

LAS RELACIONES ENTRE LA INFORMACIÓN TURÍSTICA Y LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN

Análisis de publicaciones científicas en revistas latinoamericanas

Ewerton Lemos Gomes*
Eduardo Henrique Moscardi**
Mateus José Alves Pinto***
Marcia S. M. Nakatani****
Universidad Federal de Paraná
Curitiba - Brasil

Resumen: Las tecnologías de la información y la comunicación (TICs) son una realidad en la actividad turística, sea por la creciente adhesión de turistas al buscar información sobre una localidad o sea como factor de competitividad de los destinos. De la misma forma, se indica la importancia de las investigaciones en turismo en América Latina en cuanto a los destinos emergentes de la región y el rol de las revistas en la difusión del conocimiento científico. Este artículo tuvo como objetivo identificar las relaciones entre la información turística y las TICs de acuerdo con los artículos publicados en las revistas latinoamericanas de turismo. Para este trabajo exploratorio-descriptivo se buscaron en julio de 2016 los descriptores “información turística”, “tecnología” y “TIC” en las palabras clave de los artículos de la Colección de Revistas de Estudios de Turismo de la base de datos Redalyc. Se dividió la investigación en tres etapas: i. revisión bibliométrica de la literatura, con la búsqueda y selección de los artículos para una apreciación cuantitativa; ii. revisión sistemática de la literatura seleccionada, con su categorización mediante agrupamientos coincidentes con el debate presentado por cada trabajo; iii. revisión integradora de la literatura, con el uso de nuevas fuentes y la revisita a los artículos categorizados. Presentado el panorama de lo que se investiga sobre información turística y TICs en América Latina, se obtuvo como principal resultado que la relación establecida entre los dos conceptos en la literatura es la transmisión de la información turística a través del uso de las TICs y que éstas actúan como catalizadores del flujo de información turística entre los agentes presentes en el turismo.

PALABRAS CLAVE: Información turística, TICs, América Latina, revisión bibliométrica, revisión sistemática, revisión integradora.

Abstract: The Relationship between the Tourist Information and the Information and Communication Technologies: An Analysis of the Latin American Tourism Literature. Information and communication technologies (ICTs) are a reality in tourist activity, either by the increasing number of tourists seeking information about a locality, or as a factor of competitiveness for destinations. Likewise,

* Mestre en turismo por el PPGTUR de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. Becario CAPES. Bachiller en Turismo por el DETUR de la UFPR. Investigador del Laboratorio de Investigación en Turismo, Tecnología, Información, Comunicación y Conocimiento; y miembro del Grupo de Investigación TURITEC de la UFPR. E-mail: ewertonlegomes@gmail.com

** Estudiante de grado de la carrera de Turismo de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. Investigador becario (Tesoro Nacional) de la UFPR. Investigador del Laboratorio de Investigación en Turismo, Tecnología, Información, Comunicación y Conocimiento; y miembro del Grupo de Investigación TURITEC de la UFPR. E-mail: moscardi.eduardo@gmail.com

*** Bachiller en Turismo por el DETUR de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil. Consultor Educativo en la Yes – Young Education Studies, Curitiba, Brasil. Investigador voluntario del Laboratorio de Turismo, Tecnología, Información, Comunicación y Conocimiento (TURITEC) y miembro del Grupo de Investigación TURITEC de la UFPR. E-mail: mateusjose.trilhas@gmail.com

**** Doctora y Maestra en Administración por el PPGADM de la Universidad Federal de Paraná (UFPR), Curitiba, Brasil; y Bachiller en Turismo por el DETUR de la UFPR. Profesora del Programa de grado y posgrado en Turismo de la UFPR. Investigadora del Laboratorio de Investigación en Turismo, Tecnología, Información, Comunicación y Conocimiento (TURITEC) y co-líder del Grupo de Investigación TURITEC de la UFPR: Rua Dr. Favre, 405, 3 piso, Campus Reitoria, 80160-140, Curitiba, Paraná, Brasil. E-mail: marcia.nakatani@ufpr.br.

it is necessary to point out the importance of tourism research in Latin America since the region is constituted by emerging destinations and because of the role of journals for the dissemination of scientific knowledge. This article aimed to identify the relationship between the tourist information and ICTs according to articles published in Latin America. For this exploratory-descriptive research, the descriptors "tourist information", "technology" and "ICT" were used in July of 2016 to search for keywords in articles of the Collection of Journals of Tourism Studies, from the Redalyc database. The research was divided into three stages: i. bibliometric literature review, with the search and selection of articles for quantitative evaluation; ii. systematic review of the selected literature, with its categorization through groupings consistent with the discussions presented by each work; iii. integrative review of the literature, using new sources and revisiting categorized articles. Once with an overview of tourist information and ICTs research in Latin America, the main result of this paper was that the relationship between the two concepts in the literature is the transmission of tourist information through the use of ICTs, and that ICTs act as catalysts to boost the tourist information flow among the agents present in tourism.

KEY WORDS: *Tourist information; ICTs; Latin America; bibliometric review; systematic review; integrative review.*

INTRODUCCIÓN

En América el turismo ha registrado un rápido y expresivo crecimiento en el número de desembarques de turistas internacionales, alcanzando casi 200 millones de llegadas internacionales en 2016, el 16% del flujo mundial (OMT, 2017), dado que ha contribuido a mantener las buenas previsiones de desarrollo de la actividad hasta 2030. Respecto de la llegada de turistas a regiones de economía emergente, como América Latina, la OMT (2015; 2017) prevé un crecimiento dos veces mayor en relación a los países económicamente avanzados (+4,4% por año hasta 2030). En un informe específico sobre el turismo en América, la OMT (2013) prevé que el 57% de las llegadas internacionales mundiales estarán concentradas en los países emergentes en 2030, contra el 30% en 1980.

El turismo y el desarrollo de destinos turísticos competitivos están incluidos en el contexto de la sociedad de la información (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012), que se caracteriza por la existencia y uso intensivo de las tecnologías de la información y la comunicación en las relaciones sociales y económicas. Así, el *e-tourism* (Buhalis, 2003; Ukpabi & Karjaluo, 2016) involucra tanto a la gestión pública como privada y a los individuos que participan y construyen la actividad turística.

Es pertinente observar que los destinos turísticos más competitivos son aquellos que presentan diversas ventajas competitivas, entre ellas la innovación tecnológica (Vignati, 2008; Ruiz, 2015). Como consecuencia y según Thomaz (2014), Vignati (2008) y Ruiz (2015) el posicionamiento y la competitividad de un destino turístico son favorecidos siempre que sus ventajas frente a otros son consideradas en posts compartidos, comentarios y opiniones online, que en este trabajo son considerados información turística.

En lo que respecta al contexto del desarrollo e inserción de las TICs en América Latina, la Corporación Andina de Fomento (CAF, 2013) destaca algunos datos importantes como los servicios móviles satisfactorios a pesar del desarrollo deficitario de la telefonía fija, la banda ancha y las redes de fibra óptica en la región; la industria de la telecomunicación como una de las fuentes de generación de riqueza más importantes de las economías nacionales; y los gobiernos de la región conscientes de la importancia del desarrollo del sector de las TICs, algunos han fomentado su implementación en el sistema educativo (CAF, 2013). Sin embargo la proporción de investigadores en estos países es muy baja, contribuyendo a los bajos índices de innovación (CAF, 2013).

Con los recientes avances de la comunicación se nota que el siglo XXI está marcado por la llegada de la internet 2.0, el aumento de la conectividad e interactividad en la sociedad y el surgimiento de nuevas herramientas de computación y de recolección y tratamiento de datos, impulsando la economía y el conocimiento participativo (SEGITTUR, 2015). Internet revolucionó no sólo el mercado turístico sino que impactó el modo de consumo del turismo, visto que para Buhalis & Jun (2011) desde su surgimiento la búsqueda de información sobre viajes y la realización de reservas ha sido uno de los principales motivos por los cuales las personas usan internet. La revolución digital, también llamada Tercera Revolución Industrial, trajo un nuevo concepto de sociedad conectada a través de la radio, el teléfono, la televisión, la computadora (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012) y recientemente de los servicios y tecnologías móviles.

El turismo está formado por diversas actividades que refuerzan su carácter complejo y sistemático. La actividad reúne actores públicos y privados, recursos naturales y culturales, y genera impactos económicos, socioculturales, ambientales y políticos, incluyendo también estructuras básicas del viaje como alojamiento, alimentación, transportes y entretenimiento (Vignati, 2008; Buhalis & Law, 2008). Dichas estructuras están constituidas por servicios, convirtiendo a la información turística sobre los destinos y sobre el propio viaje en un factor preponderante para que el visitante adquiera conocimiento sobre lo que está consumiendo (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012). En este punto Buhalis & Law (2008) enfatizan que la información turística se vale de multimedios como fotografías y videos para hacer tangible la experiencia y enriquecer la información y la interacción.

La información turística puede ser encontrada en los estudios de turismo que abarcan diferentes contextos como la planificación turística (Ritchie & Ritchie, 2002), la formación de la imagen de los destinos (Rodríguez-Molina, Frías-Jamilena & Castañeda-García, 2015), la búsqueda de información (Gursoy & McCleary, 2004) o las TICs (MacKay & Vogt, 2012). En efecto, la relación del turismo con las TICs está presente principalmente cuando la actividad es considerada altamente dependiente de la información y del uso de tecnologías, y está constituida por servicios caracterizados por su intangibilidad y heterogeneidad (Poon, 1988). De modo complementario Buhalis (2003 citado por Buhalis & Jun, 2011) sugiere que la aplicación de las TICs al turismo refleja la digitalización de todos los procesos y cadenas de valor de la actividad.

A partir de esto se puede reconocer en el turismo la utilidad y la aplicación de las TICs, que en 1988 eran denominadas por Poon (1988) como tecnologías de información y definidas como nuevos modos y mecanismos para difundir y analizar información. Las TICs en turismo son consideradas en el contexto actual “[...] como el uso de *hardwares* y *softwares* alineados a la complejidad de los sistemas de comunicación e información en relación a productos y servicios turísticos que facilitan y permiten, por medio de canales de distribución diversos y flexibles, la percepción de lo intangible como tangible” (Biz & Ceretta, 2008: 402).

El impacto de las TICs en el turismo produjo cambios en la forma de acceso y consumo de los servicios turísticos (Ukpabi & Karjaluo, 2016) e influyó en la operación, estructura y estrategias de las organizaciones turísticas. Es el centro de la innovación de los productos, procesos y gestiones y aumenta las oportunidades de los destinos para atraer más visitantes (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2012).

Para Buhalis & Law (2008: 611) “[...] *internet* es una de las tecnologías más influyentes que ha cambiado el comportamiento de los turistas [...]” y que revolucionó el proceso de búsqueda de información inherente a la toma de decisiones. Así, concluyen que “[...] *internet* permite que los consumidores interactúen directamente con los proveedores, desafiando el rol de los intermediarios” (Buhalis & Law, 2008: 611). Según la GoodWorkLabs (2016) el 85% de los usuarios de *smartphones* utilizan ese medio para planear sus viajes (30% usan aplicaciones móviles para buscar ofertas de hoteles y 29% para vuelos). Asimismo, el 55,8% de los turistas utilizan aplicaciones móviles para chequear las condiciones climáticas, el 49,1% para obtener orientación mediante mapas y el 62,1% para buscar restaurantes próximos (GoodWorkLabs, 2016). Mendes Filho, Jorge & Sena Júnior (2016) definen esta realidad como un comportamiento típico del nuevo turista, que antes de viajar realiza búsquedas de información y visita virtualmente el lugar. La presencia de las TICs en la actividad turística es muy representativa por la creciente adhesión de los turistas a buscar información sobre la localidad y para los organismos oficiales de turismo es un factor de competitividad de sus destinos.

La investigación actúa como un importante factor de desarrollo teórico del turismo, ya que genera resultados pasibles de nuevas investigaciones y así alimenta otros ciclos de descubrimientos (Rejowski, 1998). Además de producir conocimiento, la investigación en turismo en América Latina es importante en el desarrollo de la región, que incluye destinos emergentes según la OMT (2013). Pinto, Moscardi & Nakatani (2016) indican que los estudios sobre la información turística pueden ayudar en el reconocimiento de su importancia para la actividad a partir de la caracterización de los contextos del turismo en los que es investigada, como el de las tecnologías de información y comunicación (TICs).

Así, observando la importancia de la información para el turismo, la presente investigación tiene como objetivo principal identificar la relación entre la información turística y las TICs de acuerdo con los artículos publicados en América Latina. Se realizó una revisión bibliométrica (para conformar el *corpus* de análisis y describir los aspectos cuantitativos de sus referencias), una revisión sistemática (para

categorizar cualitativamente los artículos indicando características comunes) y una revisión integradora (para entender la relación entre información turística y TICs a partir de la literatura analizada).

Este estudio posee un estado del arte, una revisión de la literatura que consiste según Luna (1997) en presentar a través del relevamiento de la literatura publicada, lo que ya se sabe sobre un tema y sus vacíos. Así, la estructura del análisis y el debate de los resultados son presentados en formato de revisión, considerando los resultados referentes a las tres revisiones realizadas: bibliométrica, sistemática e integradora; lo que permitió identificar los temas y *gaps* en la investigación sobre la relación entre información turística y TICs en América Latina. La adopción de estas otras dos técnicas permitió analizar no sólo cuantitativamente, sino también cualitativamente, la producción académico-científica sobre la temática turismo y TICs. Así el análisis cualitativo de la relación entre la información turística y las TICs en la literatura publicada en América Latina fue el elemento diferenciador de este estudio.

Cabe destacar que Ortiz & Corrêa (2016) realizaron un análisis de la producción académica sobre las TICs en el turismo y utilizando sólo la bibliometría (con otros descriptores de investigación), analizaron los artículos de las revistas científicas brasileñas (ninguno presente en este análisis) considerando los temas que involucran las TICs en turismo, aunque no enfocados en la relación entre información turística y TICs.

METODOLOGIA

Este trabajo, caracterizado como estado del arte, utilizó para la recolección y el análisis de los datos las revisiones bibliométrica, sistemática e integradora de la literatura. La investigación bibliométrica permitió un relevamiento de lo que “[...] *ya fue publicado sobre el tema y mapear a quienes ya escribieron y lo que ya se escribió, generando un sustento para el desarrollo de nuevos trabajos*” (Muniz Júnior, Maia & Viola, 2011: 2). La bibliometría fue empleada en la recolección y análisis de los aspectos cuantitativos de los trabajos, por ejemplo las referencias utilizadas. La primera etapa incluyó una búsqueda realizada en julio de 2016 a partir de los descriptores “*información turística*” y “*tecnología*” o “TIC” en las palabras clave de los artículos publicados en la *Colección de Revistas de Estudios de Turismo* de la base de datos online Redalyc.

Redalyc es un sistema de información científica denominado Red de Revistas Científicas de América Latina y Caribe, España y Portugal, gerenciada por la Universidad Autónoma del Estado de México (UAEM). Esta base de datos fue elegida para buscar los artículos por tres motivos: ofrece libre y rápido acceso a los artículos en versión completa; tiene una colección de revistas exclusivas de turismo, lo que facilitó la formación del corpus de análisis de este trabajo, a diferencia de otras bases de datos como SciELO, que no posee una colección de turismo; y es una red de revistas enfocada en América Latina, Caribe, España y Portugal, y no en otras regiones como Elsevier. La colección de revistas de turismo de Redalyc posee ocho revistas científicas registradas en la base y se incluyeron en la investigación sólo las publicadas por países latinoamericanos.

Realizadas las búsquedas considerando los términos citados, se recuperaron 22 artículos en total: 15 correspondientes a la búsqueda “información turística” y “tecnología” y 7 para “información turística” y “TIC”. De esos artículos, 2 fueron retirados por aparecer en ambas búsquedas y 9 eran de revistas españolas. Después del análisis bibliográfico uno de los artículos seleccionados fue excluido pues abordaba la tecnología fuera del contexto de la información, tratando el avance tecnológico en el campo del transporte como un factor de evolución para el turismo (Viloria-Cedeño, 2012). Así, se obtuvieron 10 artículos, 9 de ellos publicados en la revista Estudios y Perspectivas en Turismo (EyPT) y 1 en Gestión Turística (GT).

Las realidades investigadas en los estudios analizados fueron las de Brasil (4 artículos), Argentina (2 artículos) y España (2 artículos). El análisis incluyó trabajos sobre información turística y TICs en América Latina publicados en revistas latinoamericanas de divulgación del conocimiento científico (Cuadro 1). Una vez definidos los trabajos se procedió a su lectura para lograr el objetivo propuesto, identificar las relaciones entre la información turística y las TICs presentadas en la literatura.

Cuadro 1: Artículos analizados en la investigación

REVISTA	TÍTULO	AUTOR/ANO/ FILIACIÓN
EyPT	<i>Destinos turísticos argentinos en internet: Un análisis de los sitios gubernamentales</i>	Villar, 2007 (Argentina)
GT	<i>La innovación como requisito para la competitividad turística: Una metodología para su descripción y análisis</i>	Puccio & Grana, 2008 (Argentina)
EyPT	<i>El uso de internet en la comunicación con los clientes: La atención on-line en los hoteles de Florianópolis (Santa Catarina – Brasil)</i>	Moraes, 2009 (Brasil)
EyPT	<i>Turismo de lujo e internet: Oportunidades para las Agencias de Viajes</i>	Galhanone, Marques, Toledo & Mazzon, 2010 (Brasil)
EyPT	<i>Gestión participativa del turismo: Un análisis sobre el uso de las herramientas de las TIC'S por parte de los organismos públicos de turismo</i>	Nunes, Biz & Bettoni, 2011 (Brasil)
EyPT	<i>El turismo en la sociedad de la información: Um abordaje conceptual sobre el “pos-turismo”</i>	Bezerra, Luft & Dacorso, 2012 (Brasil)
EyPT	<i>Creación de itinerarios turísticos en el municipio de Curitiba (Pr - Brasil): La tecnología 3G como soporte para la creación del aplicativo del Self Guided Walking Tourist</i>	Neves, Biz & Bettoni, 2012 (Brasil)
EyPT	<i>Trayectorias de acumulación de competencias tecnológicas y procesos de aprendizaje: Propuesta de un modelo analítico para agencias de viaje y operadoras turísticas</i>	Rocha & Zouain, 2012 (Brasil)
EyPT	<i>Realidad aumentada y sistemas de recomendación grupales Una nueva perspectiva en sistemas de destinos turísticos</i>	Leiva, Guevara, Rossi & Aguayo, 2014 (España)
EyPT	<i>El boca-oído online como herramienta para la gestión hotelera: El estado de la cuestión</i>	Berne-Manero, Pedraja-Iglesias & Vicuta-Ciobanu, 2015 (España)

Fuente: Datos de la investigación (2016)

Luego de la revisión bibliométrica se optó por la revisión sistemática (Busalim & Hussim, 2016) e integradora (Broome, 2000) de la literatura seleccionada. La sistematización fue utilizada para “[...] identificar eventuales lagunas en la investigación a fin de sugerir un estudio más profundo, y brindar una mejor comprensión del fenómeno nuevo” (Busalim & Hussim, 2016: 1077). Finalmente, la revisión integradora se llevó a cabo por ser un análisis de investigaciones ya publicadas que pueden tener como

objetivo inferir cuestiones substantivas a partir de un conjunto de estudios que las retratan directamente (Jackson, 1980). Jackson (1980: 439) afirma que las investigaciones de esta naturaleza “[...] *deberían explorar las razones de las diferencias en los resultados y determinar lo que el corpus, como un todo, revela o no sobre el tema.*”

Esta etapa fue exploratorio-descriptiva porque sirvió para establecer categorías y conceptos para identificar las relaciones entre la información turística y las TICs. El análisis de los datos se realizó a partir de la identificación en los artículos, de situaciones en las cuales se analizaban las tecnologías de la información y la comunicación. Luego se intentó describir cómo aparece la información turística en cada contexto de uso de las TICs, considerando la relación entre emisores y receptores de la información (agentes presentes en el turismo).

El establecimiento de categorías a posteriori, a partir de los artículos pertenecientes al corpus, fue utilizado para posibilitar que éstas surgieran en el relevamiento de datos realizado, evitando asignar conceptos en grupos predeterminados, incurriendo en el riesgo de ser considerados sesgos teóricos. Este establecimiento de categorías se basó en la construcción interactiva propuesta por Laville & Dione (1999: 227) quien “[...] *no supone la presencia previa de un punto de vista teórico [...] El investigador elabora poco a poco una explicación lógica del fenómeno o de la situación estudiados, analizando las unidades de sentido y las interrelaciones entre esas unidades y entre las categorías en las que se encuentran reunidas*”. Esta técnica fue adoptada como una forma de mitigar el riesgo de inferencias y conclusiones previas, dirigiendo la visión de los investigadores hacia el análisis cualitativo basado sólo en el corpus de la investigación.

Las revisiones bibliométrica (Muniz Júnior, Maia & Viola, 2011), sistemática (Busalim & Hussim, 2016) e integradora (Broome, 2000; Jackson, 1980), y la construcción interactiva de una explicación (Laville & Dione, 1999) conformaron el método adoptado por los investigadores para emprender un análisis cualitativo del contenido de los artículos (Cuadro 2).

Cuadro 2: Etapas y técnicas empleadas para la recolección y el análisis

ETAPA	TÉCNICA EMPLEADA	DESCRIPCIÓN
1. Selección de los artículos y apreciación cuantitativa	Revisión bibliométrica de la literatura	Selección de los artículos que se refieren a información turística y TICs publicados en América Latina, de acuerdo con recortes y descriptores delimitados para recuperar los artículos en la base de datos. Apreciación cuantitativa de los artículos.
2. Categorización de los artículos	Revisión sistemática de la literatura	Sistematización de la literatura seleccionada sobre información turística y TICs, por medio de la categorización de esos trabajos (investigación pura/aplicada y contexto – oferta/demanda)
3. Análisis de la relación información turística y TICs	Revisión integradora de la literatura	Análisis de los artículos para identificar la relación entre la información turística y las TICs conforme el debate en los trabajos analizados y revisitados después de otras lecturas (construcción interactiva).

Fuente: Elaboración propia

A partir de la metodología descrita se buscó entender la relación entre la información turística y las TICs en la literatura seleccionada, para contribuir a la difusión y producción de conocimiento respecto a ambos conceptos. Los resultados de la investigación se presentan por etapas, considerando

en forma separada las revisiones bibliométrica, sistemática e integradora.

RESULTADOS DE LA REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA

Por medio de la investigación bibliométrica se analizaron los resultados sobre las referencias adoptadas por los artículos. Se encontraron un total de 305 referencias en los artículos, de las cuales 7 se repitieron en 2 o más trabajos, lo que puede indicar el uso de diferentes referencias para investigar sobre información turística y TICs; y la inexistencia de teóricos clásicos en este campo de estudio. Se destaca el trabajo de Buhalis & Law (2008), citado en 3 artículos diferentes.

Predomina el idioma inglés en las referencias (173), seguido del portugués (73), español (49) y francés (3). Así, se considera que la realidad de las investigaciones sobre información turística y TICs en América Latina posee una gran influencia de las publicaciones en lengua inglesa en sus marcos teóricos. La mitad de las referencias (163) fueron publicadas entre 2004 y 2007, el año de publicación del artículo más antiguo del corpus de este trabajo y el año con más referencias citadas (23). Además, 2003 fue la media del año de publicación de las referencias utilizadas por los autores de los artículos analizados, dato indicativo del uso de estudios con aproximadamente 10 años de antigüedad en un tema que ha evolucionado rápidamente.

Las bases conceptuales de los artículos utilizadas para fundamentar la investigación (tituladas revisión de la literatura o marco teórico) reflejan un desarrollo puntual del conocimiento. Cada investigación es conducida dentro del enfoque específico del trabajo, independientemente de un campo de estudios o de una preocupación por construir conocimientos sobre la relación entre información turística y TICs de forma acumulativa.

RESULTADOS DE LA REVISIÓN SISTEMÁTICA

La segunda parte del análisis contempló la revisión sistemática, la identificación y la descripción de los contextos del turismo en los cuales se trata la información turística en la investigación sobre TICs. Así, fue posible identificar los subtemas más investigados y caracterizar, dentro de las proporciones de este estudio, las publicaciones latinoamericanas.

Entre los 10 artículos analizados en esta etapa se verificó que las TICs son investigadas en los estudios que priorizan el debate teórico (investigación pura) y en la investigación aplicada. Así, se puede realizar la siguiente clasificación: a) Artículos con discusión teórica sobre las TICs (2 artículos); y b) Artículos que analizan las TICs, sus consecuencias y la aplicación en los contextos del turismo. Este último fue subdividido en: uso de las TICs como herramientas para la optimización de la oferta (6 artículos) y uso de las TICs en beneficio de la demanda turística (2 artículos). La información fue considerada como pertinente al turismo en la medida en que se refiere a la actividad turística o a los agentes que participan en ella: información sobre destinos y productos emitida por los órganos oficiales

de los destinos o por el *trade*, información sobre el turista e información referente a la planificación de la actividad emitida tanto por el poder público como por la población local de un destino.

En los artículos clasificados como *discusión teórica* se identificaron objetivos que buscaban comprender los cambios que han producido las TICs en la sociedad, el turismo o las organizaciones que operan en él, tanto en el intercambio de información mediante el contacto con el turista como en la gestión interna de una agencia u operadora turística (Rocha & Zouain, 2012).

Rocha & Zouain (2012) analizan los procesos de aprendizaje y las competencias aplicadas a las empresas turísticas considerando a las TICs como herramientas utilizadas para el aprendizaje de competencias tecnológicas. Puccio & Grana (2008: 69) concluyen que “[...] las TICs en sí no tienen ningún contenido intrínseco, sólo cuando se construye el sistema de información deseado pueden ser consideradas poseedoras de un valor potencial”. Así, la incorporación de las TICs en el cotidiano de las empresas turísticas es expresada en el artículo de Rocha & Zouain (2012) como un medio para transmitir información internamente, considerando la comunicación organizacional.

Bezerra, Luft & Dacorso (2012) proponen un debate sobre los cambios generados por las TICs y la sociedad de la información en el turismo. La discusión parte del posturismo de Molina (2003), cuando las nuevas tecnologías reconfiguran y tienen efectos sobre el turismo, visto que las empresas pasan a lidiar con una gran cantidad de información. El estudio ejemplifica que las TICs transformaron y aproximaron las empresas turísticas a sus clientes e impactaron en la disminución de gastos en intermediarios, concluyendo que la tecnología tiene un rol clave en la remodelación de procesos y la innovación en productos y servicios turísticos (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012).

En los artículos con investigaciones aplicadas se estableció la mencionada división de acuerdo con la perspectiva analizada, de la oferta (6 artículos) y de la demanda (2 artículos). En la primera subcategoría se puede percibir un enfoque dirigido a comprender los cambios organizacionales y las nuevas formas de gestión producto de la implementación de las TICs en la iniciativa privada. Los 6 artículos de esta subcategoría presentan las TICs como herramientas para optimizar los procesos de comunicación que se dan en el ámbito de la gestión de organizaciones (en el *trade* turístico, hoteles y agencias), creando un flujo de información con el turista o actuando internamente (comunicación organizacional).

La posibilidad de hacer tangible el servicio y conseguir información sobre el consumidor para mejorar la oferta es discutida en 3 estudios: 1) en la investigación de Galhanone *et al.* (2010) sobre cómo las agencias de viaje de lujo han utilizado las TICs para interactuar con los consumidores; 2) en el estudio de Berne-Manero, Pedraja-Iglesias & Vicuta-Ciobanu (2015), quienes analizaron cómo la información turística proveniente de la opinión de los visitantes y transmitida por medio de las TICs (e-WOM) afecta la toma de decisiones organizacionales en los hoteles; y 3) en la investigación de los

sitios web de hoteles hecha por Moraes (2009), quien identificó el uso de la herramienta más para la promoción y comercialización que para la comunicación con los clientes.

En este contexto, también se pueden identificar algunos conceptos relacionados con las TICs, como el e-WOM (*electronic Word of Mouth*) y su uso en los sitios web de hoteles para la toma de decisiones organizacionales (Berne-Manero, Pedraja-Iglesias & Vicuta-Ciobanu, 2015). Dichos autores buscan entender a los gestores y hoteles que usan el e-WOM para tomar decisiones y a los que no lo hacen, así como los motivos de cada uno de los posicionamientos.

Con la disminución del costo de la comunicación gracias a las TICs, las organizaciones han sufrido cambios. Moraes (2009) indica que estas tecnologías facilitan el proceso de diálogo online con los clientes y permiten que los hoteles lleguen a los consumidores de sus servicios con más facilidad. El autor también destaca la importancia de la calidad de la información ya que acerca el producto turístico (intangibles por naturaleza) al cliente (Moraes, 2009). Como indican Galhanone *et al.* (2010) internet surge como una manera de hacer más tangibles los servicios poniendo a disposición diferentes tipos de información de forma interactiva y mejorando los procesos de comunicación con el turista.

La utilidad dada a las TICs por los emprendimientos privados (considerando la oferta de productos turísticos) e investigada en tres de los diez artículos aquí analizados se refiere a la especialización y tangibilización de los servicios a través de la mayor disponibilidad de información sobre el turista, su perfil, motivaciones y comportamientos de consumo.

Para Buhalis & Law (2008) los consumidores se están volviendo cada vez más propensos a brindar información sobre sí mismos para que los servicios adquiridos sean mejorados y personalizados. Así, se puede reconocer en las publicaciones latinoamericanas de turismo que la aplicación de las TICs en la gestión privada converge con la tendencia actual de flexibilización del producto turístico a través de la customización (Stamboulis & Skayannis, 2003).

La customización del producto de acuerdo a la demanda en el ámbito de los organismos oficiales de turismo que están a cargo de la promoción de la localidad como destino turístico (Nakatani, Gomes & Nunes, 2016) es, para Villar (2007), un factor que favorece el desarrollo de estrategias de promoción para los destinos no consolidados. Además, el autor indica que internet y el uso de los sitios web resultan un ambiente propicio para el estímulo de la cooperación entre los sectores público y privado del turismo, para lograr definir la identidad de un destino (Villar, 2007).

Para Stamboulis & Skayannis (2003: 35) “[...] *por formar parte del sector de servicios, el turismo inevitablemente ha sido asociado a la evolución de las nuevas tecnologías con nuevas formas de innovación organizacional y estructural*”. En este contexto, el artículo de Puccio & Grana (2008) presenta una evaluación de los procesos de innovación en los sitios web de los destinos elegidos para formar parte del Plan Nacional de Turismo de Argentina, haciendo un análisis paralelo de los sitios web

de las empresas hoteleras de esos destinos. Para las autoras, la comprensión y aplicación de la innovación deben ser y estar dirigidas al mercado en el cual actúan (local, regional, nacional o internacional). Así, consideran que las TICs son entendidas como herramientas o instrumentos de conocimiento e información y se transforman en la base para la innovación y el potencial competitivo en esos destinos (Puccio & Grana, 2008). Se observa que las TICs son tratadas como un factor de análisis para medir la competitividad de los destinos latinoamericanos, evidenciando su rol en el desarrollo de esos destinos. Además, las TICs son definidas como innovaciones tecnológicas y herramientas para tratar la información, ya que Puccio & Grana (2008) indican que su contribución al turismo es la posibilidad de establecer redes de comunicación (internet, intranet o extranet).

En los dos artículos clasificados sobre el uso de las TICs en beneficio de la demanda turística, se incluye el debate de Neves, Biz & Bettoni (2012) sobre el uso de la conexión móvil 3G en la oferta de itinerarios turísticos autoguiados en la ciudad de Curitiba en Brasil, y el estudio de Leiva *et al.* (2014) que parte de la idea de aplicar el concepto de realidad aumentada para que los turistas accedan a un sistema inteligente de recomendación de actividades y atractivos. Ambas investigaciones consideraron el uso de dispositivos móviles por parte de los turistas, posibilitando el acceso a información especializada e instantánea sobre los destinos.

Partiendo de la idea de viaje como proceso de desplazamiento geográfico, los autores identificaron las deficiencias y posibilidades del uso de la tecnología 3G como instrumento facilitador en proyectos que involucran directrices de realidad aumentada (Neves, Biz & Bettoni, 2012; Leiva *et al.*, 2014). En efecto, los trabajos reflejan el hecho de que el turismo “[...] *ha testimoniado un vasto desarrollo de diversas tecnologías [...], plataformas tecnológicas y aplicaciones para fines turísticos, incluyendo sistemas de navegación, mapas digitales y guías portátiles y/o sistemas de recomendación [...]*” (Tussydiah & Zach, 2012: 782).

Así, al discutir un sistema de recomendación inteligente vía uso de la realidad aumentada, Leiva *et al.* (2014) analizan la posibilidad de obtener información sobre el turista y sus preferencias a través de las TICs, para poder crear productos especializados y más satisfactorios. Los artículos analizados debaten esa evolución de las tecnologías y los cambios de paradigma, como ya destacaran Bezerra, Luft & Dacorso (2012). Así, la relación entre turista y destino y el intercambio de información es mediada no sólo por las interacciones personales, sino también por las interacciones virtuales con el uso de alguna TIC.

Las TICs son abordadas en esos estudios como oportunidades, o sea como herramientas de gestión de la información turística para explorar los destinos e itinerarios autoguiados. Cabe destacar la consideración de Walter (1996: 243) que afirma que “[...] *la obtención de información a través de aplicaciones sonoras o de autoguías puede alejar a las personas de la visita, pero mejoran la obtención de información por parte de los visitantes que las utilizan*”.

Según Neves, Biz & Bettoni (2012: 399) “[...] *en lo que respecta a la inclusión de las TICs en la actividad turística, se constató que más allá de ser una realidad, se presenta como una tendencia constante siempre que se debaten las perspectivas del segmento*”. Las TICs también aparecen en los artículos analizados como un factor de influencia en el turismo, utilizando los dispositivos móviles y sus aplicaciones (*Apps*) como una herramienta de difusión de información. Sobre las TICs en el turismo Buhalis (1993: 378) confirma que “[...] *la rápida penetración de la tecnología de la información en la industria del turismo tiene implicaciones radicales para la competitividad [...]*”.

De esa forma, el sistema discutido por Leiva *et al.* (2014) y los itinerarios autoguiados descritos por Neves, Biz & Bettoni (2012) hacen contribuciones prácticas, destacando la posibilidad de obtener información más útil y en forma rápida por intermedio de las tecnologías de la información y la comunicación. Se identificaron trabajos en los cuales el uso de las TICs puede ir más allá de los procesos de customización de productos y de la automatización de las experiencias del turista.

Nunes, Biz & Bettoni (2011) discuten el uso de internet como una herramienta de gestión pública y de interacción entre un organismo público responsable por un destino y su población local.

Al analizar los sitios web gubernamentales de turismo de las ciudades-sede de la Copa del Mundo FIFA 2014, realizada en Brasil, los autores investigaron las TICs explorando su poder de difusión de información para la gestión participativa del turismo en una localidad, identificando las posibilidades y medios de participación de los ciudadanos en las decisiones sobre la planificación del turismo en las ciudades-sede del torneo (Nunes, Biz & Bettoni, 2011). Después de analizar los sitios web, los autores concluyen que durante la Copa del Mundo FIFA, los sitios de las sedes presentaban al menos un ámbito digital donde se intercambiaba información entre la organización oficial de turismo y la población local. Así, las TICs pueden ser caracterizadas como un vector de la gestión participativa, imbuidas de la capacidad de mejorar la difusión e intercambio de información entre las organizaciones y la población.

RESULTADOS DE LA REVISIÓN INTEGRADORA: LAS RELACIONES ENTRE INFORMACIÓN TURÍSTICA Y TICs

Al finalizar el análisis de los diez artículos se percibieron algunas diferencias sensibles en lo que se refiere a las situaciones en las que las TICs son analizadas, considerando su relación con la información turística en la gestión pública y en la iniciativa privada. Esas diferencias pueden ser explicadas por las distintas finalidades de las organizaciones públicas y privadas y por el rol que desempeñan en la planificación, organización y gestión de la localidad como destino o producto turístico.

Las empresas privadas, conforme lo relatado en los artículos analizados, tienden a estar más interesadas en obtener información sobre el turista para, como establecen Moraes (2009), Galhanone *et al.* (2010) y Berne-Manero, Pedraja-Iglesias & Vicuta-Ciobanu (2015), poder adaptar sus productos y servicios a las necesidades de su público. Se considera que la necesidad de las empresas privadas

de manipular crecientes volúmenes de información (en gran parte generada por sus consumidores y proveniente de diferentes fuentes) requiere el dominio de tecnologías y habilidades específicas para manejarlas (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012).

Así, se verificó que la búsqueda y el uso de información por parte de la iniciativa privada tienen como finalidad mejorar su proceso de comunicación enfocado en la venta del producto turístico para obtener ganancias y permitir el establecimiento de relaciones con sus clientes. Por otro lado, la gestión pública desempeña un papel distinto en el destino turístico. Massukado-Nakatani & Teixeira (2009), a partir de los estudios de Barbosa (2003), consideran que los organismos públicos desde la perspectiva de la oferta, tienen como función principal proveer infraestructura (acceso, transporte, señalización y servicios como telecomunicaciones, salud y seguridad), que es compartida entre residentes y visitantes. Así, para las organizaciones públicas de turismo la información turística es tanto una forma de establecer relaciones con la población local como un medio de comunicar el destino a los turistas o potenciales visitantes.

El destino turístico, aquí y de acuerdo con lo que se puede observar en los artículos analizados, está compuesto por los siguientes agentes: las organizaciones oficiales de turismo (gestión pública); el trade turístico (gestión privada); la población local de ese destino; y el propio turista (que junto a las TICs contribuyen a que los cambios ocurridos en la sociedad de la información sean aplicados a la actividad turística) (Bezerra, Luft & Dacorso, 2012).

Identificados los actores que participan de la comunicación en el turismo, a través del análisis de los artículos, se puede establecer cómo, de dónde y hacia dónde (o de quién y hacia quién) fluye la información turística discutida en las investigaciones latinoamericanas sobre TICs. Mayoritariamente, la transmisión de información es tratada por medio del debate acerca de cómo las TICs resultan herramientas para intensificar y optimizar la comunicación, o sea que potencian el flujo de información en el turismo.

También fue posible establecer algunas relaciones entre las diferentes realidades del turismo y las investigaciones que son producidas y publicadas en el contexto latinoamericano. Las dificultades prácticas inherentes a las organizaciones oficiales de turismo (en general pertenecientes al sector público) pueden estar relacionadas a la cantidad de información con las cuales deben lidiar, una vez que dialogan con los otros tres actores principales de la actividad: el trade turístico (gestión privada), la población local y los turistas.

En efecto, el flujo de la información puede partir desde las organizaciones públicas oficiales de turismo del destino llegando al turista sin la interferencia de terceros, lo que evidencia la importancia y las posibilidades ofrecidas por una herramienta que ayude al turista en su experiencia en un destino, tornándola más autónoma.

Se puede observar la cantidad cada vez mayor de información recibida por el turista a través de una enorme variedad de fuentes, debido al uso de las TICs en los procesos de comunicación turística. El viajero, de alguna manera, precisa filtrar los contenidos a los cuales está expuesto para poder tomar decisiones; lo que evidencia el carácter competitivo de la comunicación de los destinos, exigiendo mensajes cada vez más eficientes y atractivos para el potencial visitante.

Otro aspecto identificado en el ámbito de la transmisión de información en el turismo es que existe un intento de diálogo con la población local intermediado por las TICs, partiendo únicamente de las organizaciones públicas oficiales de turismo (principalmente a través de internet). Además, los artículos de investigación aplicada considerados ejemplifican algunas tendencias para el turismo, apuntando a la especialización y la hiper-segmentación de servicios turísticos para viajeros cada vez más autónomos que buscan experiencias adaptadas a sus necesidades individuales (Moraes, 2009; Leiva *et al.*, 2014).

El alcance y la utilidad dados a las TICs puede constatarse por la variedad de casos estudiados en los artículos, que van desde debates teóricos hasta la optimización de la oferta vía organizaciones públicas oficiales de turismo, como secretarías responsables por el turismo en una ciudad o región (Puccio & Grana, 2008; Villar, 2007; Nunes, Biz & Bettoni, 2011), y vía iniciativa privada como hoteles (Moraes, 2009; Berne-Manero, Pedraja-Iglesias & Vicuta-Ciobanu, 2015) y agencias de turismo (Galhanone *et al.*, 2010).

Se observó que las TICs aparecen en los estudios como catalizadores del proceso de comunicación. Pueden mejorar tanto la experiencia de compra y consumo de los servicios por parte de los clientes como mejorar la experiencia de los gestores públicos y privados en relación a su público. Mientras los clientes buscan información para reducir riesgos en su proceso de toma de decisiones, los gestores pueden utilizar el feedback y la información sobre el perfil y las preferencias del consumidor para tomar decisiones organizacionales asertivas e identificar y atender con mayor agilidad las necesidades del público y del propio destino que gerencian. Se entiende que la información dada por los clientes sobre los servicios ofrecidos aparece como un factor importante para la organización, ya que influye en la toma de decisiones de otros turistas en el ámbito online y permite el *feedback* respecto de un servicio prestado, sus puntos fuertes y sus posibilidades de mejorar. La información, que es turística en la medida que trata de servicios turísticos e involucra a los agentes de la actividad, fluye desde la gestión privada hacia el turista/consumidor en una vía de doble mano, transformando la experiencia de ambos en base a sus necesidades y a la búsqueda de satisfacción.

Partiendo de la comprensión de que la relación del turismo con las tecnologías está presente principalmente cuando el turismo es considerado una actividad altamente dependiente de la información (Poon, 1988), y a partir de la investigación realizada se concluyó que las TICs son utilizadas como herramientas para adquirir, difundir y gestionar información y que el turismo es el campo donde esas aplicaciones son visibles. Concomitantemente, la relación entre la información turística y las TICs es perceptible a través de la posibilidad de transmitir información entre los actores de la actividad

turística caracterizando su existencia y uso intensivo en las relaciones sociales y económicas que ocurren en el turismo, dentro del destino o fuera del mismo.

A partir de la revisión de la literatura que culminó con el análisis de los artículos y el relevamiento de sus características comunes, se identificó que la relación entre la información turística y las TICs es el uso de las TICs como herramientas para transmitir información turística con vistas a optimizar la oferta y el uso de las TICs en beneficio de la demanda turística. Se pueden indicar quiénes son los principales actores integrantes de los procesos de comunicación en turismo y los motivos que despiertan el interés de cada uno por utilizar las tecnologías de información y comunicación para mejorar el flujo de la información.

CONCLUSIONES

El turismo es esencialmente la producción de servicios, lo que eleva la importancia de la información sobre el destino y su oferta de forma que ésta pueda ser percibida por el visitante como algo que puede ser consumido. Como destacan Bezerra, Luft & Dacorso (2012), las consecuencias del uso intensivo de las TICs son imprevisibles, ya que es un fenómeno aún en desarrollo y el turismo se encuentra en su etapa contemporánea teniendo como pilares los conceptos de tecnología e información.

En este aspecto, se indica la necesidad de otras investigaciones sobre la comunicación y los flujos de información entre los diferentes actores presentes en un destino (turista, organizaciones públicas de turismo, gestión privada y población local), visto que muchos destinos latinoamericanos aún no están consolidados y no son competitivos en el mercado internacional. Asimismo, se considera el rápido desarrollo de las TICs y su uso en diferentes formas (*apps*, redes sociales, plataformas digitales, etc.), aunque no estén abordados en esta revisión, pertinentes para realizar otros estudios sobre el tema.

Respecto a las consideraciones referentes a la relación entre la información turística y las TICs en el turismo en América Latina, se verificó que las tecnologías de información y comunicación pueden ser utilizadas como vectores de transformación de los destinos turísticos emergentes en consolidados o destinos turísticos inteligentes, contribuyendo a la construcción de espacios innovadores, sustentables y competitivos para los turistas y residentes. Partiendo del principio de que la información es un diferencial competitivo para los destinos turísticos (CAF, 2013), la innovación tecnológica puede ser observada como una de las bases de las ventajas competitivas en esos destinos. De esa forma, los artículos sobre las tecnologías de información y comunicación como herramienta de gestión (Puccio & Grana, 2008; Moraes, 2009; Villar, 2007) para el destino, consideraron a las TICs como un medio para avanzar en la competencia por el espacio en el mercado turístico.

Así, las TICs se presentan como una tendencia y como una realidad (aunque no uniforme) para el turismo de América Latina. A partir del análisis de los artículos y los temas trabajados por los autores,

se observó que las tecnologías de la información y la comunicación ya forman parte de la práctica del turismo y que se presentan como una alternativa para transmitir información entre los agentes de la actividad.

Esa transmisión de información se apoya en el supuesto básico de la teoría de los sistemas desarrollada por Von Bertalanfy en la década de 1930 (Araújo, 2009). Al considerar que la información es un *input* básico para la comunicación entre destino y turista, entre residentes y turistas o entre turistas y turistas, es claro que las TICs se convierten en un catalizador de esa información, para el turismo, dentro de un proceso sistémico de transmisión de información. Otra teoría que respalda las afirmaciones de los autores al definir esa transmisión de información es la teoría matemática de la comunicación de Shannon & Weaver (1948) (Araújo, 2009). Al entender que las TICs facilitan la comunicación entre dos o más actores o sujetos es posible afirmar que la transmisión de información es facilitada por la influencia y agilidad de los procesos comunicativos permeados por la tecnología. En el turismo no sería diferente, ya que cada vez más los turistas utilizan medios tecnológicos para compartir y transmitir información (Buhalis & Jun, 2011).

Se concluye que la información turística y su comunicación son necesarias para el proceso de desarrollo de destinos consolidados y más competitivos. Por su parte, las tecnologías de la información y la comunicación actúan como catalizadores para impulsar la transmisión de esa información. En esta configuración, las TICs aceleran los procesos de adquisición, distribución y gestión de la información turística, potencializando las posibilidades de desarrollo y mejoras por su uso en la actividad.

De esa forma y considerando la tendencia de crecimiento del número de turistas que llegan a países emergentes y a América Latina (OMT, 2013; 2015; 2017), se verifica que este estudio contribuye a resaltar la importancia de la información turística y de la investigación en turismo para el desarrollo de la actividad, considerando la presencia actual de las TICs en la sociedad globalizada y en el propio contexto turístico.

El uso de las revisiones bibliométrica, sistemática e integradora de la literatura permitió describir las relaciones entre la información turística y las TICs de acuerdo con lo que se publica en América Latina. Hecho que, conforme destacan Muniz Júnior, Maia & Viola (2011), permite generar fundamentos y bases para el desarrollo de nuevos trabajos sobre el tema. Otra diferencia entre los estudios ya realizados sobre el tema se encuentra al observar el alcance de la recolección de los datos. Por ejemplo, mientras Ortiz & Corrêa (2016) centran su investigación sólo en revistas brasileñas, el presente trabajo incluyó revistas de toda América Latina (indizadas en *Redalyc*) y adoptó técnicas de investigación complementarias (revisión sistemática e integradora y construcción interactiva). Adicionalmente se confirma que se estableció un panorama sobre cómo está siendo investigada la información turística en las publicaciones latinoamericanas de turismo de la base *Redalyc* a partir de la descripción y el debate de los actores presentes en este proceso (organismos oficiales de turismo, trade turístico, turistas y población local).

Se sugiere para futuros estudios ampliar las bases de investigación, permitiendo una comparación entre realidades más allá de América Latina, para poder comprender otras formas de relación entre la información turística y las TICs y verificar si los procesos de transmisión de información se mantienen iguales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, C. A. A.** (2009) "Correntes teóricas da ciência da informação." *Ciência da Informação* 38(3): 192-204
- Barbosa, L. G.** (2003) "Políticas públicas para o desenvolvimento do turismo: o caso do município de Rio das Ostras." Disponível em: <<https://goo.gl/WaV3wD>>. Acesso em 03/06/2017
- Bezerra, É. D.; Luft, M. C. M. S. & Dacorso, A. L. R.** (2012) "El turismo en la sociedad de la información. Un abordaje conceptual sobre el "posturismo." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(5): 1262-1280
- Berne-Manero, C.; Pedraja-Iglesias, M. & Vicuta-Ciobanu, A.** (2015) "El boca-oído online como herramienta para la gestión hotelera: el estado de la cuestión." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 24(3): 591-608
- Biz, A. A. & Ceretta, F.** (2008) "Modelo de gerenciamento de fluxo de informação dos portais turísticos governamentais uma abordagem teórica". *Turismo Visão e Ação* 10(3): 399-414
- Buhalis, D.** (1993) "RICIRMS as strategic tool for small and medium tourism enterprises." *Tourism Management* 14(5): 366-378
- Buhalis, D.** (2003) "e-Tourism: Information technology for strategic tourism management". Pearson (Financial Times/Prentice Hall), London
- Buhalis D. & Jun S. H.** (2011) "E-tourism. Contemporary tourism reviews [Online]". Available from: http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileEtourism.pdf [Accessed 15 September 2017]
- Buhalis, D. & Law, R.** (2008) "Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research." *Tourism Management* 29(4): 609-623
- Busalim, A. H. & Hussin, A. R. C.** (2016) "Understanding social commerce: A systematic literature review and directions for further research." *International Journal of Information Management* 36(6): 1075-1088
- Broome, M. E.** (2000) "Integrative literature reviews for the development of concepts". In: Beth L. R. & Kathleen, A. K. *Concept development in nursing: foundations, techniques and applications*. Saunders Company, Philadelphia, pp. 231-250
- CAF - Corporación Andina de Fomento** (2013) "Hacia la transformación digital de América Latina: las infraestructuras y los servicios TIC en la región". Disponível em: http://publicaciones.caf.com/media/39809/informe_tecnologiacaf.pdf. Acesso em 10/8/2016
- Galhanone, R. F.; Marques, J. A.; Toledo, G. L. & Mazzon, J. A.** (2010) "Turismo de lujo e internet. Oportunidades para las agencias de viajes." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 19(6): 888-908
- GoodWorkLabs** (2016) <<http://www.goodworklabs.com/how-mobile-app-benefits-travel-and-tourism-industry/>> accessed 15.09.17

- Gursoy, D. & McCleary, K. W.** (2004) "An integrative model of tourists' information search behavior". *Annals of Tourism Research* 31(2): 353-373
- Jackson, G. B.** (1980) "Methods for integrative reviews." *Review of educational research* 50(3): 438-460
- Laville. C. & Dione, J.** (1999) "A construção do saber: Manual de metodologia da pesquisa em ciências humanas." Artmed, Rio de Janeiro
- Leiva, J. L.; Guevara, A.; Rossi, C. & Aguayo, A.** (2014) "Realidad aumentada y sistemas de recomendación grupales: una nueva perspectiva en sistemas de destinos turísticos." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 23(1): 40-59
- Luna, S. V.** (1997) "Planejamento de pesquisa". EDUC, São Paulo
- Mackay, K. & Vogt, C.** (2012) "Information technology in everyday and vacation contexts." *Annals of Tourism Research* 39(3): 1380-1401
- Massukado-Nakatani, M. S. & Teixeira, R. M.** (2009) "Resource-based view as a perspective for public tourism management research: evidence from two Brazilian tourism destinations." *Brazilian Administration Review* 6(1): 62-77
- Mendes Filho, L.; Jorge, V. A. & Sena Júnior, O. B.** (2016) "Perception of using group buying sites to acquire tourism service coupons." *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo* 10(3): 574-593
- Molina, S.** (2003) "O pós-turismo". Aleph, São Paulo
- Moraes, A. G.** (2009) "El uso de Internet en la comunicación con los clientes: La atención on-line en los hoteles de Florianópolis (Santa Catarina - Brasil)." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 18(2): 126-143
- Muniz Junior, J.; Maia, F. G. M. & Viola, G.** (2011) "Os principais trabalhos na teoria do conhecimento tácito: pesquisa bibliométrica." In: *Anais do 14º Simpósio de Administração da Produção Logística e Operações Internacionais – SIMPOI*, São Paulo
- Nakatani M. S. M.; Gomes, E. L. & Nunes, M. P.** (2016) "A promoção e comercialização de localidades como produtos e destinos turísticos: aplicando os conceitos de publicidade e propaganda no turismo". In: *XIII Seminário da ANPTUR. Anais do XIII Seminário da Associação de Pesquisa e Pós-graduação em Turismo*, São Paulo
- Neuhof, B.; Buhalis, D. & Ladkin, A. J.** (2012) "Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain." *Electronic Markets* 25(3): 243-254
- Neves, A. J. W. A.; Biz, A. A. & Bettoni, E. M.** (2012) "Creación de itinerarios turísticos en el municipio de Curitiba (PR - Brasil). La tecnología 3G como soporte para la creación del aplicativo del Self Guided Walking Tourist." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(2): 388-401
- Nunes, D. S.; Biz, A. A. & Bettoni, E. M.** (2011) "Gestión participativa del turismo: Un análisis sobre el uso de las herramientas de las TIC'S por parte de los organismos públicos de turismo." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 20(2): 327-340
- OMT** (2013) "Tourism in the Americas." Madrid
- OMT** (2015) "Tourism. Highlights." Madrid
- OMT** (2017) "Tourism. Highlights". Madrid

- Ortiz, F. A. & Corrêa, C. H. W.** (2016) "Tecnologías de la información y comunicación en el turismo: Análisis de la producción académica en revistas brasileñas". *Estudios y Perspectivas en Turismo* 25(3): 304-318
- Pinto, M. J. A.; Moscardi, E. H. & Nakatani, M. S. M.** (2016) "A informação turística na pesquisa em turismo". In: *Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu*, 10, Foz do Iguaçu/PR
- Poon, A.** (1988) "Tourism and information technologies". *Annals of Tourism Research* 15(4): 531-549
- Puccio, H. & Grana, N.** (2008) "La Innovación Como Requisito Para La Competitividad Turística: Una metodología para su descripción y análisis" *Gestión Turística* 10: 59-76
- Rejowski, M.** (1998) "Turismo e pesquisa científica." Papirus, Campinas
- Ritchie, R. J. B. & Ritchie, J. R.** (2002) "A framework for an industry supported destination marketing information system" *Tourism Management* 23(5): 439-454
- Rocha, S. B. & Zouain, D. M.** (2012) "Trayectorias de acumulación de competencias tecnológicas y procesos de aprendizaje: Propuesta de un modelo analítico para agencias de viaje y operadoras turísticas." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 21(2): 515-532
- Rodríguez-Molina, M. A.; Frías-Jamilena, D. M. & Casteñeda-García, J. A.** (2015) "The contribution of website design to the generation of tourist destination image: the moderating effect of involvement". *Tourism Management* 47(2): 303-317
- SEGITTUR** (2015) "Smart destination. Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro". Madrid
- Stamboulis, Y. & Skayannis, P.** (2003) "Innovation strategies and technology for experience-based tourism". *Tourism Management* 24(1): 35-43
- Thomaz, G. M.** (2014) "Processo de mineração de conteúdos em mídias sociais para auxílio na gestão de destinos turísticos". *Dissertação (Programa de Pós-Graduação em Turismo)*. SCH/UFPR, Curitiba
- Tussydiah, L. P. & Zach, F. J.** (2012) "The role of geo-based technology in place experiences". *Annals of Tourism Research* 39(2): 780-800
- Ukpabi, D. C. & Karjaluoto, H.** (2016) "Consumers' acceptance of information and communications technology in tourism: A review". *Telemat. Informat*, <http://dx.doi.org/10.1016/j.tele.2016.12.002> acceso 15.08.17
- Vignati, F.** (2008) "Gestão de destinos turísticos". SENAC, Rio de Janeiro
- Villar, A.** (2007) "Destinos turísticos argentinos en internet. un análisis de los sitios gubernamentales." *Estudios y Perspectivas en Turismo* 16(3): 283-299
- Viloria-Cedeño, N. E.** (2012) "Desarrollo turístico y su relación con el transporte." *Gestión Turística* 17: 23-36
- Walter, T.** (1996) "From museum to morgue? Electronic guides in Roman Bath". *Tourism Management* 17(4): 241-245

Recibido el 10 de agosto de 2017

Reenviado el 18 de septiembre de 2017

Aceptado el 19 de septiembre de 2017

Arbitrado anónimamente

Traducido del portugués