

## Turismo e gestão do conhecimento: uma revisão integrativa da literatura

Luana Emmendoerfer\* Leonardo Lincoln Leite de Lacerda\*\*  
Marcelo Henrique Otowicz\*\*\* Alexandre Augusto Biz\*\*\*\*

Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil)

**Resumo:** A Gestão do Conhecimento (GC) é vista como uma estratégia para criar vantagem competitiva. Para tanto, o objetivo desta pesquisa foi compreender a aplicação da GC no turismo. Seguiram-se as diretrizes da recomendação PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) para desenvolvimento de revisão integrativa da literatura, utilizando as bases de dados *Scopus* e *Web of Science*. Revisão que faz uso de uma abordagem sistemática na operacionalização da pesquisa, tornando-a transparente e possível de ser reproduzida. Resumidamente, os itens do *checklist* e um fluxograma de seleção dos artigos, ambos do PRISMA, fundamentaram a forma e o conteúdo da revisão, o processo de seleção dos artigos, e a concepção do formulário que serviu como centralizador das informações extraídas das produções e possibilitou o desenvolvimento das análises dos dados. Obteve-se uma amostra de 376 artigos, sendo que 107 atenderam aos sete critérios de elegibilidade. Nesse processo de busca sistemática e triagem dos artigos se utilizou o gerenciador bibliográfico *EndNote*, sendo que para cada artigo houve trabalho de análise por pelo menos dois pesquisadores. Os resultados em destaque foram: (1) o turismo apresenta um atraso na adoção da GC; (2) a maioria dos pesquisadores se localiza na Europa; (3) as revistas mais procuradas para publicação são da própria área do turismo; (4) a maioria das pesquisas utilizou métodos empíricos, com tendência para a abordagem quantitativa; (5) ênfase nos processos de compartilhamento e transferência de conhecimento; (6) ênfase no conhecimento tácito, dada a complexidade ligada ao seu gerenciamento.

**Palavras-chave:** Gestão do conhecimento; Processos de gestão do conhecimento; Turismo; Hospitalidade; Revisão integrativa; PRISMA.

### Tourism and knowledge management: an integrative literature review

**Abstract:** Knowledge Management (KM) is seen as a strategy to create competitive advantage. Therefore, the objective of this research is to understand the application of KM in tourism. The guidelines of the PRISMA recommendation (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) were followed for the development of an integrative literature review, using the *Scopus* and *Web of Science* databases thus allowing for the review to be transparent and possible to be reproduced. Briefly, the checklist items and a flowchart for selecting articles, both from PRISMA, substantiated the form and content of the review, the process of selecting the articles, and the central design for the information extracted and enabling the data analysis. A sample of 376 articles was obtained, of which 107 met the seven eligibility criteria. In this process of systematic search and sorting of articles, the bibliographic manager *EndNote* was used, and for each article there was analysis by at least two researchers. The highlighted results were: (1) tourism lags behind other economic sectors in its use of KM; (2) the majority of researchers are located in Europe; (3) the most popular magazines for publication are from the tourism area itself; (4) most research used empirical methods, with a tendency towards the quantitative approach; (5) the emphasis is on knowledge sharing and transfer processes; (6) emphasis on tacit knowledge, given the complexity of its management.

**Keywords:** Knowledge management; Knowledge management processes; Tourism; hospitality; Integrative review; PRISMA.

\* Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil); E-mail: luana.emdf@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-7169-798X>

\*\* Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil); E-mail: leollacerda@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0003-2730-1746>

\*\*\* Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil); E-mail: marcelo.henrique.oto@gmail.com; <https://orcid.org/0000-0002-1088-4466>

\*\*\*\* Universidade Federal de Santa Catarina (Brasil); E-mail: alexandre.biz@ufsc.br; <https://orcid.org/0000-0003-3235-9328>

## 1. Introdução

De acordo com o *World Travel & Tourism Council - WTTC* (2020), o setor de viagens e turismo, em 2019, teve um crescimento de 3,5%, resultado superior à taxa de crescimento do Produto Interno Bruto (PIB) mundial que foi de 2,5%. Isso acarretou uma contribuição de 10,3% no PIB mundial, ou seja, 8,9 trilhões de dólares injetados na economia. No cenário mundial foi o terceiro setor de maior crescimento, atrás apenas dos segmentos de informação e comunicação (+4,8%) e de serviços financeiros (+3,7%). Além disso, trata-se de uma atividade que contemplava um a cada 10 empregos dos 330 milhões de postos em todo o mundo em 2019.

Entretanto, o ano de 2020 mudou radicalmente este cenário com a disseminação mundial da Covid-19. Apesar das crises induzidas por doenças não serem novidade na atividade do turismo, que já enfrentou vários cenários no passado, esta crise se apresenta como uma das mais prejudiciais da história do setor (Assaf & Scuderi, 2020). De acordo com a *World Tourism Organization - WTO* (2020), a pandemia da Covid-19 causou uma queda de 22% nas chegadas de turistas internacionais durante o primeiro trimestre de 2020 e a crise pode levar a um declínio anual entre 60% e 80% quando comparado com os números de 2019.

Todos esses indicadores, tanto os antecessores a Covid-19, que demonstram a relevância do setor para as economias em todo o mundo, como os dados já resultantes da pandemia e as previsões futuras do impacto da crise, destacam que muito precisará ser feito para, primeiramente, reativar o setor do turismo e, depois, ampliar o potencial já exibido antes da crise. E isso acompanhando uma sociedade em constante mudança, baseada em novas perspectivas, como as fornecidas pela internet das coisas (Gretzel et al., 2015), pelas cidades inteligentes (Khan et al., 2017) e pela Gestão do Conhecimento ou simplesmente GC (Cooper, 2006). Em todas essas perspectivas citadas se identifica a relevância do insumo “conhecimento” como recurso e diferencial competitivo. Em acordo com a fala de Nonaka (1997, p. 27), “numa economia onde a única certeza é a incerteza, a única fonte garantida de vantagem competitiva duradoura é o conhecimento”.

Este recurso organizacional deriva de dados (fatos), que interpretados se tornam informações, que criados e organizados por fluxos de informação e modelados por seus mantenedores se tornam conhecimento (Serrat, 2010). Colaborando, Chen, Mao e Liu (2014) relatam que atualmente os dados se tornaram um importante fator de produção que pode ser comparável a ativos materiais e recursos humanos. Indo além, Shaw e Williams (2009) enfatizam a importância do conhecimento como um dos, e talvez “o”, impulsionadores de inovação, produtividade e competitividade no turismo.

Nessa conjuntura, a GC é identificada como uma abordagem diferenciada e capaz de gerar valor para as organizações (Kianto et al., 2014.) ou, no caso do turismo, para os destinos (Del Vecchio, Secundo & Passiante, 2018). Hallin e Marnburg (2008), por exemplo, informam que as empresas de hospitalidade podem se beneficiar das atividades e sistemas de GC para obter vantagem competitiva e no desenvolvimento de redes de conhecimento entre grupos de empresas de turismo. Por outro lado, Okazaki, Andreu e Campo (2017) destacam a relevância de se utilizar o conhecimento compartilhado por turistas acerca das suas viagens em redes sociais, como o *Facebook* e o *TripAdvisor*, para melhorar a oferta turística, mas também influenciar novos consumidores a partir dos relatos de experiência.

No entanto, os próprios Hallin e Marnburg (2008) declaram que o setor da hospitalidade está muito atrasado quando se trata de esforços existentes nas práticas de GC, o que é reforçado por Cooper (2006) que aponta que o turismo tem sido lento na adoção dessa abordagem (GC). Shaw e Williams (2009) não só argumentam que a gestão e a transferência do conhecimento são áreas emergentes de pesquisa na literatura de turismo e hospitalidade, mas também que mais pesquisas precisam ser feitas para entender melhor o turismo em organizações de pequeno porte.

Disso se pode observar oportunidades e lacunas na relação turismo e GC, levantando problemas de pesquisa e de intervenção. Como oportunidades nesta relação entre turismo e gestão do conhecimento são abordados temas como a busca por mais profissionalização dos trabalhadores e empresas do turismo (Simaro, Tonelli, & Ribalaygua, 2012), pelo aumento da qualidade dos bens e serviços oferecidos (Gronau, 2002), por maior personalização e criação de valor da oferta (Vargo & Lusch, 2004), pela integração das organizações para fortalecimento da localidade (Denicolai et al., 2010), entre outros. Outros exemplos de uma relação proveitosa entre turismo e gestão do conhecimento são expressados por Cooper (2006) e Hallin e Marnburg (2008) ao afirmarem que a GC é reconhecida como uma necessidade competitiva e de sobrevivência para as empresas de turismo. Yang e Wan (2004) também afirmam que a GC pode contribuir significativamente para o desempenho do setor.

Este panorama destaca a relevância do recurso conhecimento e dos processos envolvidos na sua gestão, que viabilizam distinta geração de valor para destinos, organizações e turismo de forma geral. Além disso, as diferentes lacunas na dinâmica turística que a GC pode contribuir para minimizar, realçam a importância de compreender mais profundamente esta relação. Dessa forma, como pretensão inicial de explorar os relacionamentos entre GC e turismo, a questão norteadora desta pesquisa foi: *que contexto de aplicação revelam os artigos científicos que estudam o relacionamento entre turismo e gestão do conhecimento?*

Pensando em tais condições e oportunidades, esta pesquisa se propõe a conhecer, por meio de revisão integrativa da literatura, o contexto de aplicação de artigos científicos que estudam, de maneira conjunta, o turismo, a gestão do conhecimento e seus processos. A proposta se complementa com os seguintes objetivos específicos: (a) conhecer a evolução temporal das publicações; (b) averiguar a origem e distribuição geográfica dos pesquisadores; (c) conhecer as revistas que os artigos foram publicados; (d) compilar os métodos de pesquisa utilizados para estudar turismo e gestão do conhecimento; (e) identificar as palavras-chave mais utilizadas nas publicações; (f) discernir os principais temas atrelados às palavras-chave levantadas; e (g) destacar e distinguir as principais relações identificadas do turismo com a gestão do conhecimento.

E, levando em consideração a extensão destes propósitos de pesquisa, a revisão integrativa foi escolhida pelo fato de ser considerada uma das mais amplas abordagens metodológicas quando se trata das revisões (Souza, Silva, & Carvalho, 2010), envolvendo tanto estudos empíricos como teóricos (Webb & Roe, 2008), e tanto estudos qualitativos como quantitativos (Doolen, 2017). Nesse sentido, vislumbra-se ter uma panorama mais abrangente da pesquisa de GC no turismo.

Para tanto, além desta introdução, o presente trabalho está dividido na seção de fundamentação teórica sobre turismo e gestão de conhecimento, sendo seguida pela seção que apresenta o método de pesquisa, e depois os resultados e considerações finais.

## 2. Fundamentação teórica

### 2.1. Turismo

A partir do momento em que o turismo emerge como atividade complexa, relacionada transversalmente com diversos setores econômicos é que os conceitos básicos começam a ser definidos. Segundo Beni (2001, p. 37) quase todos os setores da atividade social humana estão relacionados com o turismo, por isso a grande variedade de conceitos e que, para tanto, turismo representa um “elaborado e complexo processo de decisão sobre o que visitar, onde, como e a que preço”.

Segundo a *World Tourism Organization* - WTO (1995), o turismo representa as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras. Para o Ministério do Turismo - MTur e o Instituto Brasileiro de Turismo - Embratur (2018), no recente glossário do turismo que engloba a compilação de termos publicados pelos órgãos nos últimos 15 anos e utiliza como base para o Programa de Regionalização do Turismo (Ministério do Turismo, 2007), o termo turismo segue a mesma linha conceitual internacional. É definido por atividades realizadas em lugares distintos do seu habitat natural por um mesmo período de tempo consecutivo e inferior a um ano, com diversas finalidades, entre elas lazer e negócios.

Para Ansarah (2001: 11), a atividade turística também pode ser considerada um “agrupamento de setores” que se complementam tecnicamente “de forma direta por vários setores da economia e, de forma indireta, por todos os demais setores”. Sendo assim, a atividade turística é transversal e perpassa diversos setores da economia. Por outro lado, há autores (Theobald, 2002: 24; Davidson & Voss, 2002) que consideram o turismo “em grande parte um fenômeno e uma experiência social”, por isso defini-lo enquanto setor é uma tarefa complexa e difícil. Do ponto de vista de Theobald (2002: 24) “o turismo pode ser classificado e medido em termos de setor” para que assim se tenha condição de ser comparado com dados válidos e confiáveis. A questão complexa de se definir o conceito de turismo resulta, há muitas décadas, na dificuldade de se estabelecer comparações estatísticas com outros setores da economia, na tentativa de demonstrar a sua contribuição com uma parcela desta economia (Theobald, 2002).

Entre as diversas características do turismo, Beni (2001: 39) ressalta que é um eficiente e importante meio para “promover a difusão de informação sobre uma determinada região ou localidade, seus valores naturais, culturais e sociais”. Além disso, desenvolve a criatividade em vários campos do conhecimento, proporciona integração social, estimulando interesse em viagens turísticas. Por outro lado, Beni (2001)

também destaca que o turismo pode promover impactos negativos no local visitado, como a perda da autenticidade da cultura local ou direcionar descrição estereotipada e falsa do turista e do país ou região de que procede, devido a informação inadequada.

Essas características vão de encontro com a relevância da GC para fundamentar um turismo sustentável, valorizando a autenticidade da cultura local, desenvolvendo economias e sociedades, fornecendo informações e conhecimentos adequados para cada demanda e contribuindo até para soluções inovadoras nas mais variadas áreas. Dessa forma, Simaro, Tonelli e Ribalaygua (2012), consideram que as empresas do setor turístico devem profissionalizar a gestão do conhecimento para uma melhor sustentabilidade e melhorar o desenvolvimento de suas empresas, tornando-se competitivas no mercado.

Todos estes fatos apresentados sobre o turismo, que revelam a sua transversalidade com muitos setores econômicos, a relevância da experiência turística e a presença inevitável da troca de informações e conhecimentos sobre as diferentes culturas e vivências durante essa experiência, fundamentam a perspectiva conceitual e de análise dos dados que serão angariados pela revisão integrativa. Transversalidade e interação de conhecimentos que tem muita proximidade com as abordagens multidisciplinares da GC, que é o tema do próximo tópico.

## 2.2. Gestão do conhecimento

De acordo com Hazlett, Mcadam e Gallagher (2005), as duas principais disciplinas que contribuem para o discurso da gestão do conhecimento são (1) sistemas de informação e (2) gestão, mas essa sinergia e convergência se estabelecem de maneira frágil, o que dificulta o processo de entendimento e identificação desse paradigma.

No desafio de entender a GC, Nonaka e Takeuchi (2004) partiram do entendimento de que ela adota práticas gerenciais compatíveis com os processos de criação e de aprendizado individual que facilitam os modos de conversão do conhecimento tácito em conhecimento explícito. Essa constante conversão do conhecimento do estado tácito para o explícito foi chamada de espiral do conhecimento pelos autores, onde são apresentadas quatro etapas: i) a *socialização* do conhecimento, em que ocorre a partilha ou demonstração, necessitando a convivência para seu estabelecimento; ii) a *externalização*, ou seja, o conhecimento tácito traduzido em formas compreensivas (detalhamento e esclarecimento); iii) a *combinação*, integração e compilação pela conversão do conhecimento explícito em um conjunto mais complexo de conhecimento explícito e; iv) a *internalização*, a conversão do conhecimento explícito em tácito ao aprender fazendo, treinando ou exercitando. E como se trata de uma espiral, esse processo se repetiria mais e mais vezes.

Nonaka e Konno (1998) explicam que conhecimento explícito é aquele que pode ser expresso em palavras e números, e compartilhado na forma de dados, formulários científicos, especificações, manuais e similares. Já o conhecimento tácito é algo não tão facilmente visível e expressivo, pois se trata de algo muito pessoal e difícil de formalizar, como ideias, intuições, palpites.

Seja tácito ou explícito, a gestão do conhecimento lida com a aplicação dos ativos de conhecimento disponíveis na organização para criar vantagem competitiva (Davidson & Voss, 2002). E algumas atividades da GC dizem respeito à: I) Revisão, ou seja, checagem dos resultados passados e do estado atual; II) Conceitualização, que é compreender o estado do conhecimento da organização e analisar os pontos fortes e fracos de sua arquitetura de conhecimento; III) Reflexão, que significa selecionar planos otimizados para corrigir gargalos e analisar seus riscos de implementação; IV) Ação, ou seja, a efetivação do plano, que pode ser alcançado com a compra de conhecimento, o estabelecimento de programas de aprendizagem ou a distribuição de conhecimento (Serrat, 2010).

Dalkir (2005) descreve que antes da gestão do conhecimento existir, a forma em que as pessoas compartilhavam o conhecimento nas organizações era cara a cara, em tempo real, tendo como pano de fundo um problema de negócios específico a ser resolvido. Porém, com o crescimento e difusão dessa prática, os processos de gestão do conhecimento começaram a fazer parte de como as organizações conduzem seus negócios e como os trabalhadores que lidam com o conhecimento conduzem suas atividades.

Desses processos de gestão do conhecimento, Evans et al. (2014) realizaram um estudo e desenvolveram um modelo, que apresenta os processos de identificação, criação, armazenamento, compartilhamento, uso, aprendizagem e melhoria do conhecimento. Elementos que devem ser levados em conta no momento de realização da gestão do conhecimento, e que devem ser incorporados em todos os processos de negócios da organização. O que significa dizer que não se trata de uma atividade entregue exclusivamente por uma unidade de negócios distinta ou por um processo específico (Serrat, 2010), mas abrangendo toda a organização.

Já Steil (2007), apresentou uma sistematização das definições da gestão do conhecimento e de seus subsistemas, de modo a elaborar definições constitutivas e operacionais de GC e seus subsistemas. Com base em 19 definições compiladas de GC, foram identificados 17 diferentes descritores para os subsistemas ou processos da GC, que são os seguintes: (1) Criação; (2) Acesso; (3) Reutilização; (4) Captura; (5) Utilização; (6) Armazenamento; (7) Distribuição; (8) Compartilhamento; (9) Aplicação; (10) Aquisição; (11) Coleta; (12) Retenção; (13) Transferência; (14) Uso; (15) Transformação; (16) Formalização e; (17) Comunicação.

Com esta conjuntura e base teórica da gestão do conhecimento, são destacados os tipos de conhecimento (tácito e explícito), os processos que suportam a sua operacionalização e os benefícios que esta abordagem fomenta no turismo, como a inovação, a produtividade e a competitividade. Estes itens, por consequência, balizarão as análises dos dados obtidos a partir da revisão integrativa, para se revelar o contexto de aplicação da GC, bem como as lacunas e oportunidades que se evidenciam.

Assim, em suma, como a gestão do conhecimento tem sido aplicada no setor de turismo é o que este texto se propõe a identificar e analisar, sendo que a forma de alcançar este propósito está apresentada no tópico seguinte.

### 3. Procedimentos metodológicos

Esta pesquisa envolveu uma revisão integrativa da literatura, já que contemplou tanto estudos empíricos como teóricos (Webb & Roe, 2008). Além disso, segundo Doolen (2017), uma revisão integrativa inclui tanto estudos qualitativos como quantitativos que resumem um tópico de interesse.

De acordo com Souza, Silva e Carvalho (2010), a revisão integrativa é a mais ampla abordagem metodológica quando se trata das revisões, já que considera a inclusão de estudos experimentais e não-experimentais para a completa compreensão do fenômeno estudado. Também incorpora uma abrangente gama de propósitos: definição de conceitos, revisão de teorias e evidências, e análise de problemas metodológicos de um tópico particular. No entanto, um fato relevante sobre a revisão integrativa é que é importante ter uma abordagem sistemática na operacionalização da pesquisa (Doolen, 2017).

Com base nesta premissa de operacionalizar a pesquisa de maneira sistemática, utilizou-se a recomendação PRISMA (*Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses*) como guia deste estudo, sendo que o PRISMA consiste em um *checklist* com 27 itens (PRISMA, 2019a) e um fluxograma de quatro etapas (PRISMA, 2019b). O objetivo do PRISMA é auxiliar os pesquisadores a melhorar o relato de suas revisões (Moher et al., 2009). Resumidamente, os 27 itens do *checklist* do PRISMA balizam o conteúdo da revisão desde a concepção do título, mas também na elaboração de resumo, métodos, resultados, discussão e até informações acerca de possível financiamento da pesquisa.

Nesse contexto, inicialmente, são apresentados os critérios de elegibilidade dos estudos, que são: (i) áreas do conhecimento, idioma, origem geográfica - livre; (ii) bases de dados - *Scopus* e *Web of Science*; (iii) temporalidade - livre (tudo que for publicado nas bases anterior à data da busca); (iv) tipo de documento - artigo, devido ao fato de passar por revisão por pares; e (v) tópico considerado nos estudos - conter, em inglês, no seu título algum dos termos que se referem ao turismo (e sinônimos e radicais menores), mais a referência a gestão do conhecimento (também considerando os sinônimos e radicais menores).

Como fontes de informação serão consideradas as bases de dados *Scopus* e *Web of Science*. As estratégias de busca utilizadas nas duas bases estão apresentadas no Quadro 1, considerando as especificidades da busca avançada em ambos os casos, o que envolveu operadores booleanos próprios de cada uma das plataformas. As palavras-chave utilizadas se repetiram para as duas bases, já que o objetivo da busca era o mesmo.

A estratégia, com ênfase nos títulos dos artigos, foi utilizada devido ao entendimento de que os tópicos centrais da pesquisa devem estar apresentados no título da mesma. Em relação às palavras-chave que se referem ao turismo e áreas relacionadas, justificam-se no fato de que buscou-se contemplar estudos que tratassem da GC nos diferentes contextos do turismo. A escolha das palavras-chave sobre os processos de gestão do conhecimento está baseada na classificação de subsistemas da GC proposta por Steil (2007), que contempla 17 descritores, mas tendo aqui o acréscimo de termos complementares identificados na tradução para o inglês e para a busca.

**Quadro 1: Estratégias de busca nas bases de dados utilizadas.**

Base	Estratégia de busca
Scopus	(TITLE (tour*) OR TITLE (hospitality) OR TITLE (travel*) OR TITLE (trip*) OR TITLE (voyage*) OR TITLE (journey*) OR TITLE (visit*) OR TITLE (holiday*) OR TITLE (entertainment) OR TITLE (leisure) OR TITLE (recreation)) AND (TITLE (knowledge*)) AND (TITLE (manage*) OR TITLE (governance) OR TITLE (creat*) OR TITLE (access*) OR TITLE (reu*) OR TITLE (catch*) OR TITLE (captur*) OR TITLE (use*) OR TITLE (stor*) OR TITLE (distribut*) OR TITLE (deliver*) OR TITLE (shar*) OR TITLE (applica*) OR TITLE (acquisition*) OR TITLE (collect*) OR TITLE (retention) OR TITLE (transf*) OR TITLE (generat*) OR TITLE (formaliz*) OR TITLE (communicat*) OR TITLE (obtain*) OR TITLE (utiliz*) OR TITLE (disseminat*) OR TITLE (diffusi*) OR TITLE (transmission*) OR TITLE (production)) AND DOCTYPE (ar)
Web of Science	(TI=(tour*) OR TI=(hospitality) OR TI=(travel*) OR TI=(trip*) OR TI=(voyage*) OR TI=(journey*) OR TI=(visit*) OR TI=(holiday*) OR TI=(entertainment) OR TI=(leisure) OR TI=(recreation)) AND (TI=(knowledge*)) AND (TI=(manage*) OR TI=(governance) OR TI=(creat*) OR TI=(access*) OR TI=(reu*) OR TI=(catch*) OR TI=(captur*) OR TI=(use*) OR TI=(stor*) OR TI=(distribut*) OR TI=(deliver*) OR TI=(shar*) OR TI=(applica*) OR TI=(acquisition*) OR TI=(collect*) OR TI=(retention) OR TI=(transf*) OR TI=(generat*) OR TI=(formaliz*) OR TI=(communicat*) OR TI=(obtain*) OR TI=(utiliz*) OR TI=(disseminat*) OR TI=(diffusi*) OR TI=(transmission*) OR TI=(production)) AND TIPOS DE DOCUMENTO: (Article)

Fonte: Elaborado pelos autores.

Depois de realizadas as buscas nas bases de dados, o que foi desenvolvido no dia 25 de abril de 2019, gerou-se arquivo em formato *.ris*, exportando os resultados encontrados. Os dois arquivos em formato *.ris*, oriundos um de cada base, foram importados para o gerenciador bibliográfico *EndNote*. Durante a importação dos arquivos, o *EndNote* detecta possíveis pesquisas duplicadas e já as exclui do escopo de trabalhos.

Com os arquivos em *pdf* localizados, a próxima etapa envolveu uma triagem inicial dos artigos, por meio de leitura com foco em resumo, metodologia e resultados dos estudos, para identificar aqueles que eram aderentes ao objetivo da revisão integrativa e que deveriam apresentar estudo empírico ou teórico da gestão do conhecimento no contexto do turismo. Este processo foi realizado por dois pesquisadores em cada artigo, visando minimizar algum viés na determinação da aderência. Os artigos identificados como aderentes ao propósito foram lidos na íntegra para a extração das informações necessárias ao cumprimento de todos os objetivos da pesquisa.

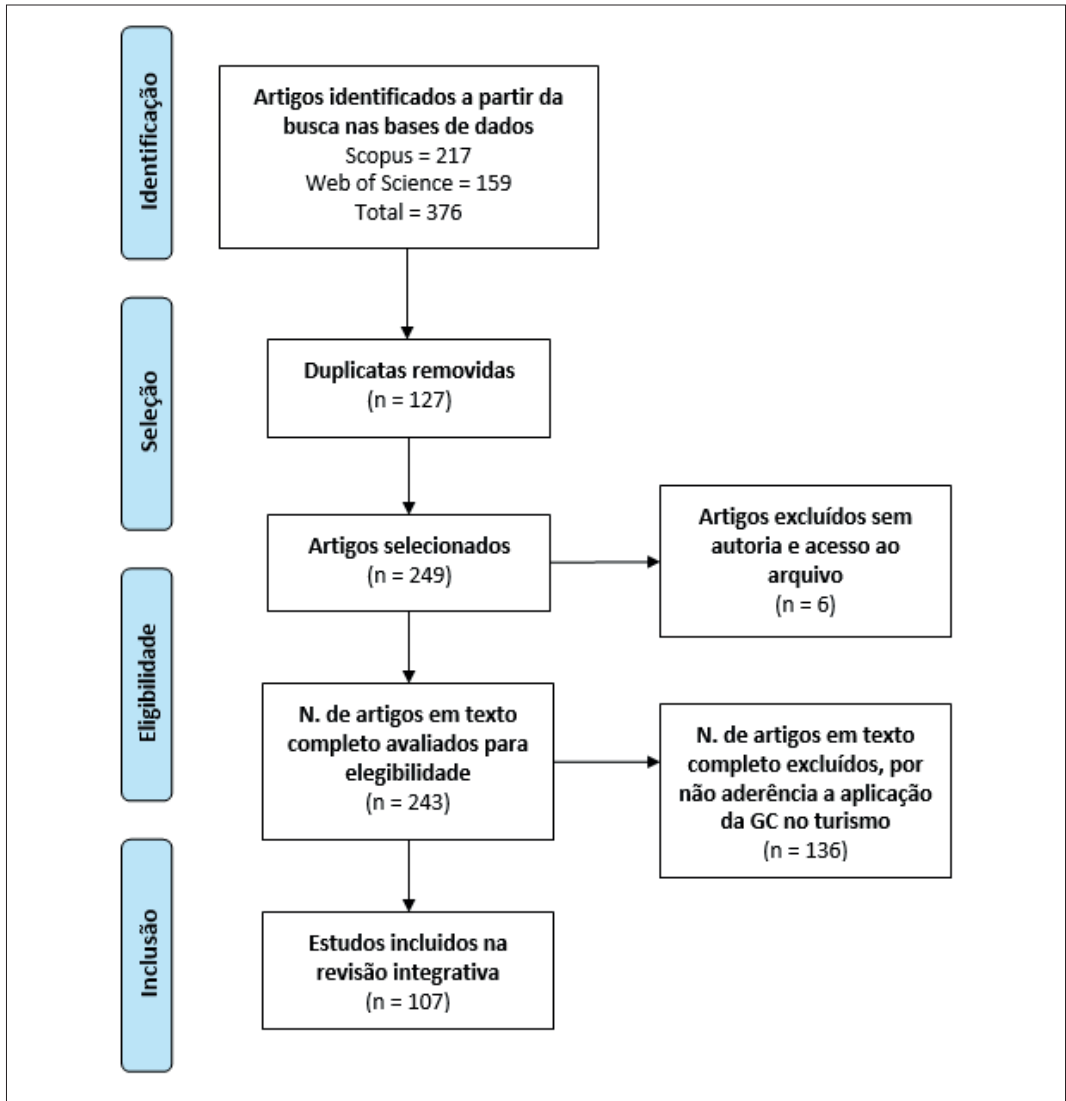
As informações importadas automaticamente do *EndNote* foram direcionadas para formulário piloto que foi constituído das principais variáveis que se pretendia coletar dos artigos, tanto para análise como para a adequada gestão das informações. Cita-se, por exemplo, o ano de publicação da pesquisa, a autoria e a revista da publicação. Demais dados foram extraídos de maneira independente dos estudos por meio de leitura, sendo alocados no formulário piloto mencionado e envolvendo: o tipo de pesquisa ou abordagem metodológica adotado em cada caso, e a origem geográfica dos autores. Todos os pesquisadores analisaram todos os artigos selecionados para apresentar sua percepção quanto ao tipo de pesquisa envolvido em cada artigo, visando eliminar um viés individual de interpretação.

## 4. Resultados e discussões

### 4.1. Resultados da busca sistemática

A partir das buscas nas bases de dados foram localizados 376 artigos, sendo 217 da *Scopus* e 159 da *Web of Science*. 127 artigos duplicados foram eliminados, bem como um artigo sem autoria identificada. Outros seis artigos foram eliminados devido a não obtenção do texto completo. Por fim, 136 artigos foram eliminados durante triagem desenvolvida através de leitura dos resumos, metodologia e resultados, por não estarem relacionados com a aplicação da gestão do conhecimento no contexto do turismo, chegando-se ao número final de 107 artigos selecionados para a revisão integrativa que será tratada na sequência deste trabalho. O processo de seleção dos artigos é ilustrado na Figura 1.

**Figura 1: Fluxograma de identificação e seleção dos artigos para a revisão integrativa.**

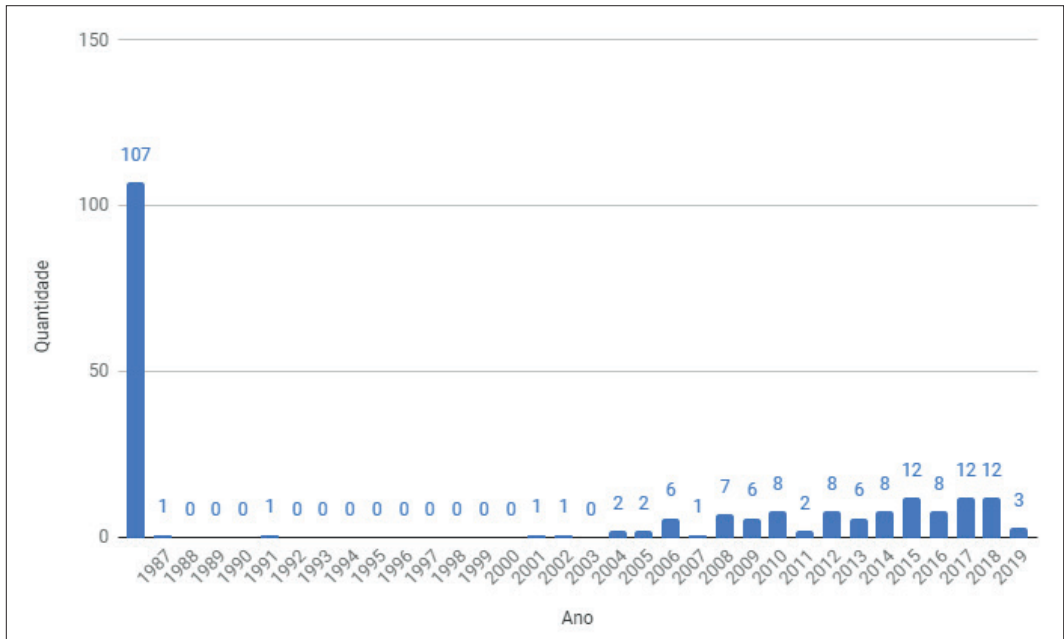


Fonte: Elaborado pelos autores.

Os dados dos 107 artigos selecionados foram trabalhados para a concepção das análises que serão apresentadas na sequência desta pesquisa e envolvem a evolução temporal das publicações sobre GC no turismo, a origem geográfica dos pesquisadores, as revistas envolvidas nas publicações, quais os principais tipos de pesquisa empregados e, por fim, qual o panorama apresentado pelo conjunto de palavras-chave envolvido nas 107 pesquisas. Inicia-se pelo próximo tópico, que aborda a evolução temporal das publicações selecionadas.

#### 4.2. Evolução temporal das publicações

No Gráfico 1 é apresentado o panorama temporal das 107 pesquisas selecionadas para a presente revisão integrativa, contemplando o período entre 1987 a 2019.

**Gráfico 1: Evolução temporal das publicações.**

Fonte: Elaborado pelos autores.

Nesses últimos 32 anos, a média de publicação foi de 3,34 artigos por ano. A publicação mais antiga fala sobre sistemas informáticos baseados no conhecimento para tarefas de gestão hoteleira ou áreas afins, como hospedagem (alojamento e alimentação, por exemplo) e lazer (Nissan, 1987). No entanto, apenas a partir dos anos 2000 é que ocorre uma tendência crescente das publicações. Estes resultados estão alinhados com a fala de Cooper (2006), que descreveu que o estudo e prática da GC cresceram rapidamente a partir dos anos 90, mas que a adoção na área do turismo estava tardia. De 2001 até o atual ano da pesquisa realizada (2019), a média anual é de 5,83 artigos e com publicações em todos os anos, com exceção do ano de 2003. Em 2015, 2017 e 2018 é onde se constata o maior número de publicações com relação aos construtos utilizados nesta pesquisa, alcançado o ápice de 12 artigos. Até o mês de abril de 2019 foram encontradas três publicações.

Em uma análise das quinze publicações mais recentes (2018 a 2019), os artigos demonstram que grande parte possui em comum a discussão sobre inovação e criatividade, tratando o conhecimento como mola propulsora para competitividade de um destino ou aprimoramento de um serviço. Em contraponto, as oito publicações mais antigas, no período de 1987 a 2005, mostram a importância dos sistemas de informações para a área turística, visando integrar o conhecimento do cliente para o planejamento de negócios e serviços.

Esses indicadores reforçam, por um lado, a percepção de pesquisadores anteriores sobre o atraso do turismo e áreas correlatas na adoção de abordagens de GC, como apontado por Yun (2004) e Hallin e Marnburg (2008), e por Cooper (2006), que relatou que o estudo e prática da GC cresceram rapidamente a partir dos anos 90, mas que isso não ocorreu no turismo.

Por outro lado, estes dados também apontam que as relações entre as áreas de pesquisa são férteis e que há um aumento recente e considerável no interesse por parte dos pesquisadores no assunto, questão esta que se justifica no fato de que, somente nos três últimos anos (2017, 2018 e 2019, sendo este último considerado somente até o mês de abril), foram publicados 27 artigos, o que representa mais de 25% do total encontrado nesta pesquisa.

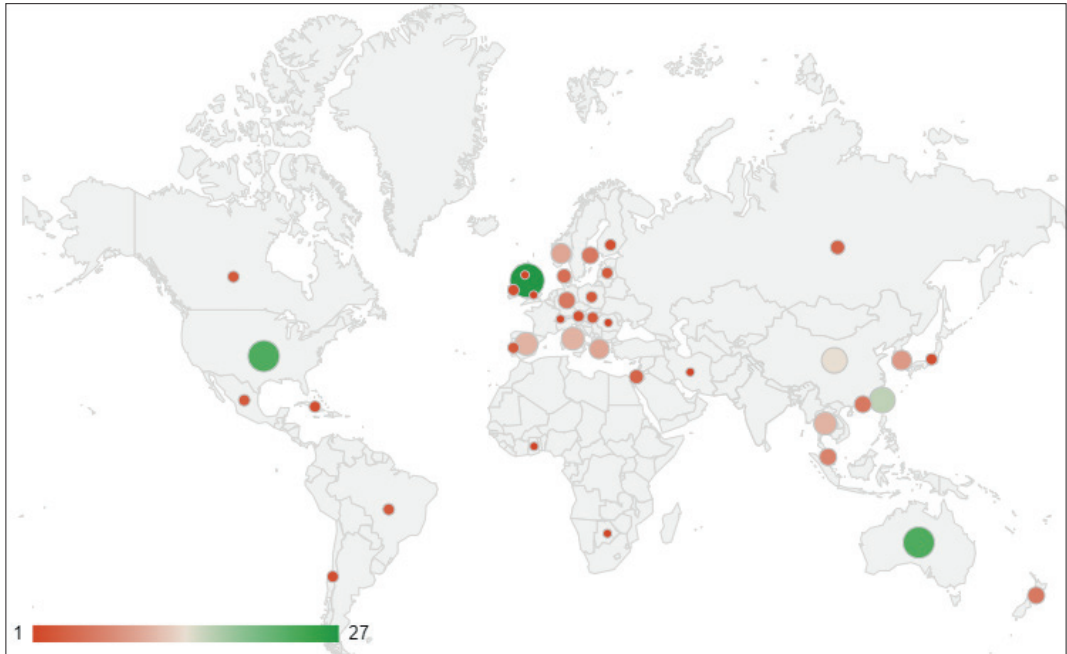
#### 4.3. Origem geográfica dos autores

Este tópico apresenta o país de trabalho dos autores dos 107 artigos analisados. Essa informação foi buscada na própria base de dados (*Scopus* ou *Web of Science*), onde se encontrava a instituição em que



os referidos autores trabalham e em qual país a mesma se localiza. A Figura 2 fornece um panorama deste cenário, por meio da aplicação de um mapa com a representação da intensidade geográfica dos pesquisadores.

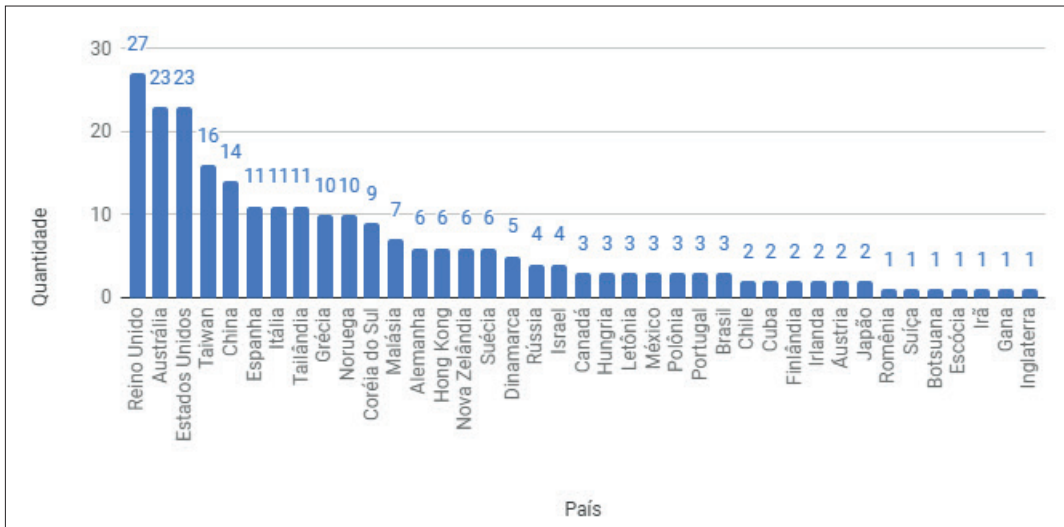
**Figura 2: País de trabalho dos autores das publicações.**



**Fonte:** Elaborado pelos autores.

As esferas coloridas indicam os países em que os autores se encontram trabalhando, sendo que quanto maior e mais intensa é a cor verde da esfera, maior a incidência de autores, conforme a própria escala apresentada na Figura 2. Nesta parte não se preocupou em excluir autores que tiveram participação em outra publicação aqui considerada. Portanto, dentro dos números apresentados abaixo, um determinado país pode ter um mesmo autor repetido uma ou mais vezes.

Nesse contexto, o país que se destaca com a presença de mais autores é o Reino Unido, com um total de 27 autores dos 249 mapeados. Os demais países que se destacam - esfera verde grande - são a Austrália e os Estados Unidos (com 23 autores cada). A distribuição de autores por continente mostra que a Europa detém a maior quantidade, com 112 autores (44,98% do total); acompanhada de longe pela Ásia, com 70 autores (28,11%). Em terceiro lugar ficou a América com 36 autores (14,46%), em quarto a Oceania com 29 autores (11,65%) e, em quinto, a África com dois autores (0,8%). No Gráfico 2 é apresentada a contabilização dos autores por país.

**Gráfico 2: Distribuição de autores por país.**

Fonte: Elaborado pelos autores.

Ao todo foram identificados 39 países, sendo a maioria dos artigos com a presença de 1 a 3 autores, o que dá uma média de 6,38 autores por país. Os países com mais autores são Reino Unido, Austrália, Estados Unidos, Taiwan, China, Espanha, Itália e Tailândia. Além disso demonstrar que a maioria pode ser considerado país desenvolvido, a língua inglesa detém um relevante impacto na difusão de pesquisas ligadas à gestão do conhecimento no turismo, sendo suportada pelos três países com maior quantidade de autores (Reino Unido, Austrália e Estados Unidos). Sabe-se que o inglês é considerado uma língua universal, tanto que foi a base da pesquisa para esta revisão integrativa.

Observações à parte devem ser feitas sobre autores que se encontram trabalhando na Inglaterra, Irlanda e Escócia; além de Hong Kong e Taiwan, o que acaba diminuindo a intensidade de autores que trabalham no Reino Unido e na China, respectivamente.

#### 4.4. Revistas das publicações

Foram identificadas 75 revistas, apresentadas no Gráfico 3, que abarcaram as 107 publicações pesquisadas, sendo que a média foi de 1,43 artigos por revista.

As revistas que trazem os artigos mais atuais (2019) são *Tourism and Hospitality Research*, *International Journal of Art & Design Education* e *Tourism Recreation Research*. Do total de publicações levantadas, 58 revistas possuem apenas um artigo referente às temáticas pesquisadas. Destaque para a revista *Tourism Management* do Reino Unido, com nove aparições no conjunto de 107 artigos, que publica desde 1982. Depois dela, ainda tem-se entre as cinco revistas com mais publicações sobre a temática pesquisada, a *Current Issues in Tourism* com seis publicações, a *Annals of Tourism Research* com cinco publicações, o *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism* com quatro publicações, e o *International Journal of Hospitality Management* com três publicações.

Entre as dezesseis revistas apresentadas no Gráfico 3 e que possuem a maior representatividade individual de publicações, constata-se que cinco não são da área de turismo em sua essência, e todas apresentam duas publicações de artigos no escopo dos 107 estudos selecionados. São elas: a *Computers in Human Behavior*, que trata da interação humano-computador e está representada nos estudos de Sigala e Chalkiti (2014) e Yuan, Lin e Zhuo (2016); a *International Journal of Knowledge Management*, da área de gestão do conhecimento e envolvendo as pesquisas de Avdimiotis (2016a) e Jing et al. (2012); o *Journal of Destination Marketing and Management*, que aborda sobre a gestão e marketing de destino e neste caso esteve representada nas pesquisas de Del Chiappa e Baggio (2015) e Fuchs et al. (2014); a *Service Industries Journal*, que foca no setor de serviços de um modo geral e foi contemplada nos estudos de Baggio e Cooper (2010) e Yang (2009) e; a *Turkish Online Journal of Educational Technology*,



No Quadro 2 é apresentada a classificação dos 107 artigos selecionados por meio da revisão integrativa, destacando a prevalência das pesquisas com abordagem empírica.

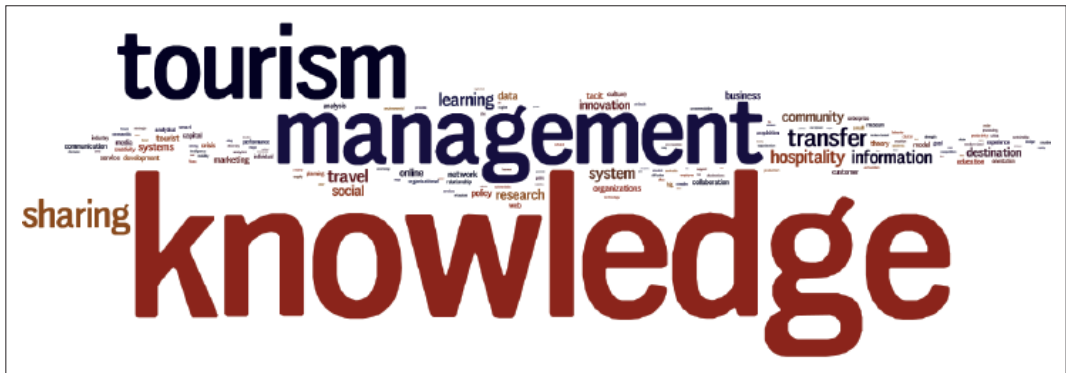
**Quadro 2: Classificação metodológica das 107 pesquisas.**

Tipo	Pesquisas
<b>Empírica Mista</b>	Nissan (1987); Pyo (2005); Zehrer e Pechlaner (2006); Jensen (2008); Racherla e Hu (2009); Baggio e Cooper (2010); Avdimiotis (2012); Tzortzaki e Mihiotis (2012); Biz, Todesco e Rados (2013); Fuchs, Abadzhiev, Svensson, Höpken e Lexhagen (2013); Fuchs, Höpken e Lexhagen (2014); King, Breen e Whitelaw (2014); Batista-Matamoros, Velázquez-Zaldívar, Díaz-Contreras e Ronda-Pupo (2015); Del Chiappa e Baggio (2015); Sompong, Rampai e Kheerajitt (2015); Tachapetpaiboon e Kularbphettong (2015); Werner, Dickson e Hyde (2015); Avdimiotis (2016a); Avdimiotis (2016b); Li e Liu (2018); Kim e Shim (2019)
<b>Empírica Qualitativa</b>	Calantone e Dibenedetto (1991); Gamble, Chalder e Stone (2001); Karagiannis e Apostolou (2004); Ruhanen (2008); Suraya e Ahmad (2008); Turkson e Riley (2008); Hung, Li, Pan e Petrick (2010); Do Rosário Borges, Eusébio e Carvalho (2012); Hagen, Vistad, Eide, Flyen e Fangel (2012); Hawkins, Elliott e Yu (2012); Jing, Chakpitak, Goldsmith, Sureephong e Kunarucks (2012); Thomas (2012); Paraskevas, Altınay, McLean e Cooper (2013); Hoarau (2014); Ku (2014); Martelli, Bellini e Salvatori (2015); Sorensen e Jensen (2015); Orchiston e Higham (2016); Yiu e Law (2016); Czernek (2017); Edwards, Cheng, Wong, Zhang e Wu (2017); Higuchi e Yamanaka (2017); Korzun, Varfolomeyev, Yalovitsyna e Volokhova (2017); Minkov, Kahanov e Kuflik (2017); Del Vecchio, Secundo e Passiante (2018); Hardy, Vorobjovas-Pinta e Eccleston (2018); Idrees, Vasconcelos e Ellis (2018); Makkonen, Williams, Weidenfeld e Kaisto (2018); Manrique-Sancho, Avelar, Iturrioz-Aguirre e Manso-Callejo (2018); Tribe (2018); Pennings, Cushing, Gomez, Dyson e Coombs (2019)
<b>Empírica Quantitativa</b>	Frechtling (2004); Maswera, Dawson e Edwards (2005); Braun e Hollick (2006); Hu, Horng e Sun (2009); Ku e Fan (2009); Yang (2009); Huang, Basu e Hsu (2010); Liao, Chen e Deng (2010); Tani (2010); Xiao, Su e Li (2010); Yang (2010); Zehrer (2011); Jetter e Chen (2012); Kim e Lee (2013); Mikalef, Giannakos, Chorianopoulos e Jaccheri (2013); Alvarez-Gonzalez e Gonzalez-Morales (2014); Lee, Reid e Kim (2014); Sigala e Chalkiti (2014); Firdaus, Sapri e Mohammad (2015); Gawlik e Puciato (2015); Martinez-Martinez, Cegarra-Navarro e Garcia-Perez (2015); Shalikal, Rahim e Jafari (2015); Bilgihan, Barreda, Okumus e Nusair (2016); Li e Liu (2016); Yuan, Lin e Zhuo (2016); Grinberga-Zalite, Vitolina e Rivza (2017); Motshegwa (2017); Okazaki, Andreu e Campo (2017); Quijano-Garcia, Arquelles-Ma e Medina-Blum (2017); Zheng, Xu e Kong (2017); Chang (2018); Kim e Shim (2018); Lee e Hyun (2018); Usoro e Abiagam (2018)
<b>Teórica</b>	Gronau (2002); Cooper (2006); Hawkins (2006); Scott e Laws (2006); Xiao (2006); Xiao e Smith (2007); Hallin e Marnburg (2008); Nadkarni (2008); Scott e Ding (2008); Clarke, Raffay e Wiltshier (2009); Shaw e Williams (2009); García-Crespo, Colomo-Palacios, Gómez-Berbis, Chamizo e Rivera (2010); Yeh, Hu e Tsai (2011); Okumus (2013); Yiu e Law (2014); Dredge e Jamal (2015); Krobb e Müller (2016); Gonda e Horvath (2017); Long (2017); Piva, Tani e Vivarelli (2018); Wengel, McIntosh e Cockburn-Wooten (2019)

Fonte: Elaborado pelos autores.

#### 4.6. Análise das palavras-chave

As palavras-chave de 96 artigos, já que 11 dos 107 selecionados nesta pesquisa não apresentaram este item (Karagiannis & Apostolou, 2004; Scott & Laws, 2006; Xiao, 2006; Tani, 2010; Gawlik & Puciato, 2015; Sompong, Rampai & Kheerajitt, 2015; Gonda; Horváth, 2017; Grinberga-Zalite; Vitolina; Rivza, 2017; Long, 2017; Minkov; Kahanov; Kuflik, 2017; Motshegwa, 2017), foram analisadas de duas formas: através de uma nuvem de palavras (com a ferramenta *Wordle*<sup>TM</sup> em sua versão para *desktop*) e por meio de agrupamento quantitativo realizado em formulário do *Excel*<sup>®</sup>. Primeiramente, a Figura 3 exibe a nuvem de palavras geradas pelo *Wordle*<sup>TM</sup> (Wordle, 2019), que considerou os termos de maneira individual e não compostos como apresentados nas palavras-chave dos artigos. Por exemplo, a palavra-chave “*tacit knowledge transfer*”, de Avdimiotis (2012), será representada na nuvem por meio das três palavras de maneira individual, ou seja, “*tacit*”, “*knowledge*” e “*transfer*”.

Figura 3: Nuvem de palavras a partir das *keywords* dos artigos.

Fonte: Elaborado pelos autores.

De acordo com a nuvem de palavras gerada é possível observar um destaque óbvio para os termos conhecimento (*knowledge*), gestão (*management*) e turismo (*tourism*). Um próximo destaque aparece para o processo de compartilhamento (*sharing*), o que é reforçado pela fala de Hjalager (2002), que afirma que o compartilhamento de conhecimento é claramente importante para muitos destinos e é uma chave para a eficácia de muitas organizações de turismo. A transferência (*transfer*) aparece na sequência, sendo visualizada como um processo muito próximo do próprio compartilhamento já citado.

O setor de hospitalidade (*hospitality*) também aparece com evidência, indicado como um dos segmentos do turismo mais estudados quando se trata de GC. Logo depois aparece destaque para os insumos informação (*information*) e dado (*data*) em que, como apresentado anteriormente por Serrat (2010), os dados interpretados se tornam informações, que, por sua vez, se criados e organizados por fluxos de informação e modelados por seus mantenedores se convertem em conhecimento. A informação também é abordada, por exemplo, em pesquisas que envolvem redes sociais, como em Bilgihan et al.(2016) e Edwards et al.(2017).

A aprendizagem (*learning*) também revela notoriedade nas palavras-chave, sendo trabalhada no conjunto de artigos selecionados como abordagem paralela a processos de GC, como em Mikalef et al. (2013), quando é trabalhada junto com o processo de aquisição de conhecimento, e em Yang (2009), quando se estuda também o processo de compartilhamento de conhecimento. Viagem (*travel*) naturalmente se destaca pois está intrínseca ao próprio conceito de turismo aqui apresentado e da WTO (1995). Mesmo caso com os termos negócios (*business*) e destino (*destination*).

Os termos sistema/sistemas (*system / systems*) e online demonstram a relação próxima das tecnologias da informação e comunicação com a própria GC e a ênfase que tem sido dada a estas ferramentas no setor do turismo. Comunidade (*community*) é principalmente abordada no cenário de comunidades virtuais de viagens, como em Jensen (2008), Ku (2014) e Lee e Hyun (2018).

Por fim, inovação (*innovation*) apresenta relevância de acordo com o próprio crescimento no estudo deste tema em todas as áreas do conhecimento, sendo trabalhada como um resultado da aplicação da GC e do próprio conhecimento, como descrito em Hallin e Marnburg (2008) ou como Shaw e Williams (2009) que apontam a importância das empresas de turismo absorverem e utilizarem o conhecimento do cliente em seus processos de inovação. Conforme Hoarau (2014), embora o conhecimento seja o motor que impulsiona a inovação, as empresas de turismo podem ter problemas e desafios ao tentar absorver o conhecimento externo para a inovação. O principal desafio é acessar e absorver conhecimento tácito (*tacit*), que se revela como o próximo termo de destaque na nuvem de palavras. Este conhecimento tácito é focado em Avdimiotis (2012, 2016a e 2016b) e Tribe (2018). Sobre isso, Czernek (2017) ressalta que não apenas o setor hoteleiro, como o da hospitalidade e do turismo de forma geral, necessitam investir mais na gestão do conhecimento, uma vez que este setor possui e trabalha muito com o conhecimento tácito.

Já o Quadro 3 apresenta as palavras-chave compostas e com três ou mais aparições nos 96 artigos e de um total de 427 palavras-chave (contando com repetidas) relacionadas.

**Quadro 3: Ranking das palavras-chave com mais de três aparições.**

Posição	Palavra-chave	Contagem	Posição	Palavra-chave	Contagem
1	<i>knowledge management</i>	30	6	<i>small and medium-sized enterprise</i>	5
2	<i>tourism</i>	17	8	<i>social media</i>	4
3	<i>knowledge sharing</i>	16	9	<i>tourism organizations/ firms</i>	3
4	<i>knowledge transfer</i>	10	9	<i>knowledge management system</i>	3
5	<i>knowledge</i>	8	9	<i>social capital</i>	3
6	<i>innovation</i>	5	-	Outros	323

Fonte: Elaborado pelos autores.

Assim como na nuvem de palavras apresentada na Figura 3 é possível observar neste Quadro 3 que houve um destaque para os termos gestão do conhecimento (*knowledge management*) e turismo (*tourism*), primeiro e segundo colocados, respectivamente, com 30 e 17 aparições nas palavras-chave dos artigos. Inclusive, na composição das 30 aparições de GC, foram consideradas as seguintes variações do termo segundo exibido nos artigos: *management knowledge*, *knowledge management* e *knowledge management (km)* - este último com a sigla junto. Turismo contemplou *tourism* e *tourism sector*. Conhecimento (*knowledge*) também aparece neste ranking de maneira esperada, estando em quinto lugar com 8 aparições.

Os processos de compartilhamento (*knowledge sharing*), com 16 aparições, e transferência de conhecimento (*knowledge transfer*), com 10 aparições, se apresentam como os mais focados pelos estudos. Este cenário se mostra alinhado com a pesquisa realizada por Ribière e Walter (2013), que analisaram as palavras-chave associadas a 235 artigos publicados na *Knowledge Management Research & Practice (KMRP)* entre 2003 a 2012 e apresentaram o compartilhamento de conhecimento (*knowledge sharing*) em primeiro lugar (com 50 ocorrências) e a transferência de conhecimento (*knowledge transfer*) em sexto (com 18 aparições naquela pesquisa). Nesta pesquisa de Ribière e Walter (2013), a GC ficou com o segundo lugar e 41 ocorrências.

Os termos inovação (*innovation*), em sexto lugar com 5 aparições, e redes ou mídias sociais (*social media*), em oitavo lugar com 4 aparições, novamente apareceram, como na nuvem da Figura 3 e já tiveram seu contexto discutido anteriormente. Empresas de turismo (*tourism organizations/firms*) aparecem naturalmente, pois se configuram como parte do público-alvo das pesquisas selecionadas para esta revisão, com o nono lugar e três ocorrências.

Pequenas e médias empresas (*small and medium enterprises*) revelaram ser foco de algumas pesquisas, estabelecendo esta palavra-chave em sexto lugar, com cinco ocorrências. Este termo contemplou as seguintes variações: *small and medium-sized enterprise (sme)*, *small- and medium-sized enterprise (sme)*, *small business*, *tourism msms* e *smtes*. O foco neste nicho empresarial se justifica, por exemplo, em Czernek (2017), que aponta o domínio de pequenas e médias empresas no setor do turismo.

Sistemas de gestão do conhecimento (*knowledge management system*), em nono lugar com três aparições, destacam a utilidade destes sistemas para promover o desempenho do setor turístico, como descrito em Okumus (2013) e em Suraya e Ahmad (2008). Por fim, ainda em nono lugar e com três aparições está o capital social (*social capital*), que é visto como um dos pré-requisitos para a operacionalização de processos da GC, como apontado por Shaw e Williams (2009), que descrevem o capital social como facilitador da transferência de conhecimento.

Ainda restaram 323 palavras-chave individuais, mas que agrupadas com seus pares, nos casos em que isso foi visualizado, não revelaram mais do que duas ocorrências, portanto ficando abaixo dos onze itens descritos no Quadro 3. Algumas palavras-chave compostas apresentados pelos autores dos artigos acabaram envolvendo diferentes constructos, como "*tacit knowledge acquisition and transfer*" de Avdimiotis (2016a), e "*knowledge management and sharing*" de Hawkins, Elliott e Yu (2012). Considerando este mesmo contexto, por exemplo, o constructo conhecimento tácito aparece algumas vezes

associado a outros diferentes termos, como *tacit knowledge acquisition and transfer*, *tacit knowledge sharing*, e *tacit knowledge transfer*.

## 5. Conclusões

A partir dos 107 artigos localizados por meio da busca sistemática para a análise da relação entre turismo (e termos correlatos) e gestão do conhecimento (e seus processos), se chegou à percepção de que houve um aumento das publicações científicas (artigos), principalmente a partir da década de 2000, com destaque para os anos de 2015, 2017 e 2018. Além da mudança quantitativa houve também uma mudança qualitativa, uma vez que o teor dos estudos mais antigos abordava questões relacionadas a sistema de informação para angariar dados do cliente. Já os estudos mais atuais, acompanhando muitas das próprias tendências vigentes, abordaram elementos como “inovação” e “criatividade”, com o intuito de obter vantagem competitiva em um mercado cada vez mais exigente.

Descobriu-se também que Reino Unido, Estados Unidos e Austrália foram os países que se destacam em termos de quantidade de autores dos estudos, demonstrando a importância da língua inglesa para as publicações. Ainda, a Europa foi o continente com mais representantes, sendo seguida de longe pela Ásia, segunda colocada. Inclusive o continente europeu, na figura do Reino Unido, é o que contempla o periódico que teve mais publicações: *Tourism Management*.

No que tange aos tipos de intervenção metodológica empregados no escopo de 107 artigos, revelou-se um cenário que acompanha uma maior tendência por pesquisas quantitativas, rompendo com uma cultura metodológica histórica mais qualitativa no turismo. Além disso, uma ampla maioria das pesquisas analisadas é de cunho empírico, e não teórico, buscando evidências práticas para os estudos envolvidos.

Em relação às palavras-chave, apenas 96 artigos apresentaram tal item, envolvendo principalmente os termos utilizados para a busca sistemática (conhecimento, gestão, turismo - palavras estas com conceito amplo e complexo), além dos processos de gestão do conhecimento (com ênfase para o compartilhamento e para a transferência do conhecimento, que possibilitam um melhor desempenho e inovação dos produtos/serviços) e o conhecimento tácito (complexo, mas fundamental para o estabelecimento de vantagem competitiva).

Diante do exposto, há o entendimento de que os objetivos levantados para a presente pesquisa foram alcançados, abordando uma gama de relações entre turismo e GC, como a evolução temporal dos artigos, a origem geográfica dos autores, as revistas em que os artigos foram publicados, os tipos de pesquisa empregados e as palavras-chave contempladas nos estudos e conceitos relacionados. Isso possibilitou conhecer o contexto dos artigos científicos que lidam de maneira conjunta com o turismo, a gestão do conhecimento e seus processos.

Como conclusões gerais, se observa uma tendência crescente do interesse pelo tema de GC em turismo, principalmente no que trata de inovar destinos, serviços e produtos. Algo que deve crescer ainda mais diante dos novos desafios ocasionados pela pandemia. Também que tal necessidade já é bem assimilada por países mais desenvolvidos (como Reino Unido, Austrália e Estados Unidos), e que ainda precisa ser melhor aplicada em demais territórios que carecem de recursos para competir em um mercado turístico internacional.

Além disso, foi confirmada a transversalidade do tema “turismo e gestão do conhecimento”, abarcando estudiosos de temas diversos, como: turismo, gestão do conhecimento, computadores e comportamento humano, setor de serviços e tecnologia educacional, entre outros. O que mostra as diferentes possibilidades de se trabalhar com o tema central aqui estabelecido, e a gama de abordagens que ainda podem ser feitas e aprofundadas. Perspectivas que têm sido mais abordadas de forma empírica e quantitativa que teórica e qualitativa, em contraposição ao que comumente se observa nos estudos do turismo (com viés mais qualitativo). Fato que deve se explicar pela necessidade de aplicação prática, mais sistemática e de forma mais ampla do conhecimento no turismo.

Ainda em termos de conclusão, se observa a relevância de alguns dos processos caracterizados na gestão do conhecimento, notadamente o compartilhamento e a transferência. O que indica uma mudança no cenário turístico mundial (viagens, destinos, hotelaria, negócios), passando de um pensamento mais competitivo (de interesses individuais) para um nível mais colaborativo (interesses comuns compartilhados) de inovação e de apropriação de conhecimento tácito.

Como limitações da pesquisa há de se considerar que a busca de artigos científicos envolveu apenas os termos que apareciam no título dos mesmos, podendo ser ampliada para as palavras-chave e/ou resumos, por exemplo, sendo provável encontrar mais recursos para uma análise ainda mais aprofundada do estado

da arte. Além disso, apesar do uso de uma variedade de termos similares ao turismo, ainda é possível encontrar outras palavras que possam ampliar a pesquisa aqui proposta, como, para exemplificar, o acréscimo de “gastronomia”, “alimentos e bebidas”, “destino turístico”, etc. Ou também o uso de mais línguas além do inglês com intuito de ampliar a busca para outras realidades.

Para uma maior profundidade de estudo, o escopo de artigos e informações disponíveis ainda possibilita a análise de outras categorias e cruzamentos de dados que darão ainda mais resultados para a pesquisa.

Destaca-se lacuna de pesquisa no turismo sobre transferência de conhecimento, principalmente do tipo mais difícil de transmitir e assimilar e que é capaz de gerar vantagem competitiva significativa frente aos concorrentes do ramo: o conhecimento tácito. Finalmente, espera-se que este trabalho contribua com um entendimento maior sobre os termos aqui pesquisados e ajude outros pesquisadores a refletir sobre este novo momento que o mundo passa na economia do conhecimento, principalmente em setores estratégicos como o turismo.

## 6. Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001. Também, com apoio da Fundação de Amparo à Pesquisa e Inovação do Estado de Santa Catarina (FAPESC).

## Bibliografia

- Alvarez-Gonzalez, J. A., & Gonzalez-Morales, M. O. 2014. The role of knowledge-intensive business services in Spanish local tourist production systems. *Tourism Economics*, 20(2): 355-371.
- Alves, M. L. B. 2011. Reflexões sobre a pesquisa qualitativa aplicada ao turismo. *Revista Turismo em Análise*, 22(3): 599-613.
- Ansarah, M. G. dos R. 2001. *Como aprender Turismo, como ensinar*. 2º ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo.
- Assaf, A., & Scuderi, R. 2020. COVID-19 and the recovery of the tourism industry. *Tourism Economics*, 26(5): 731–733
- Avdimiotis, S. 2012. Tacit knowledge transfer in tourism organisations, based on the development of fuzzy rules. *International Journal of Tourism Policy*, 4(3).
- Avdimiotis, S. 2016a. Tacit Knowledge Management Within Hospitality Establishments: Revealing the Body of the Iceberg. *International Journal of Knowledge Management* 12(3).
- Avdimiotis, S. 2016b. We do more than we can tell. perspectives of tacit knowledge transfer in tourism accommodation establishments. *Tourismos*, 11(4).
- Baggio, R., & Cooper, C. 2010. Knowledge transfer in a tourism destination: The effects of a network structure. *Service Industries Journal*, 30(10): 1757-1771.
- Batista-Matamoros, C. R.; Velázquez-Zaldívar, R.; Díaz-Contreras, C., & Ronda-Pupo, G. A. 2015. Alignment between decision making process and knowledge management: The case of touristic business enterprises. *Ingeniare*, 23(4): 540-555.
- Beni, M. C. 2001. *Análise Estrutural do Turismo*. 5ª edição. Editora Senac: São Paulo.
- Bilgihan, A.; Barreda, A.; Okumus, F., & Nusair, K. 2016. Consumer perception of knowledge-sharing in travel-related online social networks. *Tourism Management*, 52: 287-296.
- Biz, A. A.; Todesco, J. L., & Rados, G. J. V. 2013. Reference model for assessment of tourism portals with the support of knowledge management. *Gestão e Produção*, 20(4).
- Braun, P., & Hollick, M. 2006. Tourism skills delivery: Sharing tourism knowledge online. *Education and Training*, 48(8/9): 693-703.
- Calantone, R. J., & Dibenedetto, C. A. 1991. Knowledge acquisition modeling in tourism. *Annals of Tourism Research*, 18: 202-212.
- Caldeira Sanches, A.; Sauer, L., & Binotto, E. 2019. Análise dos Estudos sobre Indicadores de Sustentabilidade no Turismo: uma revisão integrativa. *Turismo em Análise*, 29(2): 292-311.
- Chang, Y. C. 2018. Analyzing the moderating effect of knowledge innovation of tourism and hospitality department teachers on student creative self-efficacy and innovation behaviors by using hierarchical linear modeling. *Cogent Education*, 5.
- Chen, M; Mao, S., & Liu, Y. 2014. Big Data: A Survey. *Mobile Networks and Applications*, 19: 171-209.



- Clarke, A.; Raffay, Á., & Wiltshier, P. 2009. Losing It: Knowledge Management In Tourism Development Projects. *Tourismos*, 4(3):149-166.
- Cooper, C. 2006. Knowledge management and tourism. *Annals of Tourism Research*, 33(1): 47-64.
- Costa, W. F.; Albuquerque Tito, A. L.; Brumatti, P. N. M., & Oliveira Alexandre, M. L. 2018. Uso de instrumentos de coleta de dados em pesquisa qualitativa: um estudo em produções científicas de turismo. *Turismo-Visão e Ação*, 20(1): 02-28.
- Creswell, J. W. 2010. *Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto*. 3ª ed. Porto Alegre: Artmed, 296.
- Czernek, K. 2017. Tourism features as determinants of knowledge transfer in the process of tourist cooperation. *Current Issues in Tourism*, 20(2): 204-220.
- Dalkir, K. 2005. Future Challenges for Knowledge Management. In: Dalkir, K. (Ed.). *Knowledge Management in Theory and Practice*. Boston: Elsevier.
- Davidson, C., & Voss, P. 2002. *Knowledge Management*. Auckland: Tandem.
- Del Chiappa, G.; Baggio, R. 2015. Knowledge transfer in smart tourism destinations: Analyzing the effects of a network structure. *Journal of Destination Marketing and Management*, 4:145-150.
- Del Vecchio, P.; Secundo, G., & Passiante, G. 2018. Analyzing Big Data through the lens of customer knowledge management: Evidence from a set of regional tourism experiences. *Kybernetes*, 47(7): 1348-1362.
- Denicolai, S.; Cioccarelli, G., & Zucchella, A. 2010. Resource-based local development and networked core-competencies for tourism excellence. *Tourism Management*, 31: 260-266.
- Doolen, J. 2017. Meta-analysis, systematic, and integrative reviews: an overview. *Clinical Simulation in Nursing*, 13(1): 28-30.
- Do Rosário Borges, M.; Eusébio, C., & Carvalho, N. 2012. Knowledge transfer for the development of sustainable tourism: Focus on official Portuguese tourism websites. *International Journal of Tourism Policy*, 4,(3):183-205.
- Dredge, D., & Jamal, T. 2015. Progress in tourism planning and policy: A post-structural perspective on knowledge production. *Tourism Management*, 51: 285-297.
- Dwyer, L.; Gill, A., & Seetaram, N. (Ed.) 2012. *Handbook of research methods in tourism: Quantitative and qualitative approaches*. Edward Elgar Publishing.
- Edwards, D.; Cheng, M.; Wong, I. A.; Zhang, J., & Wu, Q. 2017. Ambassadors of knowledge sharing: Co-produced travel information through tourist-local social media exchange. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29(2): 690-708.
- Evans, M.; Dalkir, K., & Bidian, C. 2014. A Holistic View of the knowledge Life Cycle: The Knowledge Management Cycle (KMC) Model. *The Electronic Journal of Knowledge Management*, 12(2): 85-97.
- Firdaus, A. M.; Sapri, M., & Mohammad, I. S. 2015. Facility management knowledge development in Malaysia: Added value in hospitality managerial competency. *Facilities*, 33(1/2): 99-118.
- Frechtling, D. C. 2014. Assessment of tourism/hospitality journals' role in knowledge transfer: An exploratory study. *Journal of Travel Research*, 43(2): 100-107.
- Fuchs, M.; Abadzhiev, A.; Svensson, B.; Höpken, W., & Lexhagen, M. 2013. A Knowledge Destination Framework for tourism sustainability: A Business Intelligence application from Sweden. *Tourism*, 61(2): 121-148.
- Fuchs, M.; Höpken, W., & Lexhagen, M. 2014. Big data analytics for knowledge generation in tourism destinations - A case from Sweden. *Journal of Destination Marketing and Management*, 3(4): 198-209.
- Gamble, P. Chalder, M., & Stone, M. 2001. Customer knowledge management in the travel industry. *Journal of Vacation Marketing*, 7(1): 83-91.
- García-Crespo, A.; Colomo-Palacios, R.; Gómez-Berbís, J. M.; Chamizo, J., & Rivera, I. 2010. Intelligent Decision-Support Systems for e-Tourism: Using SPETA II as a Knowledge Management Platform for DMOs and e-Tourism Service Providers. *International Journal of Decision Support System Technology*, 2(1): 36-48.
- Gawlik, A., & Puciato, D. 2015. The extend to which the concept of knowledge management is used in selected travel agencies located in the Opole province. *E-MENTOR*, 58(1): 49-53.
- Gonda, T., & Horváth, A. 2017. Non-governmental organisations in the hungarian-hungarian knowledge transfer of organising tourism. *Civil Szemle*, 3(14): 51-64.
- Gretzel, U.; Sigala, M.; Xiang, Z., & Koo, C. 2015. Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3): 179-188.

- Grinberga-Zalite, G.; Vitolina, Z., & Rivza, B. 2017. Knowledge and skills transfer for sustainable rural tourism in the Baltic Sea countries. *Turkish Online Journal of Educational Technology - Special Issue for INTE*: 350-354.
- Gronau, N. 2002. The knowledge café - a knowledge management system and its application to hospitality and tourism. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3 (3-4): 75-88.
- Hagen, D.; Vistad, O. I.; Eide, N. E.; Flyen, A. C., & Fangel, K. 2012. Managing visitor sites in Svalbard: from a precautionary approach towards knowledge-based management. *Polar Research*, 31(1).
- Hallin, C. A., & Marnburg, E. 2008. Knowledge management in the hospitality industry: A review of empirical research. *Tourism Management*, 29: 366-381.
- Hardy, A.; Vorobjovas-pinta, O.; & Eccleston, R. 2018. Enhancing knowledge transfer in tourism: An Elaboration Likelihood Model approach. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37(33-41).
- Hawkins, D. E. 2006. Transferring tourism knowledge: The role of higher education institutions. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 7(1-2):13-27.
- Hawkins, D. E., Elliott, S. M., & Yu, L. 2012. Tourism knowledge sharing: A virtual consensus building approach. *Bridging Tourism Theory and Practice*, 4: 33-53.
- Hazlett, S-a.; Macadam, R., & Gallagher, S. 2005. Theory Building in Knowledge Management in Search of Paradigms. *Journal of Management Inquiry*, 14(1): 31-42.
- Higuchi, Y., & Yamanaka, Y. 2017. Knowledge sharing between academic researchers and tourism practitioners: a Japanese study of the practical value of embeddedness, trust and co-creation. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(10): 1456-1473.
- Hjalager, A. M. 2002. Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism management*, 23(5): 465-474.
- Hoarau, H. 2014. Knowledge acquisition and assimilation in tourism-innovation processes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 14(2): 135-151.
- Hu, M. L. M., Horng, J. S., & Sun, Y. H. C. 2009. Hospitality teams: Knowledge sharing and service innovation performance. *Tourism management*, 30(1): 41-50.
- Huang, Y., Basu, C., & Hsu, M. K. 2010. Exploring motivations of travel knowledge sharing on social network sites: an empirical investigation of US college students. *Journal of hospitality marketing & management*, 19(7): 717-734.
- Hung, K., Li, X., Pan, B., & Petrick, J. F. 2010. Knowledge dissemination in tourism education: A case of tourism marketing. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27(5): 519-532.
- Idrees, I. A., Vasconcelos, A. C., & Ellis, D. 2018. Clique and elite: inter-organizational knowledge sharing across five star hotels in the Saudi Arabian religious tourism and hospitality industry. *Journal of Knowledge Management*, 22(6): 1358-1378.
- Jensen, J. L. 2008. Virtual Tourist: knowledge communication in an online travel community. *International Journal of Web Based Communities*, 4(4): 503-522.
- Jetter, L. G., & Chen, R. J. C. 2012. An exploratory investigation of knowledge sharing and cooperative marketing in tourism alliances. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 13(2): 131-144.
- Jing, F., Chakpitak, N., Goldsmith, P., Sureephong, P., & Kunarucks, T. 2012. Creating a knowledge supply chain for e-tourism curriculum design: Integrating knowledge management and supply chain management. *International Journal of Knowledge Management*, 8(4): 71-94.
- Karagiannis, S., & Apostolou, A. 2004. Knowledge Management in Eco-tourism: a case study. *Lecture notes in computer science*, 508-521.
- Khan, M., Woo, M., Nam, K., & Chathoth, P. 2017. Smart city and smart tourism: A case of Dubai. *Sustainability*, 9(12): 2279.
- Kianto, A., Ritala, P., Spender, J. C., & Vanhala, M. 2014. The interaction of intellectual capital assets and knowledge management practices in organizational value creation. *Journal of Intellectual Capital*, 15(3): 362-375.
- Kim, T. T., & Lee, G. 2013. Hospitality employee knowledge-sharing behaviors in the relationship between goal orientations and service innovative behavior. *International Journal of Hospitality Management*, 34: 324-337
- Kim, N., & Shim, C. 2018. Social capital, knowledge sharing and innovation of small-and medium-sized enterprises in a tourism cluster. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(6): 2417-2437.
- Kim, N., & Shim, C. 2019. Taking it personally: How to increase interorganizational knowledge sharing in a tourist district. *Tourism and Hospitality Research*, 19(1): 85-97.

- King, B. E., Breen, J., & Whitelaw, P. A. 2014. Hungry for growth? Small and medium-sized tourism enterprise (SMTE) business ambitions, knowledge acquisition and industry engagement. *International Journal of Tourism Research*, 16(3): 272-281.
- Korzun, D., Varfolomeyev, A., Yalovitsyna, S., & Volokhova, V. 2017. Semantic infrastructure of a smart museum: toward making cultural heritage knowledge usable and creatable by visitors and professionals. *Personal and Ubiquitous Computing*, 21(2): 345-354.
- Kovacs, M. H., Barbosa, M. de L. de A. de Souza, A. G. de, & Mesquita, A. E. do P. 2012. Pesquisa em turismo: Uma avaliação das metodologias empregadas nos artigos publicados nos anais no triênio do seminário anual da Associação Brasileira de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo-ANPTUR. *Turismo-Visão e Ação*, 14(1): 19-34.
- Krobb, F., & Müller, D. 2016. Itinerant Knowledge Production in European Travel Writing: Introduction. *Transfers*, 6(3): 41-48.
- Ku, E. C. 2014. Distributed fascinating knowledge over an online travel community. *International Journal of Tourism Research*, 16(1): 33-43.
- Ku, E. C., & Fan, Y. W. 2009. Knowledge sharing and customer relationship management in the travel service alliances. *Total Quality Management*, 20(12): 1407-1421.
- Lage, B. H. G., & Milone, P. C. 2000. *Turismo: teoria e prática*.
- Lee, K. H., & Hyun, S. S. 2018. The effects of tourists' knowledge-sharing motivation on online tourist community loyalty: the moderating role of ambient stimuli. *Current Issues in Tourism*, 21(13): 1521-1546.
- Lee, H., Reid, E., & Kim, W. G. 2014. Understanding knowledge sharing in online travel communities: antecedents and the moderating effects of interaction modes. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 38(2): 222-242.
- Li, Y. Q., & Liu, C. H. 2016. Knowledge cooperation diversification strategy for tourism scholar creativity: The moderating role of tie strength. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 21(1): 94-117.
- Li, Y. Q., & Liu, C. H. 2018. The role of network position, tie strength and knowledge diversity in tourism and hospitality scholars' creativity. *Tourism management perspectives*, 27: 136-151.
- Liao, S. H., Chen, Y. J., & Deng, M. Y. 2010. Mining customer knowledge for tourism new product development and customer relationship management. *Expert Systems with Applications*, 37(6): 4212-4223.
- Long, P. 2017. The parallel worlds of tourism destination management and the creative industries: exchanging knowledge, theory and practice. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 9(3): 331-340.
- Makkonen, T., Williams, A. M., Weidenfeld, A., & Kaisto, V. 2018. Cross-border knowledge transfer and innovation in the European neighbourhood: Tourism cooperation at the Finnish-Russian border. *Tourism Management*, 68: 140-151.
- Manrique-Sancho, M. T., Avelar, S., Iturrioz-Aguirre, T., & Manso-Callejo, M. Á. 2018. Using the spatial knowledge of map users to personalize city maps: a case study with tourists in Madrid, Spain. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 7(8): 332.
- Martelli, C., Bellini, E., & Salvatori, M. F. 2015. Knowledge management and reuse in tourism destination observatories. *International Journal of Knowledge and Learning*, 10(1): 1-15.
- Martínez-Martínez, A., Cegarra-Navarro, J. G., & García-Pérez, A. 2015. Environmental knowledge management: A long-term enabler of tourism development. *Tourism Management*, 50: 281-291.
- Maswera, T., Dawson, R., & Edwards, J. 2005. Assessing the levels of knowledge transfer within e-commerce websites of tourist organisations in Africa. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 4(1): 59-66.
- Mikalef, K., Giannakos, M. N., Chorianopoulos, K., & Jaccheri, L. 2013. Does informal learning benefit from interactivity? The effect of trial and error on knowledge acquisition during a museum visit. *International Journal of Mobile Learning and Organisation*, 11 7(2): 158-175.
- Ministério do Turismo 2007. *Programa de Regionalização do Turismo – Roteiros do Brasil*. Cadernos de Turismo. Módulo Operacional 2 – Mobilização. Brasília: Ministério do Turismo, 2007. Disponível em: [http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros\\_brasil/mobilizacao.pdf](http://www.regionalizacao.turismo.gov.br/images/roteiros_brasil/mobilizacao.pdf). Acesso em: 18/08/2019.
- Ministério do Turismo 2018. *Glossário do turismo: compilação de termos publicados por Ministério do Turismo e Embratur nos últimos 15 anos – 1ª edição*. Brasília: Ministério do Turismo. 44 p. Disponível em: [http://www.turismo.gov.br/images/pdf/Publica%C3%A7%C3%B5es/Glossario\\_do\\_Turismo\\_-\\_1%C2%AA\\_%20edi%C3%A7%C3%A3o.pdf](http://www.turismo.gov.br/images/pdf/Publica%C3%A7%C3%B5es/Glossario_do_Turismo_-_1%C2%AA_%20edi%C3%A7%C3%A3o.pdf). Acesso em: 18/08/2019.

- Minkov, E., Kahanov, K., & Kuflik, T. 2017. Graph-based recommendation integrating rating history and domain knowledge: Application to on-site guidance of museum visitors. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 68(8): 1911-1924.
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D.G. 2009. PRISMA Group. Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: the PRISMA statement. *Annals of Internal Medicine*, 151(4): 264-269.
- Motshagwa, N. 2017. Knowledge retention strategies employed by Botswana's tourism and hospitality industry: The case of Gaborone. *Tourism Management Perspectives*, 24: 107-110.
- Nadkarni, S. 2008. Knowledge creation, retention, exchange, devolution, interpretation and treatment (K-CREDIT) as an economic growth driver in pro-poor tourism. *Current Issues in Tourism*, 11(5): 456-472.
- Nissan, E. 1987. Knowledge-based computer systems for tasks in hospitality management or related areas: accommodation (lodging, alimentation) and leisure. *International Journal of Hospitality Management*, 6(4): 199-202.
- Nonaka, I. 1997. A empresa criadora de conhecimento. In: Starkey, Ken. *Como as organizações aprendem*. Nonaka, I., & Konno, N. 1998. The concept of "Ba": Building a foundation for knowledge creation. *California Management Review*, 40(3): 40-54.
- Nonaka, I., & Takeuchi, H. 2004. *Criação de conhecimento na empresa*. Elsevier Brasil.
- Okazaki, S., Andreu, L., & Campo, S. 2017. Knowledge sharing among tourists via social media: A comparison between Facebook and TripAdvisor. *International Journal of Tourism Research*, 19(1): 107-119.
- Okumus, F. 2013. Facilitating knowledge management through information technology in hospitality organizations. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 4(1): 64-80.
- Orchiston, C., & Higham, J. E. S. 2016. Knowledge management and tourism recovery (de) marketing: The Christchurch earthquakes 2010–2011. *Current Issues in Tourism*, 19(1): 64-84.
- Paraskevas, A., Altinay, L., McLean, J., & Cooper, C. 2013. Crisis knowledge in tourism: Types, flows and governance. *Annals of Tourism Research*, 41: 130-152.
- Pennings, M., Cushing, D. F., Gomez, R., Dyson, C., & Coombs, C. 2019. Gaining 'Raw Insider Knowledge': The Benefits and Challenges of International Study Tours for Creative Industries Students. *International Journal of Art & Design Education*, 38(2): 539-554.
- Piva, M., Tani, M., & Vivarelli, M. 2018. Business visits, knowledge diffusion and productivity. *Journal of Population Economics*, 31(4): 1321-1338.
- PRISMA 2019a. *PRISMA Checklist*. Disponível em: <http://www.prisma-statement.org/PRISMAStatement/Checklist>. Acesso em: 10/08/2019.
- PRISMA 2019b. *PRISMA Flow Diagram*. Disponível em: <http://www.prisma-statement.org/PRISMAStatement/FlowDiagram>. Acesso em: 10/08/2019.
- Pyo, S. 2005. Analytical knowledge management for tourist destinations. *Tourism Analysis*, 10(2): 187-196.
- Quijano-García, R. A., Arquelles-Ma, L. A., & Medina-Blum, F. 2017. Knowledge management in the organizational culture of tourism msmes. *ECORFAN Journal-Mexico*, 8: 8-19.
- Racherla, P., & Hu, C. 2009. A framework for knowledge-based crisis management in the hospitality and tourism industry. *Cornell Hospitality Quarterly*, 50(4): 561-577.
- Ribière, V., & Walter, C. 2013. 10 years of KM theory and practices. *Knowledge Management Research & Practice*, 11(1): 4-9.
- Ruhanen, L. 2008. Progressing the sustainability debate: A knowledge management approach to sustainable tourism planning. *Current Issues in Tourism*, 11(5): 429-455.
- Scott, N., & Ding, P. 2008. Management of tourism research knowledge in Australia and China. *Current Issues in Tourism*, 11(6): 514-528.
- Scott, N., & Laws, E. 2006. Knowledge sharing in tourism and hospitality. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 7(1-2): 1-12.
- Serrat, O. 2010. Knowledge solutions: Tools, methods, and approaches to drive development forward and enhance its effects (Vol. 382). *Asian Development Bank*.
- Shalihar, S., Rahim, N. Z. A., & Jafari, S. 2015. Evaluating the level of knowledge management capability in Medical Tourism industry of Malaysia. *ARNP Journal of Engineering and Applied Sciences*, 10(23): 17640-17648.
- Shaw, G., & Williams, A. 2009. Knowledge transfer and management in tourism organisations: An emerging research agenda. *Tourism management*, 30(3): 325-335.

- Sigala, M., & Chalkiti, K. 2014. Investigating the exploitation of web 2.0 for knowledge management in the Greek tourism industry: An utilisation–importance analysis. *Computers in Human Behavior*, 30: 800-812.
- Simaro, J. D., Tonelli, O. E., & Ribalaygua, L. C. 2012. Gestión de intangibles en pymes turísticas: Un caso de aplicación de las directrices MERITUM. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 21(1): 249-269.
- Sompong, N.; Rampai, N.; & Kheerajitt, C. 2015. Knowledge management of local wisdom model for tourism along the route of lower central provinces of Thailand. *Turkish Online Journal of Educational Technology*, 2015: 271-276.
- Sørensen, F., & Jensen, J. F. 2015. Value creation and knowledge development in tourism experience encounters. *Tourism Management*, 46: 336-346.
- Souza, M. T. D., Silva, M. D. D., & Carvalho, R. D. 2010. Revisão integrativa: o que é e como fazer. *Einstein* 8(1): 102-106.
- Steil, A. V. 2007. *Estado da arte das definições de gestão do conhecimento e seus subsistemas*. Florianópolis: Instituto Stela. Technical Report.
- Suraya, H., & Ahmad, H. 2008. Knowledge management in tourism industry: KMS for tourist information counter in Malaysia. *Journal of Information & Knowledge Management*, 7(03): 159-172.
- Tachapetpaiboon, N.; & Kularbphettong, K. 2015. Ontology based knowledge management for cultural tourism. *Journal of Theoretical & Applied Information Technology*, 75(3).
- Tani, M. 2010. International labor visits and knowledge transfers. *Asian and Pacific Migration Journal*, 19(1): 117-142.
- Theobald, W. 2002. *Turismo Global*. (2a ed.). São Paulo: Ed. Senac.
- Thomas, R. 2012. Business elites, universities and knowledge transfer in tourism. *Tourism Management*, 33(3): 553-561.
- Tribe, J. 2018. Creating and curating tourism knowledge. *Annals of Tourism Research*, 73: 14-25.
- Turkson, E. R., & Riley, M. 2008. The problem of eliciting management knowledge: A case of research into hospitality management knowledge. *International Journal of Hospitality Management*, 27(4): 584-593.
- Tzortzaki, A. M., & Mihiotis, A. 2012. A three dimensional knowledge management framework for hospitality and tourism. *Foresight*, 14(3): 242-259.
- Usoro, A., & Abiagam, B. 2018. Culture effect on knowledge management adoption in Nigerian hospitality industry. *VINE Journal of Information and Knowledge Management Systems*, 48(3): 314-332.
- Vargo, S. L., & Lusch, R. F. 2004. Evolving to a new dominant logic for marketing. *Journal of Marketing*, 68 (1): 1–17.
- Webb, C., & Roe, B. 2008. *Reviewing research evidence for nursing practice: Systematic reviews*. John Wiley & Sons.
- Wengel, Y., McIntosh, A., & Cockburn-Wooten, C. 2019. Co-creating knowledge in tourism research using the Ketsos method. *Tourism Recreation Research*, 1-12.
- Werner, K., Dickson, G., & Hyde, K. F. 2015. Coopetition and Knowledge Transfer Dynamics: New Zealand's Regional Tourism Organizations and the 2011 Rugby World Cup. *Event Management*, 19(3): 365-380.
- Wordle 2019. *Home*. Disponível em: <http://www.wordle.net>. Acesso em: 25/08/2019.
- World Tourism Organization. 1995. *Concepts, Definitions and Classifications for Tourism Statistics: a Technical Manual*, Madrid.
- World Tourism Organization; 2020. *International tourist numbers could fall 60-80% in 2020, UNWTO Reports*. Disponível em: <https://www.unwto.org/news/covid-19-international-tourist-numbers-could-fall-60-80-in-2020>. Acesso em: 02/08/2020.
- World Travel & Tourism Council 2020. *Travel & Tourism: Global Economic Impact & Trends 2020*. Disponível em: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>. Acesso em: 01/08/2020.
- Xiao, H. 2006. Towards a research agenda for knowledge management in tourism. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 3(2): 143-157.
- Xiao, H., & Smith, S. L. 2007. The use of tourism knowledge: Research propositions. *Annals of Tourism Research*, 34(2): 310-331.
- Xiao, H., Su, D., & Li, M. 2010. Diffusion of Knowledge Across Linguistic Communities: The Case of Using “Foreign” Sources for Tourism Research in China. *Journal of China Tourism Research*, 6(4): 326-342.
- Yang, J. T. 2009. Individual attitudes to learning and sharing individual and organisational knowledge in the hospitality industry. *The Service Industries Journal*, 29(12): 1723-1743.

- Yang, J. T. 2010. Antecedents and consequences of knowledge sharing in international tourist hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1): 42-52.
- Yang, J. T., & Wan, C. S. 2004. Advancing organizational effectiveness and knowledge management implementation. *Tourism Management*, 25(5): 593-601.
- Yeh, C., Hu, H., & Tsai, S. 2011. A conceptual model of knowledge sharing and market orientation in the tourism sector. *American Journal of Applied Sciences*, 8(4): 343-347.
- Yiu, M., & Law, R. 2014. Review and application of knowledge management and knowledge sharing in tourism. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 19(7): 737-759.
- Yiu, M., & Law, R. 2016. Technological impacts on knowledge sharing: A case study of three travel agencies in Hong Kong. *Tourism Recreation Research*, 41(1): 2-15.
- Yuan, D., Lin, Z., & Zhuo, R. 2016. What drives consumer knowledge sharing in online travel communities? Personal attributes or e-service factors? *Computers in Human Behavior*, 63: 68-74.
- Yun, D. 2004. Knowledge management in hospitality and tourism. *Annals of Tourism Research*, 31(4): 1063-1065.
- Zehrer, A. 2011. Knowledge management in tourism - the application of Grant's knowledge management model to Austrian tourism organizations. *Tourism Review*, 66(3): 50-64.
- Zehrer, A., & Pechlaner, H. 2006. Response Quality of E-Mail Inquiries - A Driver for Knowledge Management in the Tourism Organization? *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 7(1-2): 53-73.
- Zheng, Q., Xu, A., & Kong, D. 2017. Environmental education, knowledge management and professional performance in eco-tourism: the impact relatedness. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13: 4679-4687.

*Recibido:* 02/08/2020  
*Reenviado:* 26/02/2021  
*Aceptado:* 22/06/2021  
*Sometido a evaluación por pares anónimos*