergunta a E2, a resposta foi que não há troca de informação, pois esses outros órgãos não repassam.

Em relação aos “municípios e empresários não associados”, de acordo com E1, há troca de informações, mas não há um canal direto o tempo todo. “A gente tenta. Varia muito de quem está na outra ponta” (E1), indicando que o receptor da informação é alguém que não tem ideia do que é turismo, alguém do esporte ou da administração na secretaria e isso dificulta o acesso. Além dessas entidades são citadas outras como: Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), Observatório de Turismo do Paraná (OBSTUR/PR), Universidade Federal do Paraná (UFPR), Sistema Fecomércio: Serviço Social do Comércio (Sesc) e Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (Senac). De acordo com E1, “é uma troca de informação diária, com SEBRAE, universidade e Fecomércio, por telefone e WhatsApp” (E1). No entanto, para E2, falta diversidade nos produtos ofertados pelo órgão que atendam necessidades mais específicas, limitando assim a troca de informações.

A relação da “informação com os próprios membros”, no entanto, muitas vezes é considerada pouco importante. De acordo com E1 “os membros são muito imediatistas”, e se interessam nas reuniões quando tem algo específico. Mesmo quando estão presentes não participam muito, principalmente o pessoal do setor público, apesar de serem maior número de membros. “O volume maior é de municípios, mas os mais questionadores, geralmente, são os

empreendedores" (E1).

Por outro lado, a ADETUR não produz informação. “Temos mais divulgação do que criação” (E1). A meta da organização tem sido fazer os municípios entenderem o Programa de Regionalização do Turismo (PRT), visto que muitas vezes os próprios secretários de turismo dos municípios não sabem o que é a Instância de Governança. Nesse sentido, E2 concorda que a ADETUR precisa saber quem são os associados que deveriam atrair, a fim de desenvolver o turismo da região. No entanto, destaca que as informações mais importantes são aquelas relacionadas aos turistas, ou seja, a do público externo. Já E1 finaliza afirmando que a informação dentro da ADETUR é para todos, e transmitida de forma igual ao grupo, mas que quando do governo do estado, sempre é passada institucionalmente, primeiro para o presidente, que repassa para os demais.

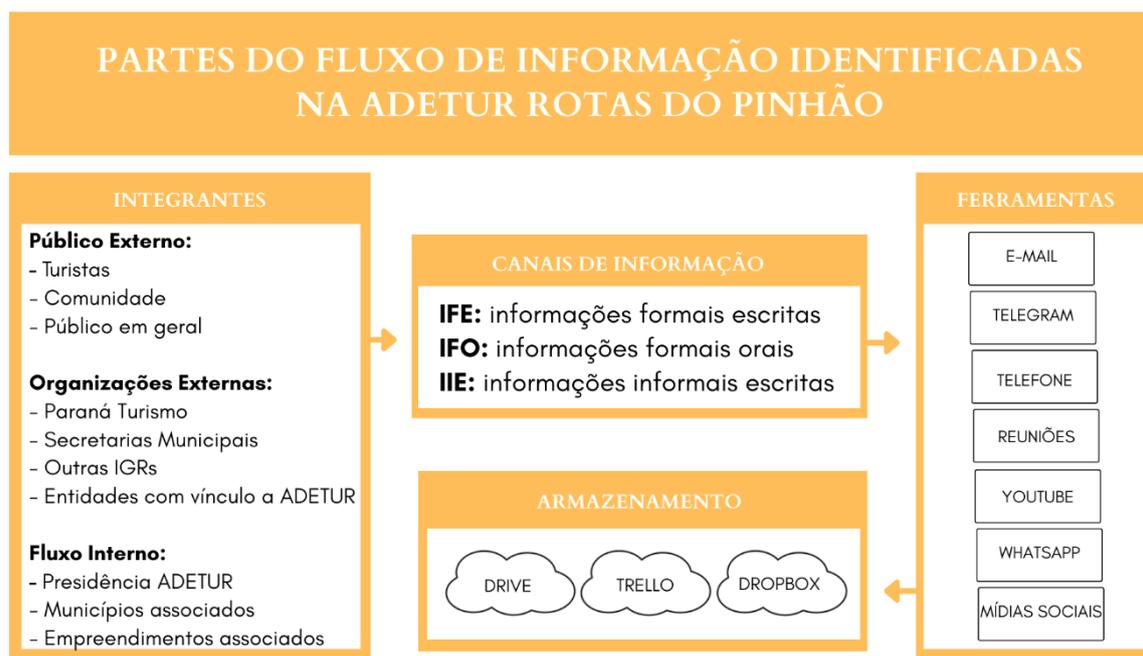
Desse modo, identificou-se o fluxo informacional da ADETUR Rotas do Pinhão, caracterizado por ser um fluxo de informação intenso internamente. A organização, apesar de não ser geradora de conhecimento, realiza uma intensa troca de informação entre seus membros por meio de ligações telefônicas, reuniões, e pelo aplicativo WhatsApp. No entanto, quando se trata de informação com órgãos externos, não produz informação e repassa pouco para outras organizações. Além disso, as informações que recebe são dirigidas ao presidente. Assim, diferentemente das informações do fluxo interno, relacionadas às atividades da ADETUR que circulam por todo o grupo, as informações oriundas das organizações externas são recebidas de forma vertical, e depois de tratadas, repassadas ao grupo.

Quando se trata do público externo, como turistas e comunidade local, são repassadas informações sobre os atrativos dos municípios e empreendimentos associados, além de eventos e informações de reuniões e gravações. Essas informações são transmitidas por meio das mídias sociais. Para melhor compreensão dos resultados das pesquisas foram construídos frameworks da composição e ferramentas, bem como do fluxo de informação identificado da ADETUR Rotas do Pinhão.

7 RESULTADOS

A Estrutura Informacional da ADETUR Rotas do Pinhão é composta por diferentes integrantes, canais de informação, armazenamento e ferramentas. Todos estes elementos interagem como transmissores e receptores das informações que circulam dentro da ADETUR, conforme a Figura 1.

Figura 1 - Estrutura Informacional identificada na ADETUR Rotas do Pinhão



Fonte: Elaboração própria.

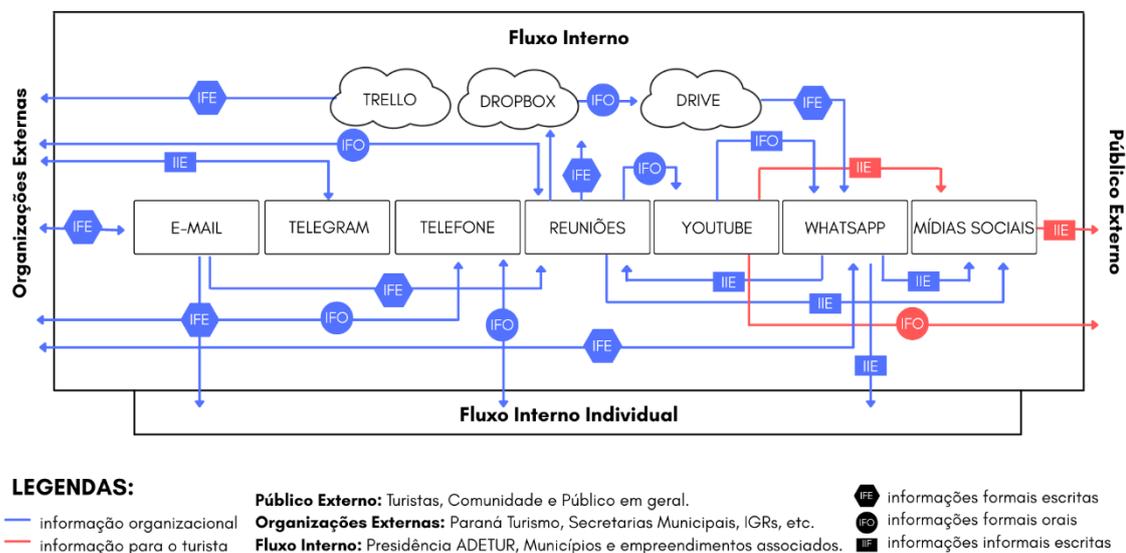
Compõem o público externo os turistas, a comunidade local e o público em geral. As organizações externas são compostas por entidades como a Paraná Turismo, Secretarias Municipais, outras IGR, entre outras que têm algum vínculo com a ADETUR. E por fim, o fluxo interno da organização, composto por sua diretoria e membros que são empreendedores e gestores públicos de municípios da IGR.

Os canais de informação se referem à forma como os integrantes descritos transmitem a informação (Pavan, 2013), sendo identificados canais de informações formais escritas (IFE), informações informais escritas (IIE) e informações formais orais (IFO), também apresentadas na pesquisa participante. Deste mesmo processo, emergiram sete ferramentas para distribuir a

informação: *e-mail*, *Telegram*, telefone, reuniões, *YouTube*, *WhatsApp* e as mídias sociais, representadas na ADETUR pelo *Instagram* e pelo *Facebook*.

Além disso, há três ferramentas de armazenamento: *Trello*, *DropBox* e *Google Drive*, sendo a última aquela efetivamente utilizada para armazenar todos os documentos. A partir destes componentes foi elaborado um fluxo de informação identificado na organização:

Figura 2 - Fluxo de Informação identificado na ADETUR Rotas do Pinhão



Fonte: Elaboração própria.

Inicia-se destacando o denominado fluxo interno individual, que apesar de fazer parte do fluxo interno da organização, composto por sua diretoria e membros empreendedores e gestores públicos, há circulação de informações repassadas de forma individual entre seus integrantes. Corroborar-se assim a afirmativa de que a ADETUR tem uma intensa troca de informação entre seus membros.

À esquerda da imagem, as quatro primeiras ferramentas do fluxo de informação, E-mail, Telegram, ligações telefônicas e reuniões, além do WhatsApp, apresentam utilidade para o fluxo interno e para as organizações externas. Apenas o YouTube e as mídias sociais mesclam entre interno e externo.

Outra percepção que se pode ter é que as ferramentas de

armazenamento de dados e documentos são restritas aos membros da ADETUR. Isso pode ser justificado pelo fato de a IGR não gerar informação, como apresentado no modelo exposto por Lesca e Almeida (1994). Além disso, na ADETUR também não foi identificado o descarte da informação destacado por Beal (2012). O que se trabalha na ADETUR Rotas do Pinhão é com a atualização de documentos antigos, por mais recentes, quando necessário.

8 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A ADETUR, apesar de não ser geradora de conhecimento, realiza um intenso trabalho de registro e armazenamento de informações, a priori trocadas entre seus membros internos. Tal constatação da pesquisa indica a necessidade de atenção em relação ao ambiente de segurança da informação, bem como, sua preservação a longo prazo, considerando seu valor na estruturação da história e da cultura organizacional da IGR, além obviamente, de ser fonte de provas das ações e atividades realizadas. Por outro lado, quando se trata de fluxo de informação junto aos órgãos externos à organização, por não produzir informação, também repassa pouco. Não se pode deixar de destacar que mesmo um fluxo de informação claramente definido não é garantia de qualidade, pois no processo podem ocorrer falhas decorrentes de situações não previstas.

Como contribuições teóricas, esta pesquisa traz à compreensão alguns modelos de fluxos de informação que idealizam uma determinada realidade, mas destaca que os fluxos são limitados para outras (Inomata; Araújo; Varvakis, 2015). A partir da perspectiva aplicada, as construções e os registros de fluxos informacionais deste estudo, podem contribuir com a gestão e o amadurecimento do Turismo no Brasil, e do estado do Paraná que conta hoje com cerca de 15 Instâncias de Governança Regional de Turismo, estabelecidas no âmbito do Programa Nacional de Roteirização, do Turismo do Ministério do Turismo. As limitações da pesquisa se deram a partir do fato da ADETUR não ter uma sede estabelecida, de maneira que algumas atividades da pesquisa exigiram adequações não previstas. Em relação aos estudos futuros, sugere-se a identificação de conhecimentos gerados a partir de um fluxo de informação, e suas possíveis contribuições para o planejamento da atividade.

REFERÊNCIAS

BANTIM, Natasha; FRATUCCI, Aguinaldo; TRENTIN, Fábila. O papel do Estado nas instâncias de governança regionais do Turismo. **Revista Acadêmica Observatório De Inovação Do Turismo**, Rio de Janeiro, v. XIV, n. 2, p. 39-58, ago. 2020. Disponível em: <https://publicacoes.unigranrio.edu.br/index.php/raoit/issue/view/294>. Acesso em: 07 jul. 2024.

BARBOZA, Elder Lopes; FADEL, Bárbara; VALENTIM, Marta Lígia Pomim. Contribuições dos fluxos de informação para o turismo de bonito-ms. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIA DA INFORMAÇÃO (ENANCIB). 20., Florianópolis, 2019. **Anais [...]**. Florianópolis: Ancib, 2019. Disponível em: <https://brapci.inf.br/#/v/124304>. Acesso em: 23 maio 2021.

BARRETO, Aldo de Albuquerque. A condição da informação. **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 16, p. 67-74, 2002. Disponível em: <https://www.scielo.br/j/spp/a/5Q85NCzRFvJ8BLjld54jLMv/>. Acesso em: 07 jul. 2024.

BEAL, Adriana. **Gestão estratégica da informação**: como transformar a informação e a tecnologia da informação em fatores de crescimento e de alto desempenho nas organizações. São Paulo: Atlas, 2012.

BIZ, Alexandre Augusto; NAKATANI, Marcia Shizue Massukado; PAVAN, Cecília de Souza. Análise da gestão da informação na Secretaria de Estado do Turismo do Paraná—SETU-PR. **Revista Turismo em Análise**, São Paulo, v. 24, n. 2, p. 278-297, 2013. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/rta/article/view/64183>. Acesso em: 07 jul. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Programa de Regionalização do Turismo**: Diretrizes. Brasília: Ministério do Turismo, 2013. Disponível em: http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/PROGRAMA_DE_REGIONALIZACAO_DO_TURISMO_-_DIRETRIZES.pdf. Acesso em: 12 jun. 2021.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Retomada do Turismo**: Saiba mais sobre a retomada do turismo. [S. l.: s. n., 2022]. Disponível em: https://retomada.turismo.gov.br/?page_id=199. Acesso em: 16 out. 2022.

CHOO, Chun Wei. **A organização do conhecimento**: como as organizações usam a informação para criar significado, construir conhecimento e tomar decisões. São Paulo: Editora Senac, 2003.

CURITIBA. **Agência de Desenvolvimento do Turismo da Rotas do Pinhão é instalada**. Curitiba: Prefeitura Municipal de Curitiba, 16 set. 2015. Disponível em: <https://www.curitiba.pr.gov.br/noticias/agencia-de-desenvolvimento-do-turismo-da-rotas-do-pinhao-e-instalada/37570>. Acesso em: 15 maio 2021.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Pesquisa em Turismo, Planejamento, Métodos e Técnicas**. 9. ed. rev. e amp. Editora Futura, 1988.

FAVARETTO, Fábio. Gerenciamento de informações em cadeias de prestação de serviços. **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, João Pessoa, v. 2, n. 1, p. 3-20, 2012. Disponível em: <https://periodicos.ufpb.br/ojs2/index.php/pgc/article/view/11607>. Acesso em: 29 jun. 2021.

FORZA, Cipriano; SALVADOR, Fabrizio. Information flows for high-performance manufacturing. *International Journal of Production Economics*, v. 70, n. 1, p. 21-36, 2001.

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

INOMATA, Danielly Oliveira; ARAÚJO, Wánderon Cássio Oliveira; VARVAKIS, Gregório. Fluxos de informação na perspectiva organizacional. **Informação & Informação**, Londrina, v. 20, n. 3, p. 203-228, 2015. Disponível em: <https://ojs.uel.br/revistas/uel/index.php/informacao/article/view/18209>. Acesso em: 07 jul. 2024.

JORGE, Carlos Francisco Bitencourt; MENEGASSI, Cláudia Herrero Martins; MACHADO, João Guilherme de Camargo Ferraz; FERRER, Walkiria Martinez Heinrich; CARDOSO, Francisca Miquelle Siqueira. Estratégias Baseadas no Uso de Informações e Conhecimentos Visando Sustentar as Atividades Empresariais Durante a Pandemia de Covid-19. **Brajis: Brazilian Journal of Information Science: research trends**, Marília, v. 15, p. e02112-e02112, 2021. Disponível em: <https://revistas.marilia.unesp.br/index.php/bjis/article/view/11689>. Acesso em: 07 jul. 2024.

LEITÃO, Dorodame Moura. A informação: insumo e produto do desenvolvimento tecnológico. **Ciência da informação**, Brasília, v. 14, n. 2, 1985. Disponível em: <https://revista.ibict.br/ciinf/article/view/215>. Acesso em: 07 jul. 2024.

LESCA, Humbert; ALMEIDA, Fernando C. Administração estratégica da informação. **Revista de Administração da FEA/USP**, São Paulo, v. 29, n. 3, p. 66-75, jul./set. 1994. Disponível em: <https://advstrbrasil.com.br/wp-content/uploads/2015/09/administracao-estrategica-da-informacao.pdf>. Acesso em: 07 jul. 2024.

MEDAGLIA, Juliana. **Os desafios do uso qualificado da informação em turismo: o caso da pesquisa de demanda turística real de Diamantina/MG**.

2017. Tese (Doutorado em Ciência da Informação) - Universidade Federal de Minas Gerais, Belo Horizonte, 2017.

MEDAGLIA, Juliana; ORTEGA, Cristina Dotta. Mediação da Informação em Turismo: um estudo introdutório. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, São Paulo, v. 6, n. 2, p. 126-147, 2015. Disponível em: <https://revistas.usp.br/incid/article/view/89926>. Acesso em: 07 jul. 2024.

MIDDLETON, Victor; CLARKE, Jackie. **Marketing in travel and tourism**. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

MINAYO, Maria Cecília de Souza. Ciência, técnica e arte: o desafio da pesquisa social. *In*: MINAYO, Maria Cecília de Souza. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. 21. ed. Petrópolis: Vozes, 1994. p. 9-29, 1994.

NUNES, Ricardo Ferreira; MEDAGLIA, Juliana; STADLER, Adriano. Destinos turísticos inteligentes e gestão do conhecimento: possíveis convergências. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, Curitiba, v. 9, n. 1, p. 61-73, 2020. Disponível em: <https://revistas.ufpr.br/atoz/article/view/71613>. Acesso em: 07 jul. 2024.

PARANÁ. Secretaria do Turismo. **Regionalização do Turismo**. [S. l.: s. n., 2021]. Disponível em: <http://www.turismo.pr.gov.br/Pagina/Regionalizacao-do-Turismo>. Acesso em: 15 maio 2021.

PAVAN, Cecília de Souza. **Análise do fluxo de informação e processo de criação de conhecimento de uma destination management organization: estudo de caso no Curitiba, Região e Litoral Convention & Visitors Bureau (CCVB)**. 2016. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do Paraná, 2016.

SMIT, Johanna Wilhelmina. The information in Information Science. **InCID: Revista de Ciência da Informação e Documentação**, São Paulo, v. 3 n. 2, p. 84-101, 2012. Disponível em: <https://www.revistas.usp.br/incid/article/view/48655>. Acesso em: 07 jul. 2024.

INFORMATION FLOW IN INSTANCES OF TOURISM GOVERNANCE: A STUDY BASED ON ADETUR ROTAS DO PINHÃO

ABSTRACT

Objective: This research aimed to identify the informational flow of the Instância de Governança Regional Agência de Desenvolvimento do Turismo Rotas do Pinhão, which includes Curitiba and the 28 municipalities that make up the Metropolitan Region of Curitiba. **Methodology:** A qualitative approach research was carried out with descriptive and exploratory analyses, from two techniques: participant research and in-depth interviews, carried out with the managers of the body that is the object of the study.

Results: The results pointed out that the Rotas do Pinhão presents an intense internal information exchange and little external, produces little information but distributes a lot and presents a vertical informational flow with the State Government. This informational flow is presented from an information flow framework, developed as the main result of the research. **Conclusion:** As a main conclusion, it is recognized that the information flow framework can be adapted to other instances of governance of Brazilian tourism, contributing to its development

Descritores: Turismo. Fluxo da Informação. Acesso à Informação. Canais de Comunicação.

FLUJO DE INFORMACIÓN EN INSTANCIAS DE GOBERNANZA TURÍSTICA: ESTUDIO BASADO EN ADETUR ROTAS DO PINHÃO/PR

RESUMEN

Objetivo: Esta investigación tuvo como objetivo identificar el flujo informativo de la Instância de Governança Regional Agência de Desenvolvimento do Turismo Rotas do Pinhão, que reúne Curitiba y los 28 municipios que componen la Región Metropolitana de Curitiba. **Metodología:** Se realizó una investigación de enfoque cualitativo con análisis descriptivos y exploratorios, a partir de dos técnicas: investigación participante y entrevistas en profundidad, realizadas a los gestores del organismo objeto del estudio. **Resultados:** Los resultados apuntaron que las Rotas do Pinhão presentan un intenso intercambio informativo interno y poco externo, producen poca información pero distribuyen mucha y presentan un flujo informativo vertical con el Gobierno del Estado. Este flujo de información se presenta a partir de un marco de flujo de información, desarrollado como principal resultado de la investigación. **Conclusión:** Como principal conclusión, se reconoce que el marco de flujo de información puede ser adaptado a otras instancias de gobernanza del turismo brasileño, contribuyendo a su desarrollo.

Descritores: Turismo. Fluxo da Informação. Acesso à Informação. Canais de Comunicação.

Recebido em: 04.04.2023

Aceito em: 21.05.2024