

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES E A EXPERIÊNCIA DOS TURISTAS: REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA EM PERIÓDICOS BRASILEIROS

Smart Tourism Destinations and Tourists Experience: A
Systematic Review of the Literature in Brazilian Journals

RALYSON SOARES¹, MARILIA FERREIRA PAES-CESARIO² & MARIA VALERIA P. DE ARAUJO³

DOI: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p746>

RESUMO

Com notável maior utilização e acesso à computação em nuvem, realidade virtual e aumentada, tecnologias móveis e adoção de mídias sociais; o conceito de inteligência tem sido mais explorado, expandindo-se de objetos para cenários mais amplos como cidades; tudo isso, através da integração da tecnologia da comunicação e informação com a infra-estrutura física. Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) são localidades que utilizam a base de cidades inteligentes para apoiar a mobilidade, hospedagem, alimentação e entretenimento, com o objetivo de proporcionar uma melhor experiência aos turistas. Nesse contexto, o principal objetivo deste artigo é revisar sistematicamente as publicações científicas brasileiras, buscando identificar como tem sido estudada a relação entre os DTIs e a experiência do turista. Dentro da metodologia escolhida, foi feita uma adaptação do modelo de Costa e Zoltowski (2014). A lista de periódicos científicos brasileiros desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade de São Paulo (USP) foi considerada como critério de escolha da base de dados. Após a seleção dos artigos, os dados foram extraídos usando uma planilha do Google para construir o corpus de análise para posterior processamento no software Iramuteq. Com base nos dados obtidos, a análise dos resultados mostrou que, embora haja uma nítida evolução das pesquisas em DTI e experiência do turista, os destinos estudados ainda estão em processo de se tornar um DTI, com fatores favoráveis e elementos em desenvolvimento para alcançar o nível de inteligência do destino. Com os achados da pesquisa, foi feita uma análise baseada em algumas dimensões, tais como Dimensão de Experiência, Dimensão de Gestão e Desenvolvimento e Dimensão Metodológica, para entender como estão indo os estudos dessas temáticas.

PALAVRAS-CHAVE

Turismo Inteligente; Destinos Turísticos Inteligentes; Experiência do Turista; Tecnologias da Informação e Comunicação; Periódicos Brasileiros.

ABSTRACT

¹ **Ralyson Soares** – Bacharel. Mestrando no Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/7813500720549292>. E-mail: ralyson.soares.087@ufrn.edu.br. Bolsista Capes.

² **Marília Ferreira Paes-Cesário** – Mestre. Doutoranda no Programa de Pós-Graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/8187741098920583> E-mail: marilia.cesario@gmail.com

³ **Maria Valéria Pereira de Araújo** – Doutora. Professora na Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal, RN, Brasil. Currículo: <http://lattes.cnpq.br/9227834040889428>. E-mail: valeriaraujofrn@gmail.com

With notable greater use of and access to cloud computing, virtual and augmented reality, mobile technologies, and social media adoption; the concept of intelligence has been more explored, expanding from objects to broader scenarios such as cities; all this, through the integration of communication and information technology with physical infrastructure. Smart Tourism Destinations (DTI) are locations that use the base of smart cities to support mobility, accommodation, food and entertainment, aiming to provide a better experience to tourists. In this context, the main objective of this article is to systematically review Brazilian scientific publications, seeking to identify how the relationship between DTIs and tourist experience has been studied. Within the chosen methodology, an adaptation of Costa and Zoltowski's (2014) model was made. The list of Brazilian scientific journals developed by the Graduate Program in Tourism at Universidade de São Paulo (USP) was considered as criterion for choosing the database. After selecting the papers, data were extracted using a Google spreadsheet to build the analysis corpus for further processing on the Iramuteq software. Based on the obtained data, the analysis of the results showed that although there is a clear evolution of research on DTI and tourist experience, the studied destinations are still in the process of becoming a DTI, with favorable factors and elements in development to reach the level of intelligence of the destination. With the research findings, an analysis was made based on some dimensions, such as Experience Dimension, Management and Development Dimension and Methodological Dimension, to understand how the studies of these themes are going.

KEYWORDS

Smart Tourism; Smart Tourism Destinations; Tourist Experience; Information and Communication Technology; Brazilian Journals.

727

INTRODUÇÃO

Devido aos avanços tecnológicos dos últimos anos, cada vez mais o uso das tecnologias de informação e comunicação [TICs] tem sido incorporado às atividades e rotinas diárias da maioria das pessoas, o que tem levado a um maior acesso às informações, gerando um maior suporte às suas decisões. E com a atividade turística não está sendo diferente, a tecnologia [e seu rápido desenvolvimento] vem surgindo como uma das principais megatendências e forças motrizes para moldar o futuro através de mudanças que irão impactar a forma como a cadeia produtiva do turismo e hospitalidade interagem com os viajantes (Yallop & Seraphin, 2020). Para Xiang e Fesenmaier (2017), os avanços recentes e as novas ferramentas tecnológicas, tais como a computação em nuvem, a realidade virtual e aumentada, as tecnologias móveis e a adoção massiva das mídias sociais para diversos fins, foram responsáveis por impulsionar o aparecimento da inteligência no turismo. E, desta maneira, emerge o conceito <Smart Cities> [Cidades Inteligentes] e, posteriormente, o conceito <Smart Tourism Destinations> [Destinos Turísticos Inteligentes].

Então, algo torna-se <smart> quando há a integração de tecnologias que permitam a sensorização, processamento de dados, compartilhamento de informações, raciocínio e atuação no meio que a integram (Dawid, Decker, Hermann, Jahnke, Klat, König & Stummer, 2017 como citado em Corrêa, Gosling & Gonçalves, 2019). E assim, ao enxergar o destino turístico sob as lentes do conceito das cidades inteligentes, vê-se surgir o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes [DTI], tudo isso, apoiado nos recursos das TICs que possibilitem acesso à informação e relacionamento nas redes sociais, dentre outras. Desta maneira, um destino turístico se torna inteligente quando cria uma plataforma urbana de turismo, interligando a cadeia produtiva da atividade turística, coletando e trocando informações úteis ao enriquecimento das experiências de turismo em tempo real (Corrêa et al., 2019).

Desta maneira, a partir da década de 1990, com um maior aumento do uso e aceitação tecnológica e, posteriormente, com o surgimento e uso inteligente dos recursos das cidades e dos destinos turísticos, foi possível visualizar em paralelo, alterações no comportamento do consumidor, levando à formação de um turista que agora é melhor informado, capacitado, que deseja obter experiências mais personalizadas e melhor projetadas (Buhalis & Foerste, 2015; Femenia-Serra, Neuhofer & Ivars-Baidal, 2019) e que, atualmente, além de ter acesso a muitas informações, gerando paralelamente outros dados para as localidades, passam a ter uma experiência diferenciada. Essa experiência turística transforma-se e passa a ser algo mais complexo, que envolve muitas especificidades e que precisa ser bem compreendida para ser melhor ofertada aos turistas, que hoje buscam muito mais do que a simples visita a uma localidade. Para Zhang e Walsh (2020), embora haja várias definições para <experiência turística>, os pesquisadores chegam ao consenso de que se trata de um conceito subjetivo e pessoal. Consequentemente, só pode ser explicado e compreendido ao considerar os indivíduos envolvidos e os ambientes específicos nos quais ocorram tais experiências.

O importante é tentar oferecer ao turista uma visita inesquecível, mas para isso acontecer é essencial inovar o destino, para fazê-lo atraente e capaz de gerar emoções (Liberato, Alen & Liberato, 2017). E assim, é preciso entender a importância da preparação para proporcionar a experiência turística. Acredita-se que com as inovações e recursos tecnológicos existentes atualmente, torna-se mais viável o planejamento, estruturação e manutenção de destinações preparadas para tentar oferecer essa experiência mais personalizada e que possa tornar-se inesquecível. Nesta perspectiva, pretende-se responder a seguinte questão: Como é discutida

na literatura brasileira existente a relação entre os Destinos Turísticos Inteligentes e a maneira como acontece a experiência turística? Para tanto, esse artigo tem como objetivo revisar de forma sistemática as publicações científicas brasileiras, buscando identificar através dos artigos publicados, como tem sido estudada a relação entre os DTI e a experiência turística.

Desta maneira, acredita-se que este trabalho poderá ajudar a ampliar o conhecimento das novas experiências no turismo e, mais especificamente, quando estas acontecem em Destinos Turísticos Inteligentes, tema que ainda é emergente no país, tanto em escala acadêmica quanto mercadológica. Assim, a contribuição surge quando a partir do conhecimento adquirido sobre a relação entre as experiências dos turistas e os DTI poder-se-á melhor preparar e alinhar a oferta turística das localidades. Torna-se extremamente relevante estudar esse tema, a partir do momento em que o uso da tecnologia já é uma realidade em diversas áreas e no turismo também. Vê-se então, uma real necessidade deste estudo, uma vez que o conhecimento acerca do mesmo precisa ser difundido e melhor analisado. Assim, ao fazer uma revisão sistemática da literatura em periódicos brasileiros de turismo tem-se a intenção de conhecer a produção já realizada e identificar lacunas de estudos que ainda precisam ser preenchidas com pesquisas futuras para que o conhecimento gerado possa viabilizar um melhor planejamento e preparação das destinações.

Para tanto, este estudo inicia como um artigo de reflexão a partir da fundamentação teórica que tratará da conceituação de DTI, dando sequência com o debate sobre a experiência turística e, posteriormente, é apresentada a metodologia, onde será explanado o procedimento adotado para escolha e tratamento da amostra. Por fim, na análise dos resultados são apresentados e discutidos os dados obtidos e as considerações finais acerca da relação dos temas propostos.

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE E A EXPERIÊNCIA DO TURISTA

Para entender melhor a proposta deste estudo, faz-se necessário detalhar de maneira mais profunda os principais conceitos para os quais pretende-se analisar a interação, quando da realização da atividade turística, tentando compreender essa relação e o que muda na experiência turística. Acredita-se aqui, que o viés fenomenológico do turismo se faz presente, uma vez que de acordo com Horodyski, Manosso e Gândara (2014), uma pesquisa dedicada a investigar as experiências humanas requer uma abordagem qualitativa e fenomenológica como forma de alcançar as visões de mundo, sentimentos, emoções e lembranças individuais das

viagens turísticas. Ainda, para esses autores o turismo deve ser entendido como um fenômeno porque é o estudo de uma ação humana, de valor subjetivo, por meio do qual se vivenciam inúmeras experiências. Assim, uma vez que o problema de pesquisa traz dois importantes constructos que estão intrinsecamente ligados à maneira como a atividade turística é vivenciada atualmente, faz-se necessário compreender e detalhar melhor ambos.

O conceito de DTI surge a partir do contexto das cidades inteligentes, que utilizam das tecnologias para ofertar benefícios aos residentes (Pinto, 2018; Lima, Mendes Filho, Corrêa & Mayer, 2021), e assim, ser inteligente na atividade turística é integrar conceitos sobre inovação, governança, economia e desenvolvimento social, alimentados pelas TICs, que promovem conectividade e intercâmbio de informações, tendo como foco principal a melhoria da experiência do turista (Gretzel, Sigala, Xiang & Koo, 2015; Lima et al., 2021). E, assim, devem reunir informações sobre as necessidades desses e suas preferências, através de plataformas tecnológicas (Wang, Xie, Huang & Morrison, 2020) aproveitando-se, da melhor maneira possível, de todos esses recursos. Dessa maneira, Mendes Filho, Silva e Silva (2019), trazem que o conceito de DTI alicerça-se no uso das TICs como elemento norteador para tomada de decisão e que contribuem assim para co-criar interação entre os atores que formam a cadeia produtiva do turismo. Assim, utilizando-a da forma correta e estrategicamente, a tecnologia torna-se fonte de inovação e vantagem competitiva, através do engajamento e interação entre destino e turista, modificando a experiência turística.

Por outro lado, para Gretzel, Ham e Koo (2018) os destinos inteligentes são “áreas geográficas de valor turístico nas quais uma variedade de tecnologias inteligentes é implementada para orquestrar e apoiar a criação de valor e o intercâmbio entre os vários atores dentro do sistema de turismo” (p. 200). De onde pode-se perceber que essa criação de valor vai impactar diretamente na experiência turística realizada nessas localidades. Uma outra importante definição é a da Sociedade Estadual de Gestão da Inovação e Tecnologias Turísticas [SEGITTUR], que diz que um DTI pode ser compreendido como um espaço turístico inovador e acessível a todos, integrado nas mais avançadas infraestruturas tecnológicas, para garantir o desenvolvimento sustentável do território, promover a interação e integração do turista com o meio ambiente, e melhorar a qualidade da experiência dos seus destinos e a qualidade de vida dos residentes (SEGITTUR, 2015 como citado em Gomes, Gândara & Ivars-Baidal, 2017). Embora valha à pena ressaltar que essa definição será sempre a intenção principal, e que para alcançá-

la é preciso muito ajuste e trabalho das gestões e cadeia produtiva do turismo. Os autores citados complementam argumentando que o DTI é impulsionado pelo setor de turismo nas esferas público e privada, e diferente da cidade inteligente, o foco do DTI são os turistas e não os residentes, porém estes também se beneficiam uma vez que também fazem uso da infraestrutura ofertada.

Corroborando com este pensamento, Pinto (2018) disserta que o DTI nasce de uma cidade inteligente, porque ele também se beneficia do aperfeiçoamento na mobilidade urbana, no trânsito, nas vias públicas, na administração de recursos ambientais, na gestão de dados coletados, viabilizados a partir da cidade inteligente. Porém, diferente desta, o DTI que tem foco no turista, e assim, não segue a limitação geográfica, pode ser uma rota turística, uma região ou até mesmo um bairro. A interação entre a destinação e o turista é facilitada pelos meios digitais e começa antes mesmo da chegada ao destino, continua durante sua estada e estende-se até o retorno para casa, via interações e comentários nas plataformas digitais. Desta forma, é possível que o DTI preveja as necessidades do perfil dos turistas a partir dos dados gerados por estes em rede e possa assim, tentar oferecer alternativas que melhorem a experiência vivenciada no destino, como oferta de mapas, roteiros, dicas de atrações e restaurantes (Gretzel, Werthner, Koo & Lamsfus, 2015).

De acordo com o que foi citado, Lima et. al, (2021) ainda afirmam que os dados gerados pelos turistas durante a viagem são pertinentes para que todos os atores possam avaliar e reavaliar a oferta de produtos e serviços para tomar decisões apoiadas nos dados coletados, aumentando a satisfação do visitante e assim transformando o modelo tradicional de gestão turística em destinos inteligentes. Segundo Rong (2012) como citado em Buhalis e Amaranggana (2013), a ação prioritária de um DTI é aprimorar a experiência de viagem dos turistas, para possibilitar uma plataforma inteligente que possa compartilhar informações do destino e integrar os atores micro e macro da atividade, objetivando garantir que o benefício da atividade seja compartilhado com a sociedade local. Assim, o verdadeiro sentido de um DTI é tomar como base o uso das TICs e focar nas necessidades dos turistas para promover a melhoria da gestão do destino e da qualidade dos serviços prestados, visando proporcionar estruturas turísticas por meio do uso de recursos e tecnologias inovadoras (Huang, Yuan & Shi, 2012; Sebrae, 2016).

Neste sentido, a transformação de um destino turístico em DTI requer integração de todos os atores que fazem parte da cadeia produtiva, como também a integração e parceria dos setores

públicos e privados, que possibilitem gerar benefícios que sustentem e tornem o destino mais competitivo, com recursos inovadores, que atraiam os turistas que são peças fundamentais e participam ativamente na criação de informação a partir do consumo e compartilhamento de dados, uma vez que no DTI a experiência é eficiente e rica em significado (Gretzel et al., 2015). E assim, para Cruz e Gândara (2016), a interação entre informação e comunicação sob o âmbito tecnológico tem favorecido experiências turísticas únicas que podem não apenas serem mais bem planejadas, como também serem medidas em diferentes níveis. Ou seja, pode-se perceber que falar sobre a importância da experiência do turista é falar sobre o ponto mais central da indústria do turismo e da hotelaria (Pizam, 2010).

Abordando o contexto da experiência, se faz mister ressaltar que já há algum tempo, Pine e Gilmore (1999) chamaram de Economia da Experiência a forma de comercialização na qual, o consumidor não adquire apenas um produto ou serviço, mas, paga para passar algum tempo participando de momentos memoráveis. Os autores mencionam ainda que é preciso acrescentar elementos que aumentem o uso dos sentidos com determinado produto, produzindo sensações e emoções (Pine & Gilmore, 1999). De tão relevante, esses autores são mencionados por muitos outros ao falarem sobre experiência turística, tal como trazem Zhang e Walsh (2020) quando dizem que na pesquisa turística, as experiências são vistas como a totalidade do estado emocional, físico, espiritual e intelectual do ser, quando uma pessoa interage com um evento ou lugar especial.

Portanto, essa experiência proporcionada pelas viagens precisa ser pensada, cuidada e acompanhada da melhor maneira, para que não seja negativa para nenhum dos envolvidos; nem para os turistas, muito menos para os moradores locais. Afinal, de acordo com um dos primeiros autores a analisar e discutir a atividade a partir da percepção do turista, as assimilações expressas no registro ou no olhar deste viajante, revelam muito de sua formação social, para além da dinâmica e o ritmo da vida cotidiana dele e daqueles que ele visita (Urry, 2001). Ou seja, a percepção do que ele vê, independentemente apenas da realidade, estará muito atrelada também às suas experiências e conhecimentos e assim, ele formará seu conceito sobre o destino. Por outro lado, é extremamente importante perceber que, com a evolução tecnológica e da informação - originadas ainda na década de 1990, quando da introdução dessas novas tecnologias (Angelidou, 2015), as consequentes alterações no comportamento do consumidor são muito visíveis e as destinações não podem ignorar a necessidade de compreender melhor o

perfil dos seus visitantes e atender às suas novas necessidades.

É nesse contexto que encontra-se sentido analisar a experiência dos turistas nas localidades e buscar saber até mesmo como esse turista tem se relacionado com as mudanças já existentes. Corroborando com essa ideia, Liberato et al., (2017) afirmam que o turista de hoje quer ser surpreendido pelo desconhecido do destino e quer informações sobre o que fazer, o que visitar e como chegar a um lugar usando essas novas tecnologias. Desta maneira, com o apoio da internet e da tecnologia de Internet móvel, o turismo inteligente está gradualmente mudando padrões de viagem, afetando profundamente a experiência dos turistas e as facilidades e comodidades que eles exigem (Neuhofer, Buhalis & Ladkin, 2013). Quanto à gestão da atividade, a tecnologia de informação e comunicação dá suporte para que se compreenda toda uma linha de estrutura da formatação na escolha do Destino Turístico pelo turista que vai desde a inspiração, a busca preliminar da informação, comparação, o ato de decidir, o planejamento da viagem, a comunicação, o comprometimento, a coleta de informações até a partilha das experiências de viagem (Neuhofer et al., 2013).

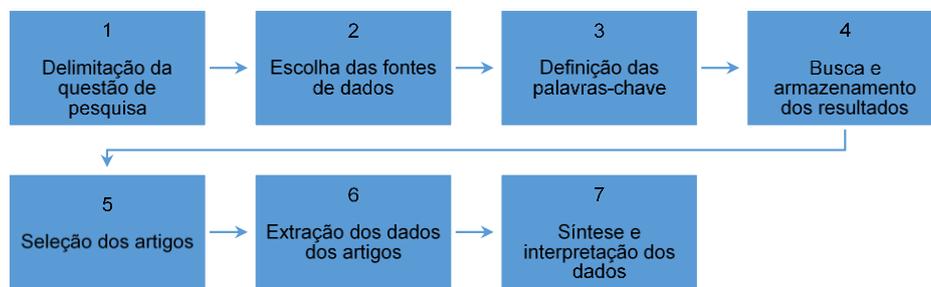
Muitas vezes, as cidades inteligentes são vistas como áreas urbanas fazendo o uso inteligente de mídias sociais, big data, inteligência artificial [IA], computação em nuvem, Internet das Coisas (IoT), comunicações móveis, e outras tecnologias (Wang et al., 2020) e é esse uso que a atividade turística precisa fazer para garantir o melhor rendimento desse encontro entre visitantes, visitados e espaço urbano, tudo isso, inserido agora, em um novo contexto tecnológico, proporcionando assim, uma experiência diferenciada.

METODOLOGIA

Visando atender o objetivo deste estudo, desenvolveu-se uma pesquisa de caráter exploratório, com abordagem qualitativa. A pesquisa exploratória é desenvolvida com a intenção de proporcionar uma visão geral acerca de determinado fato e é realizada especialmente quando o tema escolhido é pouco explorado (Gil, 2008). A partir da pesquisa exploratória foi feito o levantamento dos estudos referentes às temáticas e analisados os constructos <Destinos Turísticos Inteligentes> e <Experiência Turística>, e assim, as informações obtidas foram tratadas de forma qualitativa, utilizando a técnica de análise de conteúdo. Outra questão importante é que foram trabalhadas algumas dimensões específicas, que surgiram a partir das análises processadas pelo software Iramuteq, sendo elas: Dimensão Experiência, Dimensão

Gestão e Desenvolvimento e Dimensão Metodológica para entender como andam os estudos dessas temáticas. Para identificar se houve evolução e compreender os estudos sobre Destinos Turísticos Inteligentes, na perspectiva da experiência do turista, foi realizada essa revisão sistemática da literatura por meio da identificação de artigos nacionais publicados em periódicos de turismo que apresentassem o cenário do tema ao longo dos últimos anos. O procedimento adotado para a realização da revisão sistemática baseou-se na adaptação do modelo de Costa e Zoltowski (2014), sendo definido em sete etapas, as quais são seguidas nesta revisão, conforme ilustrado na Figura 1.

Figura 1. Etapas da Revisão Sistemática



Fonte: Adaptado de Costa e Zoltowski (2014).

Segundo Costa e Zoltowski (2014), a primeira etapa do processo refere-se à definição da questão a ser pesquisada, a qual consiste em: Como é discutida na literatura nacional existente a relação entre os Destinos Turísticos Inteligentes e a maneira como acontece a experiência turística? Na segunda etapa, que trata da escolha da fonte de dados, optou-se então pela lista de periódicos nacionais desenvolvida pelo Programa de Pós-Graduação em Turismo [USP] no âmbito do projeto de extensão Publicações em Turismo, concebido pelo professor Glauber Santos. A lista, no momento da pesquisa, contava com 26 periódicos e sua indicação consta na Tabela 1.

Tabela 1. Listagem de periódicos em turismo

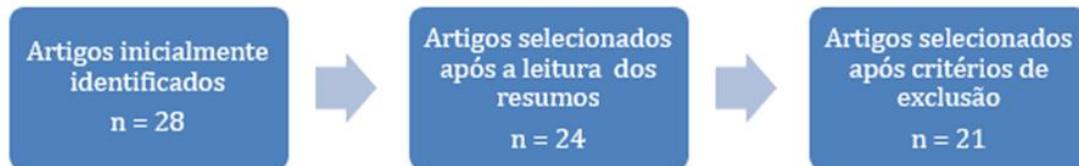
Periódico	Associado
Anais Brasileiros de Estudos Turísticos	UFJF
Applied Tourism	UNIVALI
Ateliê do Turismo	UFMS
Caderno Virtual de Turismo	UFRJ
Cenário	UNB
Cultur - Revista de Cultura e Turismo	UESC
Hospitalidade	UAM-SP

Licere	UFMG
Marketing & Tourism Review	UFMG
Podium Sport, Tourism and Leisure Review	UNINOVE
Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo	UNIGRANRIO
Revista Brasileira de Ecoturismo	UNIFESP
Revista Brasileira de Estudos em Lazer	ANPEL
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	ANPTUR
Revista de Turismo Contemporâneo	UFRN
Revista Eletrônica Ciências da Administração e Turismo	IFSC
Revista Eletrônica de Administração e de Turismo	UFPEL
Revista Iberoamericana de Turismo	UFAL
Revista Latino Americana de Turismologia	UFJF
Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade	UCS
Turismo & Cidades	UFMA
Turismo e Desenvolvimento	Ed. ATOMO
Turismo Estudos e Práticas	UERN
Turismo e Sociedade	UFPR
Turismo em Análise	USP
Turismo Visão e Ação	UNIVALI

Fonte: EACH-USP (2021).

Na terceira etapa foram definidas as palavras-chave utilizadas na busca e assim, optou-se por usar <turismo> combinado com <inteligente>, como também estes termos em inglês <tourism> e <smart> para ampliar o alcance da pesquisa na base dos periódicos. Como critério de inclusão foi definido a escolha dos artigos dos periódicos publicados no período compreendido entre Janeiro de 2016 a Maio de 2021. Essa busca resultou inicialmente em 28 artigos, sendo assim caracterizada como a quarta etapa do processo. Na quinta etapa, foi realizada a leitura dos títulos, palavras-chave e resumos a fim de selecionar aqueles que pareciam se adequar à questão norteadora e excluir aqueles que não tratavam diretamente dos destinos turísticos inteligentes e da experiência do turista. Foram excluídos aqueles artigos que eram caracterizados como revisão bibliográfica e/ou sistemática, o que resultou em 24 artigos e ainda se excluiu os artigos cujo idioma de publicação não era o português [3 artigos]. Desta maneira, dados todos os critérios de exclusão, ao todo, sete artigos da busca inicial foram removidos, assim, a revisão sistemática considerou 21 artigos, tal como demonstrado na Figura 2.

Figura 2. Etapas de seleção dos artigos



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

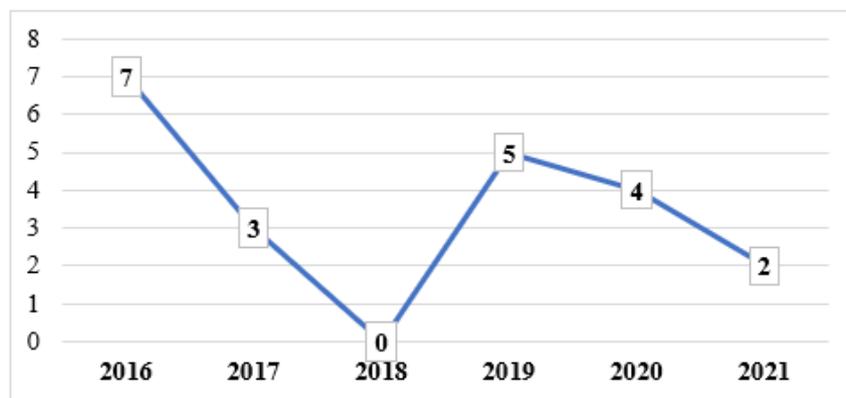
Para realizar a sexta etapa da revisão sistemática e visando construir o *corpus* textual da pesquisa, foi realizada a extração dos dados dos artigos dos periódicos selecionados, através de uma planilha Google com colunas organizadas em categorias de análise, a saber: ano de publicação, periódico, título, resumo, palavras-chave, objetivo e autores. Assim, foi possível realizar a construção do *corpus* de análise em arquivo único do Word para processamento no software Interface de R pour les Analyses Multidimensionnelles de Textes et de Questionnaires – Iramuteq. Logo, o resumo dos 21 artigos selecionados compõe o *corpus* textual desta pesquisa. Esta etapa de organização do *corpus* é essencial para utilização do software, que auxilia nas análises de conteúdo dos artigos encontrados. O software Iramuteq é desenvolvido na linguagem Python utilizando funcionalidades providas pelo software estatístico R para processar suas análises, permitindo fazer análises estatísticas sobre corpus textual, tabelas e palavras (Camargo & Justo, 2013).

Ao final deste processo, na sétima etapa, a tabulação dos dados foi realizada com o auxílio do *software* Iramuteq [versão 0.7 alpha 2] para análise lexicométrica, com a finalidade de sintetizar e interpretar os dados que surgiram a partir das categorias de análise estabelecidas, bem como utilizando-se de planilhas Google para gerar os dados estatísticos de aspectos gerais da pesquisa. Neste sentido, baseado na tabulação dos dados, a análise dos resultados será apresentada por meio de figuras e tabelas comparativas, com a intenção de destacar a evolução das publicações relativas ao tema; a distribuição das publicações entre os periódicos; o ano com maior número de publicações e as palavras-chaves que surgiram com maior frequência.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Com a intenção de atingir o objetivo proposto neste estudo, que era o de revisar de forma sistemática as publicações científicas brasileiras, buscando identificar através dos artigos publicados, como tem sido estudada a relação entre os DTI e a experiência turística, faz-se aqui uma discussão e consequente análise dos resultados obtidos para identificar e compreender as pesquisas sobre DTI, que tiveram também sua ênfase na experiência turística. Desta forma, iniciam-se as análises gerais da caracterização da produção acadêmica identificadas nos artigos, a começar pela Figura 3, que apresenta a evolução das publicações de pesquisas em DTI, no período pesquisado.

Figura 3. Evolução das publicações sobre os temas



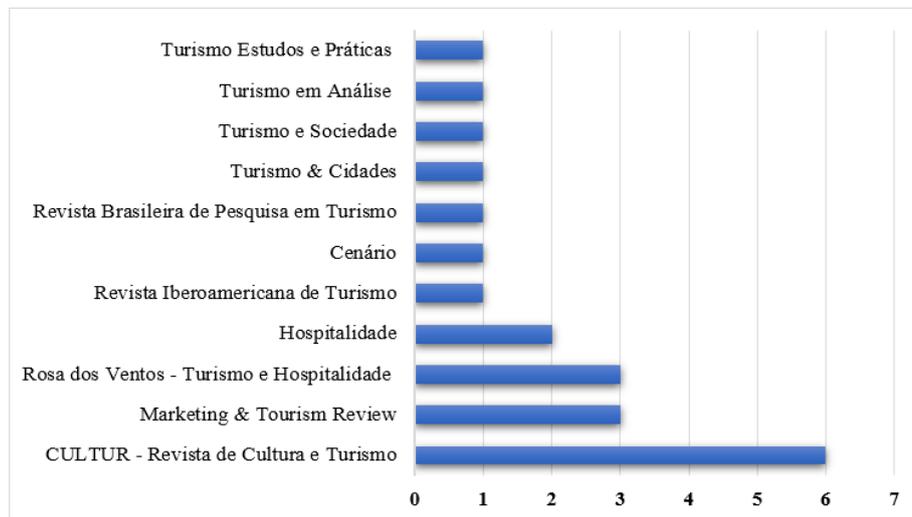
Fonte: Dados da pesquisa (2021).

Analisando o gráfico de evolução das publicações, pode-se afirmar que 2016 foi o ano de maior publicação na temática de DTI em nível nacional, com sete artigos publicados. Foi identificado que neste ano, a *Cultur - Revista de Cultura e Turismo* produziu uma edição especial voltada para esta temática dos destinos turísticos inteligentes, o que pode ter contribuído para esse resultado. Nos anos seguintes sucedeu uma diminuição das publicações, alcançando em 2017 apenas três publicações e em 2018, não foi evidenciada nenhuma publicação nos periódicos consultados. Porém, em 2019 chegou-se a cinco artigos publicados, voltando assim a uma maior contribuição das publicações na temática. Já em 2020, foram identificados quatro artigos, mantendo a média de publicações em relação aos anos anteriores. Contudo, ressalta-se que 2020 foi o ano marcado pelo início das restrições impostas pela pandemia do Covid-19 que, aparentemente, pode ter causado a diminuição das pesquisas empíricas em todas as áreas do

conhecimento, assim como a concentração de estudos envolvendo a temática da pandemia e seus impactos no turismo.

Percebe-se que no primeiro semestre de 2021 a perspectiva é de crescimento, visto que este levantamento considerou apenas as publicações no primeiro semestre deste ano e mesmo assim, já contabilizavam 2 publicações, que é metade do que foi encontrado no ano anterior. Apesar de ainda vivenciar o período pandêmico, as pesquisas já voltaram a ser desenvolvidas, reforçando assim a relevância da temática na produção acadêmica do turismo que os DTI vêm tomando nos últimos anos. Já no que se refere às publicações dessas temáticas divididas por periódicos consultados, o resultado da pesquisa pode ser visto na Figura 4.

Figura 4. Distribuição das publicações nos periódicos



Fonte: Dados da pesquisa (2021).

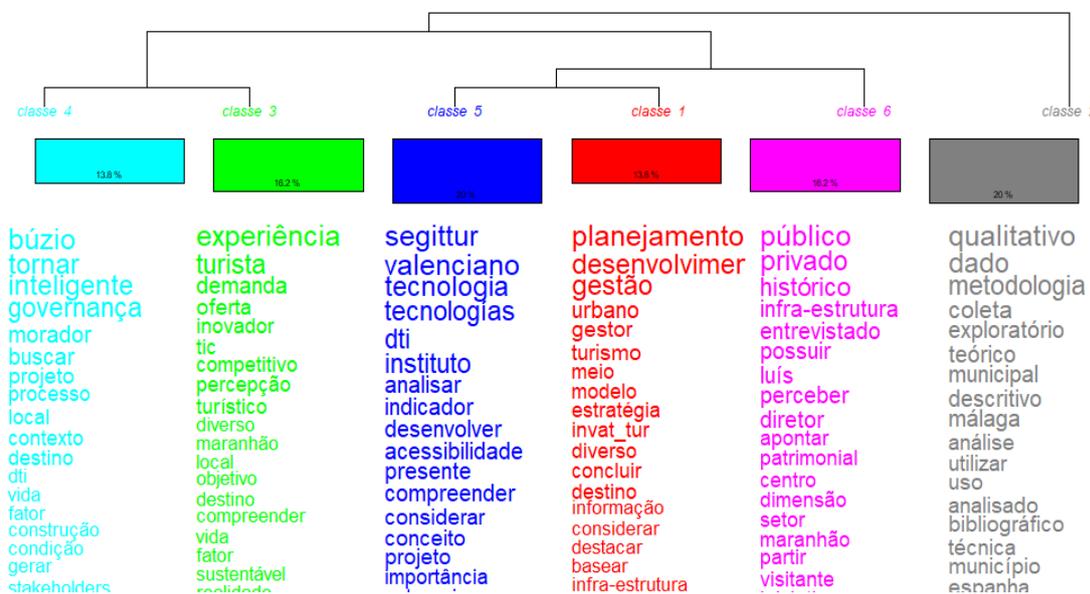
É possível constatar que a concentração de mais da metade (56%) dos artigos publicados nesta temática estão centralizados em 03 periódicos, são eles: CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, com 06 artigos publicados (representando 28%); *Marketing & Tourism Review* e o periódico Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, ambos com 03 publicações (representando 14% cada). As demais publicações, que representam 44%, estão dispersas entre os outros periódicos consultados.

As próximas análises foram baseadas no processamento de conteúdo no Iramuteq, realizado utilizando o corpus geral da pesquisa, constituído pelos 21 textos (resumos dos artigos). Após o processamento do *software*, estes foram separados em 100 segmentos de texto (ST), com

aproveitamento de 80 STs (80%), desta forma, caracterizando o corpus como representativo para se obter inferências acerca do fenômeno estudado, dado que o aproveitamento esperado de segmentos de texto de um corpus seja de, no mínimo, 75% (Camargo & Justo, 2013). Foram apontadas então 3321 ocorrências (palavras, formas ou vocabulários), sendo 992 palavras distintas e 592 com uma única ocorrência (hápax).

A Classificação Hierárquica Descendente (CHD) é uma das análises realizadas pelo software, baseada no processamento, a classificação é realizada de acordo com seus respectivos vocabulários, ocorrendo a separação e agrupamento em função das divisões ou interações que foram executadas na classificação dos segmentos de texto do corpus. Na classificação, são indicadas as formas ativas (palavras) contidas nos segmentos de textos associados a cada classe. Segundo Camargo e Justo (2013), este método propõe obter as classes de segmentos de textos que apresentam vocabulário e sentido semelhantes entre si, como também vocabulário diferente dos segmentos de texto das classes. A apresentação é realizada em forma de um dendrograma da CHD, conforme a Figura 5.

Figura 5. Dendrograma resultante da Classificação Hierárquica Descendente (CHD)



Fonte: Iramuteq, dados da pesquisa (2021).

O conteúdo analisado pelo *software* foi categorizado em seis classes: Classe 1, com 11 ST (13,75%); Classe 2, com 16 ST (20%); Classe 3, com 13 ST (16,25%); Classe 4, com 11 ST (13,75%);

Classe 5, com 16 ST (20%) e a Classe 6, com 13 ST (16,25%); a distribuição das classes geradas a partir deste processamento consta na Figura 5, já referida.

Visando apresentar a análise das classes, foi realizada a categorização destas em fluxos, de acordo com suas conexões no dendrograma, chegando a formação de três fluxos. Uma vez categorizado os fluxos, estes foram transformados em dimensões de análises. Logo, as análises seguirão a nomenclatura das dimensões que irão caracterizar a produção científica sobre a temática, conforme descrito na Tabela 2.

Tabela 2. Classificação das Classes em Fluxos e Dimensões

Classes	Fluxos	Dimensões
Classe 4	Fluxo 1 - Classe 4 concentra estudos voltados para os elementos do processo de se tornar um DTI, assim como fatores de governança e experiência do morador; Classe 3 engloba os estudos voltados para a perspectiva da experiência do visitante e desenvolvimento da competitividade do destino através da inovação.	Dimensão Experiência
Classe 3		
Classe 5	Fluxo 2 - Classes 5 e 1 concentram os estudos que exploram os modelos e os pilares de DTI, enquanto a Classe 6 versa sobre os níveis de estrutura dos DTI, como a governança.	Dimensão Gestão e Desenvolvimento
Classe 1		
Classe 6		
Classe 2	Fluxo 3 - Métodos, técnicas e abordagens adotadas nas pesquisas.	Dimensão Metodológica

Fonte: Elaborado pelos autores.

A *Dimensão Experiência* compreende as classes 4 e 3 e concentra expressões voltadas para as experiências que o destino turístico, tido como inteligente, pode proporcionar. A experiência do turista é o principal motivador de um DTI, que busca agregar valor e momentos únicos do turista no destino visitado, como forma de criar estratégias de inovação e buscando posicionar competitivamente o destino. Neste sentido, a maior parte das pesquisas engloba a experiência dos turistas, como exemplo das pesquisas de Santos, Souza Neto, Pereira, Gândara e Silva (2016), Santos Júnior, Mendes Filho, Almeida García e Manuel-Simões (2017), Santos, Gândara, Leite e Souza (2019) e Mendes Filho *et al.*, (2019).

Porém, a experiência do morador também é uma temática abordada nas produções acadêmicas, como pode ser observado nas pesquisas de Corrêa e Gosling (2020) e Freitas (2016), bem como o papel da governança na função de engajamento do morador no processo de desenvolvimento dos destinos turísticos em inteligentes, conforme destacado por Bárcia (2020).

As pesquisas se preocupam não apenas em tratar das experiências de DTI em si, mas também em buscar compreender a percepção do turista sobre estas experiências vivenciadas nos

destinos, como pode ser encontrado nas pesquisas de Santos *et al.*, (2019) e Santos e Gândara (2019). É possível afirmar que os destinos estudados ainda estão em processo de se tornar um DTI, pois há fatores favoráveis e elementos em desenvolvimento para alcançar o nível de inteligência do destino.

A *Dimensão Gestão e Desenvolvimento* engloba as ações de planejamento e estruturação dos destinos turísticos inteligentes, baseado nos indicadores que formam os eixos desenvolvidos nos dois modelos espanhóis de DTI mais difundidos atualmente (SEGITTUR e INVAT.TUR). É possível identificar que ambos os modelos são explorados nas pesquisas, como em Santos Júnior *et al.*, (2017), Santos *et al.*, (2019), Santos e Gândara (2019) e Freitas e Mendes Filho (2020) que utilizaram em suas pesquisas o modelo desenvolvido pela Sociedade Estatal para a Gestão da Inovação e das Tecnologias Turísticas da Espanha – SEGITTUR que tem como pilares dos DTI a Governança, Inovação, Tecnologia, Sustentabilidade e Acessibilidade.

Já as pesquisas desenvolvidas por Cruz, Gândara e Silveira (2016), Santos *et al.*; (2016), Lima e Mendes Filho (2021) e Lima *et al.* (2021) utilizaram o modelo do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (INVAT.TUR) que engloba os pilares de Governança, Sustentabilidade, Acessibilidade, Conectividade e Sensorização, Sistema de Inteligência Turística, Informação turística, Marketing *online*, Comercialização e Inovação.

Ainda sobre a *Dimensão Gestão e Desenvolvimento*, o nível de estruturação de um DTI pode ser percebido na Classe 6, que aborda a governança, como um dos pilares do DTI que disserta sobre a necessidade do engajamento público/privado para desenvolvimento do destino inteligente. Pesquisas como Freitas e Mendes Filho (2020) e Corrêa e Gosling (2020) buscaram captar a percepção dos gestores públicos e privados sobre iniciativas de desenvolvimento dos destinos de forma inteligente, e concluem que estes percebem a necessidade de parcerias em ambas esferas para que seja possível o fomento de diretrizes para caminhar rumo à inteligência do destino.

Por fim, a *Dimensão Metodológica* reúne as expressões relacionadas aos aspectos metodológicos utilizados nos estudos, na qual é possível perceber a predominância de pesquisas com abordagem qualitativa, de caráter exploratório e descritivo. Quanto aos métodos mais utilizados foram identificados estudos de casos, conforme encontrado nas pesquisas de Santos Júnior *et al.*, (2017) e Mendes Filho *et al.*, (2019) e ainda entrevistas. Da mesma forma que são

utilizados levantamentos bibliográficos e documentais, como os que foram utilizado por Freitas e Mendes Filho (2020), Santos e Gândara (2019) e Pinto (2018) que realizaram análise documental a partir do Plano Diretor dos destinos investigados, bem como do Plano Estratégico de Turismo das localidades.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo buscou identificar como tem sido discutida na literatura nacional existente, a relação entre os Destinos Turísticos Inteligentes e a maneira como acontece a experiência turística nessas localidades. Para tanto, buscou-se realizar uma revisão sistemática das publicações científicas brasileiras que tinham essas temáticas como foco central das suas pesquisas. Assim, os resultados desse estudo foram informações sobre os anos nos quais aconteceram as maiores publicações sobre o tema em questão, que foi notadamente o ano de 2016, muito provavelmente por uma chamada especial de artigos sobre essa temática de uma das revistas. Já no ano de 2019 vê-se um novo aumento nas pesquisas dessa área e em 2020 a média foi mantida, muito embora as restrições impostas pela Covid-19 já tenham causado uma diminuição das pesquisas empíricas, tendo, contudo, já surgido um aumento no primeiro semestre de 2021.

O estudo observou também que mais da metade dos artigos publicados estavam concentrados em três periódicos, que são a CULTUR – Revista de Cultura e Turismo, a Marketing & Tourism Review e o periódico Rosa dos Ventos. Com o uso do software Iramuteq foi possível constatar as palavras com maior incidência nas pesquisas realizadas, que são: destino; cidade; turístico e DTI, o que corrobora a relação intrínseca entre as cidades inteligentes e o surgimento dos DTI; e de forma um pouco menor, mas ainda assim importante, palavras como governança, infraestrutura, inovação, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade, além de SEGITTUR e INVAT.TUR, que são ambos importantes modelos espanhóis de DTI.

Trazendo a informação sobre a importância da “experiência” dos turistas em todos esses contextos observou-se que essa palavra surge na nuvem e está diretamente relacionada aos destinos inteligentes, como está em Buhalis e Amaranggana (2013) quando dizem que esses destinos aprimoram as experiências de viagens dos turistas, bem como impactam positivamente a vida dos residentes.

Posteriormente, foi feita uma importante análise através da Classificação Hierárquica Descendente (CHD) com auxílio do software Iramuteq, de acordo com os respectivos vocabulários, com separações e agrupamentos dos segmentos de texto do corpus. Então, visando apresentar a análise das classes, foi realizada a categorização destas em três fluxos que foram transformados nas seguintes dimensões de análises: Dimensão Experiência, Dimensão Gestão e Desenvolvimento e Dimensão Metodológica. E por fim, essas dimensões são analisadas de acordo com os pontos que cada uma aborda nos artigos encontrados.

Desta forma, com essa revisão sistemática foi possível analisar de que maneira é discutida na literatura nacional existente a relação entre os Destinos Turísticos Inteligentes e como está a percepção sobre a experiência turística nestas localidades. Acredita-se assim, que a principal contribuição desta pesquisa está em fazer essa análise em nível das publicações nacionais, para entender e demonstrar como os pesquisadores do Brasil têm abordado esses temas nos últimos anos e contribuir para a gestão dos DTI que vêm surgindo, gradativamente, no país. Assim, este estudo poderá contribuir para ampliar o conhecimento das experiências existentes no turismo e mais especificamente quando estas acontecem nos Destinos Turísticos Inteligentes do Brasil.

O tema da experiência já vem sendo mais pesquisado nos últimos anos, mas ainda, segundo Zhang e Walsh (2020), embora esse conceito tenha assumido um importante papel na análise do turismo, as pesquisas sobre como ocorrem de fato tais experiências não foram feitas em grande profundidade. E aliando-se a isso o crescimento das possibilidades das destinações tornarem-se inteligentes, acredita-se que é uma associação de estudos que necessitará cada vez mais de uma observação atenta em futuros estudos, para que a cadeia produtiva das localidades consiga implementar ações relevantes para conduzir da melhor maneira possível, para o turista e para o morador, a gestão da atividade turística.

No tocante à limitação da pesquisa, este estudo concentrou-se em artigos publicados em periódicos nacionais, excluindo a literatura internacional, bem como teses e dissertações. Sugere-se que estudos futuros ampliem a amostra para incluir publicações internacionais, bem como teses e dissertações. Outrossim, que possa ser realizada uma pesquisa de abordagem quantitativa, para comparação dos resultados com este estudo.

REFERÊNCIAS

Soares, R., Paes-Cesário, M. F., & De Araújo, M. V. P. (2022). Destinos turísticos inteligentes e a experiência dos turistas: revisão sistemática da literatura em periódicos brasileiros. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 726-746.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p746>

- Angelidou, M. (2015). Smart cities: A conjuncture of four forces. *Cities*, 47, 95–106. [Link](#)
- Bárcia, L. C. (2020). Governança turística da cidade de Búzios: um estudo sobre um potencial destino turístico inteligente. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 10(1), 172-201. [Link](#)
- Buhalis D., Amaranggana A. (2013) Smart Tourism Destinations. In: Xiang Z., Tussyadiah I. (eds) *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. Springer, Cham. [Link](#)
- Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). Socomo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151–161. [Link](#)
- Camargo B. V., & Justo, A. M. (2013). *Tutorial para uso do software de análise textual IRAMUTEQ*. Universidade Federal de Santa Catarina [Internet]. [Link](#)
- Corrêa, S. C. H., & Gosling, M. S. (2020). Destinos turísticos inteligentes na avaliação de pesquisadores e de profissionais do turismo nos setores público e privado. *Revista Hospitalidade*, 17(2), 71-94. [Link](#)
- Corrêa, S. C. H, Gosling, M. S., & Gonçalves, C. A. (2019). Destinos turísticos inteligentes: um estudo bibliométrico. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 9(1), 40-61. [Link](#)
- Costa, A. B., & Zoltowski, A. P. C. (2014). *Como escrever um artigo de revisão sistemática*. In: S. H. Koller, M. C. P. P. Couto, & J. V. Hohendorff (Eds.), *Manual de produção científica* (pp. 55–70). [Link](#)
- Cruz, M. M., & Gândara, J. M. (2016). Indicadores para monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 4-22. [Link](#)
- Cruz, M. M., Gândara, J. M., & Silveira, C. E. (2016). Construção de um modelo de avaliação para o planejamento, gestão e controle de destinos turísticos inteligentes urbanos com base no caso de Curitiba. *Cultur: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 97-102. [Link](#)
- Femenia-Serra, F., Neuhofer, B. & Ivars-Baidal, Josep A. (2019) Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. *The Service Industries Journal*, 39(2), 109-133. [Link](#)
- Freitas, J. A. (2016). Búzios, cidade inteligente ou destino inteligente?. *CULTUR: Revista de Cultura e Turismo*, 10(2), 63-68. [Link](#)
- Freitas, H. B. B., & Mendes Filho, L. (2020). Iniciativas de destinos turísticos inteligentes na cidade de Natal-RN: Uma abordagem qualitativa. *Rosa dos Ventos*, 12(4), 997-1016. [Link](#)
- Gil, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6. Ed. São Paulo: Atlas. [Link](#)
- Gomes, E. L., Gândara, J. M., & Ivars-Baidal, J. A. (2017). É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do Estado do Paraná. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 503-536. [Link](#)

Soares, R., Paes-Cesário, M. F., & De Araújo, M. V. P. (2022). Destinos turísticos inteligentes e a experiência dos turistas: revisão sistemática da literatura em periódicos brasileiros. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 726-746.

<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p746>

- Gretzel U., Ham J., Koo C. (2018) Creating the City Destination of the Future: The Case of Smart Seoul. In: Wang Y., Shakeela A., Kwek A., Khoo-Lattimore C. (eds), *Managing Asian Destinations. Perspectives on Asian Tourism*. Springer, Singapore. [Link](#)
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188. [Link](#)
- Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C. & Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563. [Link](#)
- Horodyski, G. S., Manosso, F. C., & Gândara, J. M. G. (2014). A pesquisa narrativa na investigação das experiências turísticas relacionadas ao consumo de souvenirs: uma abordagem fenomenológica. *Revista Turismo em Análise*, 25(1), 203-230. [Link](#)
- Huang, X.-k., Yuan, J.-z., & Shi, M.-y. (2012). *Condition and key issues analysis on the smarter tourism construction in China*. In: *Multimedia and signal processing* (pp. 444–450). Springer Berlin Heidelberg. [Link](#)
- Liberato, P., Alen, E. & Liberato, D. (2018). Smart tourism destination triggers consumer experience: the case of Porto. *European Journal of Management and Business Economics*, 27(1), 6-25. [Link](#)
- Lima, D., & Mendes Filho, L.. (2021). Modelo INVAT.TUR: Indicadores relevantes para gestão de um destino turístico inteligente. *Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, 9(2), 150–170. [Link](#)
- Lima, D. S. de M., Mendes Filho, L., Corrêa, C., & Mayer, V. F. (2021). Análise da cidade de Natal/RN como Destino Turístico Inteligente a partir do modelo INVAT.TUR. *Marketing & Tourism Review*, 6(1). [Link](#)
- Mendes Filho, L., Silva, J. C., & Silva, D. S. (2019). Percepções e perspectivas de destino turístico inteligente: um estudo de caso com a secretaria municipal de turismo em Natal/RN. *Revista Turismo: estudos e práticas*, 8(1). [Link](#)
- Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2013). Co-creation Through Technology: Dimensions of Social Connectedness. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 339–352. [Link](#)
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business School Press, Boston.
- Pinto, M. J. A. (2018). Destinos turísticos inteligentes: o caso de Curitiba/PR (Brasil). *Turismo e Sociedade*, 10(3). [Link](#)
- Pizam, A. (2010). Creating memorable experiences. *International Journal of Hospitality Management*, 29(3), 343. [Link](#)

Soares, R., Paes-Cesário, M. F., & De Araújo, M. V. P. (2022). Destinos turísticos inteligentes e a experiência dos turistas: revisão sistemática da literatura em periódicos brasileiros. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 14(3), 726-746.
<http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v14i3p746>

- Santos, S. R., & Gândara, J. M. G. (2019). Experiência Turística em Destino Histórico no Nordeste Brasileiro sob o Viés de Destino Turístico Inteligente. *Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 11(2). [Link](#)
- Santos, S. R., Gândara, J. M. G., Leite, A. R. L., & de Souza, A. G. (2019). Destino turístico inteligente e a experiência turística: caso de um destino patrimônio cultural da humanidade na região Nordeste do Brasil. *Marketing & Tourism Review*, 4(2). [Link](#)
- Santos, S. R., Souza Neto, V. R., Pereira, L. R. S., Gândara, J. M. G., & Silva, S. R. X. (2016). Destino turístico inteligente: acessibilidade no centro histórico de São Luís–Maranhão, um estudo sobre a reputação online no TripAdvisor. *Marketing & Tourism Review*, 1(2). [Link](#)
- Santos Júnior, A., Mendes Filho, L., Almeida García, F., & Manuel-Simões, J. (2017). Smart tourism destinations: um estudo baseado na visão dos stakeholders. *Revista Turismo em Análise*, 28(3), 358-379. [Link](#)
- Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas – SEBRAE. (2016). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Tecnologias de informação e desenvolvimento sustentável. [Link](#)
- Urry, J. (2001). *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. Sesc. Studio Nobel.
- Wang, J., Xie, C., Huang, Q., & Morrison, A. M. (2020). Smart tourism destination experiences: The mediating impact of arousal levels. *Tourism Management Perspectives*, 35, 1-11. [Link](#)
- Xiang Z., Fesenmaier D.R. (2017) Big Data Analytics, Tourism Design and Smart Tourism. In: Xiang Z., Fesenmaier D. (eds) *Analytics in Smart Tourism Design: Tourism on the Verge*. Springer, Cham. [Link](#)
- Yallop, A., & Seraphin, H. (2020). Big data and analytics in tourism and hospitality: opportunities and risks. *Journal of Tourism Futures*, 6(3), 257-262. [Link](#)
- Zhang, J., & Walsh, J. (2020). Tourist experience, tourist motivation and destination loyalty for historic and cultural tourists. *Pertanika Journal of Social Science & Humanities*, 28(4), 3277-3296. [Link](#)

Agradecimentos

O presente trabalho foi realizado com apoio da CAPES - Código de Financiamento 001.