

Destinos turísticos inteligentes na avaliação de pesquisadores e de profissionais do turismo nos setores público e privado

Smart tourism destinations in the evaluation of researchers and tourism professionals in the public and private sectors

Destinos turísticos inteligentes en la evaluación de investigadores y profesionales del turismo en los sectores público y privado

Stela Cristina Hott Corrêa¹
Marlusa de Sevilha Gosling²

Resumo: Este estudo objetiva desenvolver uma teoria substantiva acerca das dimensões formadoras do destino turístico inteligente (DTI) e suas consequências sobre o comportamento dos viajantes segundo a avaliação de pesquisadores e de profissionais ligados ao turismo nos setores público e privado. A *Grounded Theory* foi empregada no processo de pesquisa fazendo emergir dos dados uma proposição teórica que relaciona as dimensões do DTI às suas consequências. Concebe-se que diante da confiança, segurança e independência proporcionada pelo DTI, o turista experimenta bem-estar e experiências imersivas bem próximas do cotidiano do morador, fazendo descobertas que podem levar à sua transformação pessoal e ao seu comprometimento com o destino. Além disso, suas avaliações, resenhas e demandas on-line constituem material para personalização da sua experiência turística em tempo real. A pesquisa avançou ao destacar a relevância do DTI para o viajante com deficiência, e ao detalhar o papel da governança na integração dos stakeholders do destino, gerenciamento da informação, engajando do morador na oferta de experiências inteligentes, dentro de um contexto desburocratizado e com leis atualizadas. Os negócios inteligentes também foram apontados como imprescindíveis à formação dos DTIs.

Palavras-Chave: Destinos turísticos inteligentes, Experiências turísticas inteligentes, *Grounded theory*, codificação teórica.

Abstract: In order to understand the smart tourism destination (STD) this research aims to develop a substantive theory about the formative dimensions of STD and its consequences on the behavior of travelers according to the evaluation of researchers and tourism professionals in the public and private sectors. Grounded Theory was employed in the research process. The resulting theoretical proposition of the research relates the dimensions of DTI to its consequences. Given the trust, security and independence provided by the DTI, the tourist experiences well-being and immersive experiences very close to the daily life of the resident, making discoveries that can lead him to personal transformation and commitment to the destination. Plus, online assessments, reviews, and demands are material for personalizing real-time tourist services. The research has advanced by highlighting the relevance of DTI for travelers with disabilities, and by detailing the role of governance in integrating destination stakeholders, managing information, engaging residents in the provision of intelligent experiences, within context without bureaucracy and outdated laws. Smart businesses were also pointed out as essential to the formation of DTIs.

Key words: Smart tourism destination, Smart tourism experiences, Grounded theory, Theoretical coding.

Resumen: Este estudio tiene como objetivo desarrollar una teoría sustantiva sobre las dimensiones formativas del destino turístico inteligente (DTI) y sus consecuencias sobre el comportamiento de los viajeros de acuerdo con la

¹ Professora da Universidade Federal de Juiz de Fora/Campus Governador Valadares. Doutoranda em Administração com ênfase em Marketing e Turismo CEPEAD/FACE/UFMG. ORCID: 0000-0003-2695-2096. E-mail: stelachc@gmail.com.

² Professora Universidade Federal de Minas Gerais . ORCID: 0000-0002-7674-2866. E-mail: mg.ufmg@gmail.com.

evaluación de los investigadores y profesionales del turismo en los sectores público y privado. La teoría fundamentada se empleó en el proceso de investigación. La proposición teórica resultante relaciona las dimensiones DTI con sus consecuencias. Dada la confianza, seguridad e independencia que brinda el DTI, el turista experimenta bienestar y experiencias inmersivas muy cercanas a la vida diaria del residente, haciendo descubrimientos que pueden conducir a su transformación personal y su compromiso con el destino. Además, sus evaluaciones, revisiones y demandas on-line son materiales para personalizar su experiencia turística en tiempo real. La investigación avanzó al destacar la relevancia de DTI para los viajeros con discapacidades y al detallar el papel de la gobernanza en la integración de las partes interesadas del destino, la gestión de la información, la participación de los residentes para proporcionar experiencias inteligentes en un entorno sin burocracia y con leyes actualizadas. Las empresas inteligentes también se señalaron como esenciales para la formación de DTI.

Palabras clave: Destinos turísticos inteligentes, Experiencias turísticas inteligentes, Grounded Theory, Codificación teórica.

1 Introdução

Desde os anos oitenta, as inovações são vistas como resultado do surgimento das tecnologias com caráter “transiliente” onde incrementos de inovação tecnológica têm a capacidade de influenciar os sistemas estabelecidos de produção e marketing, revertendo o processo de maturidade das indústrias. Esse processo de ruptura no cenário competitivo entre as indústrias estabelecidas foi denominado de inovação disruptiva, as quais podem se originar de tecnologias disruptivas (LI; PORTER; SUOMINEN, 2018). No espectro dessas tecnologias, têm destaque a Nanotecnologia, o *Big Data*, a *Internet of Things* (IoT), o veículo elétrico, e a impressora 3D (LI; PORTER; SUOMINEN, 2018). Dessas tecnologias, a IoT e o *Big Data* são relevantes para o entendimento do *smartness*.

O termo “*smart*” é atribuído à capacidade de se obter e aplicar conhecimento de maneira autônoma em um ambiente, o qual se adapta às necessidades de seus usuários melhorando sua experiência a partir do conhecimento obtido (AHMED et al., 2016). Quando objetos inteligentes são conectados à Internet, disse-se que eles estão operando dentro do conceito de Internet das Coisas (IoT – *Internet of Things*) (AHMED et al., 2016). A integração da IoT aos ambientes inteligentes amplia a capacidade *smart* dos objetos facultando ao seu usuário monitorar remotamente o seu ambiente. Para suportar o processamento de grandes volumes de dados captada pela IoT surgiram as tecnologias *Big Data* que lidam com o armazenamento, limpeza, análise e visualização dos dados (GE; BANGUI; BUHNOVA, 2018).

Dispositivos móveis, baterias mais poderosas, IoT, *Big Data*, *Cloud* e *Edge Computing*, rede de dados móveis 5G, *Bluetooth*, redes *WiFi*, juntamente com recursos de *hardware* e *software* são parte da TIC que têm viabilizado a inovação disruptiva no contexto do modo de

vida humano. Por meio da TIC, novos aplicativos são continuamente desenvolvidos objetivando com isso a criação de serviços *smart* que possam melhorar o cotidiano das pessoas (BELLO; ZEADALLY, 2019).

Se a TIC é apropriadamente empregada pelas políticas públicas, elas promovem a inovação disruptiva nas cidades (CARAGLIU; DEL BO, 2019). Essa inovação é desenvolvida pela criação de plataformas de dados urbanos que captam e analisam os dados de um ambiente inteligente para devolver à sociedade aplicativos de serviços que auxiliam os cidadãos em suas decisões em tempo real (HASHIM *et al.*, 2016). Esse ecossistema público-privado apoiado na inovação baseada em dados que presta serviços aos cidadãos e suas organizações enquanto promove o desenvolvimento econômico e social é a cidade inteligente (*Smart city*) (CARAGLIU; DEL BO, 2019). Quando a cidade inteligente adiciona uma infraestrutura tecnológica inteligente para atendimento dos seus viajantes, ela se converte em um destino turístico inteligente (DTI) (GRETZEL *et al.*, 2015a).

O estudo do DTI têm sido direcionado para a sua definição (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2016) e avaliação dos seus impactos sobre a competitividade do destino (CIMBALJEVIĆ; STANKOV; PAVLUKOVIĆ, 2018). Outras questões mais pontuais tratam do uso do *Big Data* para criação de valor no DTI (DEL VECCHIO *et al.*, 2018), o estudo da experiência turística inteligente (HUANG *et al.*, 2017) ou o uso de aplicativos pelos *stakeholders* do destino (DORCIC; KOMSIC; MARKOVIC, 2018).

Esse trabalho amplia os estudos precedentes ao abordar as dimensões formadoras do DTI e as consequências das experiências turísticas inteligentes sobre o comportamento do viajante. Para tal, é realizada uma teorização fundamentada nos dados (*Grounded theory*) de pesquisadores, profissionais do turismo e da gestão pública. A partir da interpretação dos dados dos entrevistados é formulada uma proposição teórica sobre o DTI. Portanto, o objetivo dessa pesquisa é desenvolver uma teoria substantiva³ acerca das dimensões formadoras do DTI e suas

³ As teorias substantivas se ocupam com problemas delimitados a temas específicos da experiência de vida cotidiana, enquanto que as teorias formais dizem respeito aos conceitos abstratos e suas relações englobando a compreensão de problemas em múltiplas áreas substantivas (GLASER; STRAUSS, 1967).

consequências sobre o comportamento dos viajantes sob a perspectiva de pesquisadores e de profissionais ligados ao turismo nos setores público e privado.

2 Destino turístico inteligente

O DTI é um dos elementos do turismo inteligente. O turismo inteligente é um fenômeno que integra infraestrutura tecnológica inteligente, rede de negócios inteligente e o DTI (GRETZEL *et al.*, 2015b). O DTI representa o local para onde todas as camadas do modelo do turismo inteligente se convergem por meio da tecnologia, dados, governança, negócios e experiência (GRETZEL; SCARPINO-JOHNS, 2018). Portanto, ele tem uma arquitetura de conhecimento que permite acessar múltiplas fontes de dados em tempo real para resolver problemas do viajante (JOVICIC, 2019).

O aspecto chave do DTI é a integração da TIC na infraestrutura física do destino por meio de uma infraestrutura tecnológica e do tratamento de dados heterogêneos (KOO; PARK; LEE, 2017). A infraestrutura tecnológica inteligente é constituída pela interconexão, sincronização e uso orquestrado de uma infraestrutura formada por tecnologia de sensores (IoT), *Wi-Fi* onipresente, comunicação por proximidade de campo (*Near-field communication* – NFC), conectividade entre celulares (*Smart mobile connectivity*), identificação de radiofrequência (*Radio-frequency-identification* – RFID), *Big Data* e algoritmos de mineração de dados (*Data mining*) (GRETZEL *et al.*, 2015a).

Essa tecnologia viabiliza a criação de aplicativos do turismo e a obtenção de informações *on-line* de agentes de viagens, *Blogs*, *Websites* públicos, *Websites* de empresas, mídias sociais, aplicativos para *smartphones* e assim por diante que apoiam a atividade turística criando a experiência inteligente de turismo (HUANG *et al.*, 2017). Nela os viajantes consomem, criam ou melhoram os dados que constituem a base da experiência, como ocorre com o aplicativo do *AirBnb*, onde os viajantes reportam suas experiências, auxiliando as experiências de outros viajantes (GUTTENTAG; SMITH, 2017). Por meio de *smartphones*, os turistas acessam informações e agregam valor à sua experiência que é então personalizada e acompanhada em tempo real (MEGED; ZILLINGER, 2018). Portanto, para que a experiência turística inteligente

aconteça é preciso ter informação agregada, conectividade onipresente e sincronização em tempo real (NEUHOFER; BUHALIS; LADKIN, 2015).

Mas, a TIC isoladamente não é suficiente para proporcionar inteligência ao destino e às experiências vivenciadas nele. Quatro componentes denominados de “*soft smartness*” estão associados à TIC para geração de inteligência dos destinos turísticos (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2016): (1) Inovação que emerge e se perpetua no DTI quando seus *stakeholders* utilizam os dados gerados e trocados na plataforma da TIC para criar experiências turísticas inovadoras; (2) Capital humano representado pelo conhecimento, habilidades, competências e atributos das pessoas que formam os *stakeholders* do destino; (3) Capital social caracterizado pela capacidade dos *stakeholders* formarem redes de relacionamento colaborativa favorecendo o compartilhamento de experiências, ideias e conhecimento gerador da inovação; (4) Liderança para orquestrar o relacionamento entre os *stakeholders*, o funcionamento da infraestrutura tecnológica e a produção da inovação necessária à solução dos problemas da vida real.

Outra forma de entender o DTI é nos seus aspectos gerenciais considerando os níveis (IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZONÍS; GINER-SÁNCHEZ, 2016): (1) Estratégico-relacional incluindo a governança, sustentabilidade e inovação; (2) Instrumental abrangendo a conectividade, sensoriamento e sistema de informações; (3) Aplicado contemplando os aplicativos e soluções turísticas inteligentes.

A avaliação do nível de *smartness* do DTI pode contemplar diversos critérios. No programa espanhol para o desenvolvimento de DTIs, esses critérios são a TIC, o desenvolvimento turístico sustentável e acessível, a inovação criativa de produtos e serviços, a liderança, a gestão da informação e conexão público-privada (LÓPEZ DE ÁVILA-MUÑOZ; GARCÍA-SÁNCHEZ, 2013). Por sua vez, Tran, Huertas e Moreno (2017) elaboraram 57 indicadores para medir um amplo espectro das características e aplicações de um DTI. Por fim, Santos e Gândara (2016) desenvolveram um modelo que contempla a sustentabilidade turística, acessibilidade, conectividade e sensorização, sistemas de informação e inteligência turística, informação turística, marketing *on-line*, comercialização, inovação e melhoria da experiência. Nota-se que esses critérios possuem pontos em comuns, sendo que alguns operam a favor dos *stakeholders* responsáveis pelas ofertas, enquanto outros traduzem mais de perto as demandas dos viajantes.

3 Metodologia

A teoria fundamentada nos dados é uma metodologia para elaboração de teorias substantivas e formais a partir da extração de conceitos dos dados, os quais são organizados em categorias básicas, que se relacionam sob hipóteses que formarão o corpo da teoria (GLASER; STRAUSS, 1967). As categorias surgem ao longo de uma intensa interação com o material coletado, e que sucessivamente vão sendo depuradas num movimento cíclico de coleta e análise de dados denominado de amostragem teórica. Ao final do processo o pesquisador tem indícios para estabelecer relações entre as categorias e propor uma teoria fundamentada em dados analisados por comparação.

Existem três versões de teoria fundamentada nos dados. A versão de Glaser e Strauss (1967) estabelece que o pesquisador deve abandonar seu conceitos teóricos pré-existentes. A versão de Strauss e Corbin (2008) entende que o pesquisador não desenvolve a teorização fundamentada desembaraçado da sua literatura profissional e acadêmica. A versão de Charmaz (2009) reconhece que a fundamentação teórica permeia a elaboração da pesquisa e compreende que os dados são construídos na interação com os entrevistados. A versão utilizada nesta pesquisa é a de Charmaz.

Os dados foram coletados por meio de entrevista intensiva utilizando-se um roteiro inicial para provocar a discussão sobre o tópico (Quadro 1). Este roteiro foi utilizado de forma flexível, sendo adaptado de acordo com o entrevistado.

Quadro 1. Roteiro inicial de entrevista

O que é um destino turístico inteligente?
Quais são as características de um destino turístico inteligente?
Das características que formam um destino turístico inteligente, qual é a mais importante? Por quê? (Pedir exemplos).
Quais são os impactos de um destino turístico inteligente para o turista? (Explorar o antes, durante e após a viagem)
Quais são os benefícios de um destino turístico inteligente para o turista?
Os destinos turísticos inteligentes são mais atrativos para os turistas que os destinos considerados não inteligentes? Por quê?
Você conhece algum destino inteligente no Brasil? Qual? Porque ele é inteligente?
Dê outros exemplos de destinos turísticos inteligentes.
Há diferença entre uma *smart city* e um destino inteligente? Qual (is)?

As entrevistas se deram entre junho e novembro de 2018 de acordo com a amostragem teórica (GLASER; STRAUSS, 1967)(GLASER; STRAUSS, 1967)(GLASER; STRAUSS, 1967)(GLASER; STRAUSS, 1967). A participação de uma das pesquisadoras no fórum *Connected Smart Cities 2018 – Regional Belo Horizonte*, no Seminário sobre Cidades e Destinos Turísticos Inteligentes promovido pela Belotur/PBH, e na conferência *Tourism & Management Studies International Conference* (Universidade de Algarve) a auxiliou na formação de um entendimento inicial do que constitui um DTI, no levantamento do perfil dos entrevistados e na sua prospecção de sujeitos para as entrevistas. A partir desse conhecimento inicial foi possível direcionar a escolha dos entrevistados para profissionais e acadêmicos que de alguma forma se relacionam com os DTIs (Quadro 2). A coleta finalizou quando se percebeu que novos dados não estavam sendo reveladores.

Quadro 2. Lista de entrevistados

Entrevistado (a)	Idade	Profissão	Cidade	Grupos
A	38	Empresária de <i>Startup</i> do turismo	Maringá - PR	Setor Privado
B	61	Empresário do setor de eventos	Belo Horizonte - MG	Setor Privado
C	39	Empresário de <i>Startup</i> de eventos e turismo	Belo Horizonte - MG	Setor Privado
D	30	Empresário de <i>Startup</i> do turismo	Belo Horizonte - MG	Setor Privado
E	42	Gerente de rede hoteleira internacional	Belo Horizonte - MG	Setor Privado
F	63	Membro de associação turística	Belo Horizonte - MG	Setor Privado
G	32	Servidor público do turismo	Belo Horizonte - MG	Setor Público
H	34	Administrador público em cargo comissionado	Belo Horizonte - MG	Setor Público
I	34	Administrador público em cargo comissionado	Belo Horizonte - MG	Setor Público
J	25	Servidor público do turismo	São Luiz - MA	Setor Público
K	33	Servidor público da TIC	Belo Horizonte - MG	Setor Público
L	44	Pesquisadora do DTI	Los Angeles - EUA	Acadêmicos
M	51	Pesquisadora do turismo	Faro - Portugal	Acadêmicos
N	48	Pesquisadora da TIC no turismo	Faro - Portugal	Acadêmicos
O	37	Pesquisador de cidades inteligentes	Ribeirão das Neves - MG	Acadêmicos
P	50	Professora do turismo	Belo Horizonte - MG	Acadêmicos
Q	46	Pesquisadora da TIC no turismo	Valência - Espanha	Acadêmicos

Todas as entrevistas foram gravadas com a autorização dos entrevistados e transcritas em sua integralidade, exceto de uma entrevista que teve seu áudio transferido para o Atlas.ti 8, software utilizado na análise. Para encontrar “o que os dados estavam dizendo” foram realizados os processos de codificação e categorização, os quais se estabelecem por meio de memorandos. Ao redigi-los, os códigos e categorias surgem e ressurgem, muitas vezes renomeados, até que o pesquisador encontre as propriedades e relações que consubstanciam uma teoria substantiva (CHARMAZ, 2009).

Antes de iniciar o processo de codificação e categorização proposto por Charmaz (2009) foi empregada a codificação estrutural proposta por Saldaña (2016). A codificação estrutural aplica uma frase conceitual ou baseada em conteúdo a um segmento de dados para codificá-lo. Ela permite ao pesquisador acessar mais facilmente os dados que podem ser relevantes para as codificações seguintes. Posteriormente foram desenvolvidos os processos de codificação inicial, focalizada e teórica (CHARMAZ, 2009).

Na codificação inicial Charmaz recomenda que se procure observar as ações em cada segmento de dados representando-as por frases que se iniciam com verbos no gerúndio. Esse recurso auxilia o pesquisador a sair de tópicos estáticos para entendê-los como processos ordenados e evita a tendência de se aplicar teorias pré-existentes aos dados. À medida em que o pesquisador vai redigindo os memorandos, lacunas teóricas são identificadas, fazendo-se necessário coletar novos dados para explicá-las. Na codificação focalizada, novos códigos ou códigos da codificação inicial são utilizados para representar grupos de códigos dessa mesma codificação inicial os quais se relacionam em torno de uma ideia central comum. Nessa etapa, o pesquisador observa o surgimento de categorias compostas por grupos de códigos focalizados que explicam ideias, eventos ou processos. Portanto, os códigos desenvolvidos na codificação focalizada são utilizados para definir e explicar as propriedades analíticas das categorias que emergem ao longo da pesquisa. Por fim, na codificação teórica é especificada uma categoria-código central que trata das relações possíveis entre as categorias desenvolvidas na codificação focalizada. A forma como códigos e categorias se relacionam entre si apontam na direção do estabelecimento da proposição teórica e das hipóteses integradoras de uma teoria substantiva.

Nesta pesquisa, a codificação estrutural retornou 586 códigos, os quais foram reescritos em 397 códigos iniciais associados à 706 citações. A releitura dos códigos iniciais contribuiu

para a elaboração de 250 códigos focalizados. Por sua vez, categorias foram criadas para agrupar os códigos focalizados que apresentaram temas semelhantes. O estudo dos códigos focalizados possibilitou o estabelecimento de conceitos que explicassem as categorias encontradas. Na *grounded theory* esse estudo é realizado por meio da redação de memorandos. A extensa lista de códigos focalizados inviabilizou que eles fossem apresentados nesse artigo na forma de tabela. No entanto, eles foram usados na redação dos memorandos, os quais posteriormente serviram de base para a elaboração do texto seguinte onde as categorias são explicadas e analisadas. As categorias estão em itálico/negrito.

4 Resultados e análises

4.1 Dimensões formadoras do DTI

O Quadro 3 ilustra as dimensões do DTI (categorias), seus conceitos e as citações que exemplificam cada dimensão. Na base do DTI estão a TIC, a acessibilidade digital e a mobilidade inteligente. A *TIC* corresponde à infraestrutura tecnológica necessária às experiências inteligentes. Portanto, ela reúne recursos da tecnologia disruptiva que faz o DTI ser um destino inovador, tais como Internet aberta, *IoT*, *Big Data*, aplicativos para dispositivos móveis, pacotes de dados móveis a baixo custo etc. Esses recursos acionam as experiências inteligentes do viajante facultando a ele se informar, comprar, pagar, e ter uma experiência turística em tempo real e/ou compartilhada por meio de aplicativos para dispositivos móveis ou *WebSites*.

Mas para isso, o viajante deve ter acessibilidade digital. Isso significa que ele deve ser capaz de buscar e produzir informação pelos meios digitais, o que requer aplicativos e *WebSites* com acesso de qualidade, ou seja, com informações abundantes, facilmente encontradas, detalhadas, claras, corretas, integradas entre si e disponíveis em vários idiomas. Ao buscar informações, o que o viajante está fazendo é acessando comentários, descrições, avaliações, resenhas e fotos do DTI, seus atrativos, produtos e serviços reportados por outros viajantes. Por outro lado, ao produzir informações, o viajante está alimentando o DTI e seus *stakeholders*, com informações pessoais, descrições e avaliações de suas próprias experiências.

Quadro 3. Dimensões do DTI fundamentada nos dados de profissionais do turismo, gestores do serviço público e pesquisadores da academia.

Dimensão	Conceito	Citação
TIC	Recursos tecnológicos necessários às experiências turísticas inteligentes.	A gente vai ter dados (<i>Big Data</i>) de fluxos de visitantes no período do carnaval, com base nos dados de telefonia móvel. (...) E isso (...) vai mostrar o fluxo de pessoas de outros destinos que vieram para o carnaval de Belo Horizonte em questão de quantidade de dias, período, onde eles se movimentaram na cidade, DDDs, pessoas que foram e retornaram em outros períodos (G).
Acessibilidade digital	Informação buscada e produzida pelo usuário com acesso de qualidade.	A pessoa consegue baixar (o aplicativo) e ali ela tem toda a informação (...) sobre os blocos de rua, sobre os palcos de rua, sobre a programação dos eventos, como chegar, horários, favoritar os blocos e construir a sua própria programação. Esses aplicativos estão interligados aos demais da prefeitura, como o SIU Mobile, que é para você consultar sobre linha de ônibus, como chegar horários, itinerários (G).
Mobilidade inteligente	Uso da TIC para obtenção em tempo real de informações para a acessibilidade física aos locais.	(...) um aplicativo que te dê essa experiência de falar onde você vai, como você chega, qual o preço, se consigo comprar pela internet, se consigo me planejar, consigo agendar, para que eu tenha a maior experiência com o menor tempo possível (C).
Infraestrutura	Estrutura física adequada à mobilidade.	A questão da coordenação semaforica, da regulação de luminosidade, da instalação de câmera para segurança, da distribuição de sinal de <i>Wi-Fi</i> (K).
Governança	Operação do DTI, das ações de marketing para a sua divulgação, engajamento do residente a favor do DTI, definição estratégica, atualização da legislação e desburocratização de processos.	Gramado, ele é um exemplo de governança bem-sucedida. Por quê? era uma cidade comum (...) que eles ressignificaram aquele local, eles geriram, eles treinaram taxistas, treinaram atendentes de lanchonete, fizeram acordos com companhias aéreas, criaram todo um contexto para que o turismo ali pudesse acontecer. Então um DTI, ele tem aplicação tecnológica, mas ele tem que ter governança (D).
Negócios inteligentes	Estabelecimento em tempo real da oferta de experiências inteligentes e personalizadas para os viajantes.	Quando você entrar no museu, a nossa plataforma vai perceber que você está lá dentro e vai mandar informação sobre o museu no seu <i>smartphone</i> . (...) Depois eu peço para o visitante baixar o aplicativo para que ele possa continuar essa experiência. Por exemplo, ele vai ter um <i>Concierge</i> digital. Então ele está lá no museu e quer saber mais sobre o padre. Ele vai conversar com o padre. Quem pintou, quando foi feito, que estilo que é, o padre vai conversar. E conversar por palavras, por texto e por voz. Ele vai poder fazer perguntas e uma assistente virtual vai apoiá-lo. Entendeu? Se ele quiser ir a Mariana, que é pertinho dali, que linha de ônibus que ele pega, como que ele compra ingresso para o trem (D).
Sustentabilidade	Perpetuação do DTI do ponto de vista cultural, social, econômico-financeiro e ambiental.	Quando ele consegue ter o conceito tecnológico aplicado, ele tem uma melhoria de recursos para que ele possa se sustentar. (...) Então quando você tem um destino que está preparado para receber, você consegue ter sustentabilidade econômica, sustentabilidade cultural, sustentabilidade social (D).
Acessibilidade dos viajantes com deficiência	Uso específico dos recursos da TIC para a formação da acessibilidade digital e mobilidade inteligente para viajantes com deficiência.	Nosso aplicativo, pensando na pessoa com deficiência visual, ele não vai poder ler, então ele vai ter que escutar a sua historinha. Ele está num destino, ao invés dele ler a placa e tudo mais, ele é guiado através de voz, de comando de voz. Do mesmo jeito que ele também pode pedir através do comando da voz (A).

Fonte: os autores (2020).

A acessibilidade física ou mobilidade inteligente do DTI ocorre quando o viajante obtém informações sobre o transporte público ou privado em tempo real, usa o transporte compartilhado, acessa diferentes meios de transporte conectados entre si, adquire passes inteligentes que integram o horário do meio de transporte com os horários de eventos e shows, aceita em múltiplos modais do transporte e que dão acesso em atrações do destino a um menor custo ou gratuitamente.

Auxiliados pela mobilidade inteligente, as organizações de marketing do destino têm informação para redirecionar o fluxo turístico em tempo real. Assim, o viajante pode otimizar o uso do seu tempo por meio de aplicativos que auxiliam a programar roteiros, visitas, experiências, alimentação e mobilidade.

A mobilidade inteligente é facilitada pela infraestrutura do DTI. Ela reúne a estrutura física adequada à mobilidade por meio de sinalização física e virtual no destino, com informações claras sobre trajetos, nomes de ruas, praças, monumentos etc., sentidos e distâncias, em placas, quiosques e totens. Além disso, as áreas são monitoradas e controladas com a presença de câmeras e profissionais de segurança devidamente equipados. Essa monitoração por meio de sensores que captam a movimentação ambiente permite controlar o trânsito, o fornecimento de iluminação pública, transporte e serviços.

Na visão dos entrevistados, o DTI requer governança para a formação de negócios inteligentes e a garantia da sua sustentabilidade. Esses três aspectos foram considerados pelos entrevistados como de fundamental importância para a formação de um DTI. A governança compreende cinco frentes de trabalho que garantem a atratividade e funcionamento do DTI para seus *stakeholders* (Quadro 4). De acordo com os entrevistados, a burocracia e uma legislação desconectada com os avanços tecnológicos dificultam o estabelecimento de DTIs.

Os negócios inteligentes compreendem a oferta de experiências inteligentes e personalizadas para o viajante e as bases nas quais essa oferta é criada. A oferta de experiências inteligentes e personalizadas se dá pela produção de sugestões de experiências em tempo real para o turista de acordo com os seus interesses. O desenvolvimento das experiências personalizadas é possível com o *Big Data Analytics*. A partir das informações coletadas, as preferências dos viajantes são modeladas e utilizadas para a oferta de produtos e serviços personalizados. Assim, ele tem acesso a informações relevantes desde o planejamento da sua

viagem até uma etapa posterior à viagem, quando os provedores dos serviços podem agradecer a sua visita, oferecer experiências novas e manter um diálogo com eles por meio de redes sociais, aplicativos de revisão e avaliação de experiências.

Quadro 4. Ações atribuídas à governança do DTI.

Tema	Ações atribuídas à governança do DTI
Marketing	<p>Usar o <i>Big Data</i> para posicionar o DTI para um nicho de mercado.</p> <p>Comercializar o DTI em plataformas <i>online</i> como um produto que precisa ser vendido.</p> <p>Usar aplicativos para propagar e vender o DTI em tempo real.</p> <p>Criar uma identidade para o DTI e torna-la acessível por meio da TIC.</p> <p>Compatibilizar o posicionamento no meio digital com a oferta no mundo real.</p> <p>Atrair visitantes com deficiência.</p> <p>Profissionalizar os residentes para ofertar experiências imersivas ao viajante sem que elas percam em autenticidade ou em identidade cultural.</p> <p>Pesquisar o interesse do público continuamente.</p>
Operações	<p>Usar a TIC para conhecer os recursos e sondar as necessidades dos agentes do destino para que os negócios inteligentes possam ofertar produtos, serviços e experiências geradoras de valor para o viajante.</p> <p>Usar o <i>Big Data</i> para coletar dados sobre os <i>stakeholders</i>, entender o que está ocorrendo entre eles e direcionar o fluxo de viajantes.</p> <p>Coordenar as iniciativas privadas.</p> <p>Usar a TIC para monitorar as áreas públicas, meio ambiente, recursos e carga do DTI.</p> <p>Compartilhar informações entre empresas públicas e privadas para favorecer a oferta de produtos, serviços e experiências personalizadas aos viajantes.</p>
Engajamento do residente	<p>Ofertar qualidade de vida par ao residente e o viajante.</p> <p>Beneficiar também o residente com os recursos da TIC.</p> <p>Ofertar o DTI com o apoio e convivência dos residentes.</p> <p>Ofertar serviços públicos ao residente e também ao cidadão.</p> <p>Estender a oferta do turismo inteligente para fora da área urbana.</p>
Estratégia	<p>Estabelecer parcerias público-privadas para o uso da TIC no DTI.</p> <p>Incentivar à criação de <i>startups</i> do turismo.</p> <p>Usar a TIC para viabilizar a acessibilidade à informação, mobilidade, sustentabilidade, inovação e personalização de experiências turísticas no DTI.</p> <p>Atrair investimentos, empresas, recursos e viajantes para o DTI.</p> <p>Ofertar um destino criativo, inclusivo e diverso.</p>
Legislação e burocracia	<p>Ter boas práticas de governança.</p> <p>Atualizar as leis no sentido de considerar a influência dos avanços tecnológicos nas relações humanas.</p> <p>Desburocratizar os serviços públicos.</p> <p>Estruturar a administração pública com o auxílio da TIC.</p>

Algumas ações estão na base da oferta das experiências inteligentes e personalizadas, quais sejam: (1) A oferta de experiências autênticas que impactam os sentidos do viajante; (2) A inclusão do morador como provedor de experiências autênticas e personalizadas; (3) A criação de uma conexão emocional do viajante com o destino; (4) A construção de uma identidade emocional para o DTI pela qual o viajante estabeleça um engajamento afetivo com ele, se

sentindo parte dele; (5) A criação de stories que conectem o viajante com a identidade do DTI; (6) A preparação dos moradores e gestores do DTI para a recepção do viajante; (7) A elaboração de soluções e experiências inteligentes para o viajante por meio da integração entre governo e iniciativa privada (*Startups*); (8) A compreensão do que os viajantes desejam em suas viagens, ou seja, a pesquisa do público; (9) A pesquisa da satisfação do viajante por meio do estudo do compartilhamento de suas experiências em redes sociais, aplicativos e *WebSites* de revisão de viagens.

Os pesquisadores e especialistas dos setores públicos e privados entendem que o DTI é o destino da sustentabilidade do ponto de vista cultural, social, econômico-financeiro e ambiental. Parte-se do princípio que ele é um ambiente limpo, com água potável, tratamento do lixo e reciclagem onde se preserva o patrimônio cultural e histórico. A distribuição de renda entre os moradores (microempreendedores individuais) é estimulada quando estes ofertam experiências turísticas inteligentes e personalizadas para os visitantes. Além disso, nele é promovida a economia compartilhada como forma de redução do uso de recursos e meio não poluente de transporte e energia.

Por fim, porém não menos importante, está a acessibilidade dos viajantes com deficiência. Ela se divide entre a acessibilidade digital (Busca de informações e qualidade do acesso) e mobilidade pelos espaços facilitada pelo uso da TIC. Para que essa acessibilidade seja convenientemente ofertada, ela não deve ser usada apenas como uma ação de comunicação de marketing, mas ser estabelecida com o cuidado e respeito que os viajantes com deficiência e seus acompanhantes merecem. Além disso, os viajantes com deficiência formam um nicho de mercado que requer um pacote de serviços e produtos específicos para ele.

A informação é o fator mais importante para o viajante com deficiência na organização e vivência de sua experiência turística. Sem ela, até mesmo a sua mobilidade pode ficar comprometida. Por ser um destino construído sobre a oferta e compartilhamento de informações, o DTI se torna relevante para esse público. As informações que chegam por redes sociais, aplicativos de avaliação de viagens e de geolocalização auxiliam o viajante com deficiência a planejar roteiros, atividades e hospedagens mais acessíveis. Mas, para atendê-lo plenamente, as organizações do DTI devem investir em aplicativos que venham a ampliar a sua experiência sensorial e oferta de informações nas atrações do DTI, utilizar recursos luminosos, sonoros e

táteis nas instalações, áreas públicas e transporte, e empregar audiodescrição e linguagem de sinais em seus aplicativos *WebSites*, atrações e serviços públicos.

Resgatando a literatura consultada, observa-se que os pesquisadores, profissionais do turismo e do setor público entrevistados revelaram dimensões da TIC já encontradas na literatura tais quais a presença da TIC (GRETZEL et al., 2015a), a acessibilidade digital que traduz a capacidade do viajante adentrar pelos meios digitais para obter e produzir informação, revelando que o DTI é o destino do conhecimento (JOVICIC, 2019), onde capital humano e social (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2016) são articulados em favor das experiências inteligentes (FEMENIA-SERRA; NEUHOFER, 2018) propostas por negócios inteligentes (GRETZEL; SCARPINO-JOHN, 2018), visando alcançar a sua sustentabilidade (LÓPEZ DE ÁVILA-MUÑOZ; GARCÍA-SÁNCHEZ, 2013)

Porém, apesar da literatura abordar a presença da governança (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2016), e infraestrutura e mobilidade (SANTOS; GÂNDARA, 2016) no DTI, a pesquisa avançou ao destacar o papel da infraestrutura e da mobilidade inteligente para a realização das experiências inteligentes do viajante, e ao detalhar o papel da governança na integração dos *stakeholders* do destino e no gerenciamento da informação, engajando o morador na oferta de experiências inteligentes, dentro de um ambiente desburocratizado e com leis atualizadas diante das inovações tecnológicas.

Além disto, muito embora a acessibilidade para viajantes com deficiência seja considerada por alguns autores consultados como dimensão do DTI que garante o acesso para todos os viajantes, com ou sem deficiência (LÓPEZ DE ÁVILA-MUÑOZ; GARCÍA-SÁNCHEZ, 2013), este aspecto foi bastante enfatizado pelos entrevistados, inclusive com a citação de exemplos práticos.

4.2 Consequências do DTI sobre o comportamento do viajante

Dentre as primeiras consequências do DTI sobre o comportamento do viajante, as entrevistas revelaram que no curto prazo, o DTI desencadeia estados de confiança, segurança, independência, comprometimento e bem-estar, associados a experiências vivenciadas como se o viajante fosse um cidadão, a qual foi identificada pela categoria ser parisiense por um dia, que também é um código in vivo.

O DTI reúne as condições necessárias para deixar o viajante confiante desde antes da sua viagem. Acessando aplicativos e WebSites com informações, resenhas e avaliações compartilhadas, o viajante forma uma expectativa mais concreta do que ele pode encontrar em sua viagem, de forma que ele sente mais confiança no DTI. O entrevistado B retrata esse estado nos seguintes termos: “Como eu te disse no início, ele (DTI) te atrai porque ele mostra para você que ali você vai ser bem tratado, que você tem confiança de ir para aquele lugar e encontrar coisas que vão te provocar o bem-estar de que nós estamos falando”.

O estado de independência na tomada de decisão é outro estado que emerge no viajante. Utilizando os recursos da TIC, o viajante se desloca das atividades turísticas convencionais e decide por roteiros autônomos, criados por ele mesmo, às vezes em tempo real, já que ele pode consultar recomendações e avaliações em aplicativos de viagens e redes sociais que o inspiram em suas escolhas no momento mesmo da viagem, sem a necessidade de seguir os planos de um roteiro pré-estabelecido por um pacote turístico. A entrevistada P descreve a independência do viajante no DTI:

Independência, independência. Porque você pode escolher ali pelos aplicativos, você pode saber qual que é a distância do atrativo que você quer, do restaurante que você quer ir, qual o melhor acesso, até mesmo indicação de transporte para ir. Tem lugares que você, hoje, tem aplicativos que vai te guiando. Você faz um passeio turístico autoguiado pelo seu celular. Às vezes a pessoa não domina um idioma, ela põe lá e traduz as placas. Então eu acho que isso facilita muito as pessoas a viajarem sim (P).

Talvez a independência decorra da capacidade do DTI de aumentar a sensação de segurança do viajante em relação às pessoas e ao lugar, como ilustrado pela entrevistada P:

Eu acho que ela (Tecnologia) gera às vezes uma certa segurança em algumas questões. (...) Eu acho que é cômodo você saber que eu posso chegar, pedir um carro por um aplicativo em qualquer lugar que eu chegar, para eu não ficar dependendo, na rua, esperando táxi passar, que não vai passar, por questão de segurança, isto é, de certa forma, um bem-estar. (...) Acho que é mais questão de segurança mesmo (P).

Diante das inúmeras possibilidades que a acessibilidade digital (informação) proporciona ao viajante, e da independência durante as suas escolhas, o DTI é um destino que faculta ao viajante vivenciar uma experiência imersiva, desfrutando do destino como se fosse morador, ou conforme declarado pelo entrevistado D, ser parisiense por um dia:

(...) a facilidade de informação, a facilidade de pagamento, de mobilidade, de acessibilidade, de aproveitamento. Aproveitar o espaço turístico. (...) Estamos vivendo a era de que você vai para Paris e você quer viver como um parisiense, você quer ter a experiência do que é ser parisiense: você quer pegar trânsito, você quer comer na

lanchonetezinha da esquina. Você quer vivenciar a cultura. Você quer não só visitar a cultura, você quer ser parisiense por um dia. Então essa imersão, ela é uma capacidade que o destino tem que ter de prover, que é a necessidade da experiência imersiva (D).

A entrevistada A entende que o destino é inteligente porque usa os recursos tecnológicos para expor a sua identidade e alcançar o viajante que se identifica com ele e que consegue “ser parisiense por um dia” numa experiência imersiva. Segundo a entrevistada, o DTI facilita ao viajante “ser parisiense por um dia” porque a tecnologia permite ao viajante navegar por plataformas de buscas, conhecer stories e alcançar experiências personalizadas com os *locals* (Moradores, microempreendedores individuais) com os quais se identifica. Veja o exemplo que a entrevistada fornece por meio da sua *Startup*:

(Penso em tecnologia) desde o momento que (o viajante) vai buscar a plataforma de busca e aplicativos que vão direcioná-lo. Por exemplo, a gente tem um projeto que faz parte de um projeto chamado *Smart Alliance*, são três *startups*, são três empresas e a gente faz tudo isso que eu estou te falando. Então desde a hora da busca, até o perfil desse viajante, até fazer o *match* do viajante com as suas paixões, até finalmente ser o melhor destino, onde ele vai conseguir se identificar melhor. Chegando no destino, a gente consegue guia-lo através dessas historinhas e consegue direcioná-lo para esses *locals*. Uma coisa que é muito importante para aquele artesão que está lá no interior de Fortaleza e que não tem acesso para uma divulgação, de certa forma. Então ele ganha uma força através dessas histórias (*Stories*) (A).

Por proporcionar ao viajante independência em suas experiências, o DTI é um destino que desperta a intenção de retorno do viajante, o que sinaliza o seu comprometimento em relação ao DTI, conforme ilustrado pelo entrevistado E:

Quando a pessoa tem uma boa experiência e essa boa experiência é muito em função de ser esse destino inteligente, ele retorna. Ele deixa uma boa impressão e: “Ah, foi muito boa a experiência que eu tive!”. Além dele indicar para outras pessoas, ele também volta ao lugar. “Ah, eu vou voltar lá porque foi fácil se deslocar, porque a cidade tem sinalização para tudo quanto é lado, a cidade disponibilizar *Wi-Fi* gratuito, a cidade tem aplicativos com mapas, que fala como se locomover através de metrô. Eu não tive dificuldade nenhuma. (...) E por ser uma cidade voltada para a tecnologia, eu volto. Facilita a minha vida” (E).

Outra decorrência direta do DTI é a geração de bem-estar no viajante. A entrevistada L diferenciou o bem-estar interior, decorrente de um estado psicológico que remete à saúde mental e à satisfação de necessidades mais altas, do bem-estar relacionado ao conforto e comodidade, com característica mais fisiológica.

It's a psychological and a physiological estate in which I think we feel good, healthy, content, satisfied. Very often it's translated as quality of life so those concepts are very related, also I think quality of life is more overall long term. What is quality of life in farewell? Well-being is more focused on the moment, how I'm doing right now and

again that can be on my head or body and those two are very connected, so I think in well-been shouldn't just think about physical health, we also need to think about mental health and higher level needs rather than just functioning, the happiness (L).

De acordo com os entrevistados, o DTI proporciona diretamente o bem-estar do viajante por meio do uso que ele faz da TIC durante a viagem tornando-a mais cômoda e confortável, conforme ilustrado pela entrevistada N:

O bem-estar eu penso que passa pela pessoa estar bem com ela própria, quer na pessoa, quer no destino turístico, e isso a tecnologia pode ajudar, seja dar comodidade, seja dar mais informação que me permita ter acesso, a ter mais conhecimento do destino, conhecer mais os hábitos da pessoa e da população local (N).

O bem-estar do viajante também pode vir indiretamente, associado à independência que o viajante tem em suas escolhas, conforme ilustrado pelo entrevistado E:

“Como gera bem-estar? Você facilmente consegue se comunicar, por exemplo, com hotéis. Tem pessoas que tem voos tarde da noite e que gostariam de ficar nos hotéis até mais tarde, então através de um aplicativo ele consegue verificar se há cobrança por esse *check-out*, se é possível cortesia. (...) Normalmente nos nossos hotéis nós temos aplicativos que te falam quais são os bons restaurantes no entorno, vende o próprio restaurante do hotel, te mostrando qual é o cardápio do hotel, quais são os preços, qual é a melhor forma de se deslocar de onde você está hospedado até as principais atrações públicas” (E).

O bem-estar interior também pode decorrer de uma experiência em um DTI porque ele permite o viajante fazer uma confrontação entre sua cultura e a cultura do outro, conforme exposto pelo entrevistado B: “Quando você se encontra com outras culturas, traz essa reflexão, e essa reflexão te provoca esse bem-estar de dizer ‘poxa, eu posso melhorar!’. E claro, no campo profissional nem se fala”.

O DTI também favorece o bem-estar do residente uma vez que ele favorece a sustentabilidade econômico-financeira dos moradores, conforme comentado pelo entrevistado F: “Para mim ele (DTI) favorece o bem-estar das pessoas que moram ali, das pessoas que trabalham para que esse destino seja inteligente”.

Além das consequências já citadas, a transformação pessoal foi outra consequência das experiências vividas em um DTI. Para a entrevistada L, a transformação pessoal é um fenômeno cognitivo, físico e espiritual que se inicia durante a viagem, mas que se consolida depois da viagem em caráter duradouro, sendo, portanto, um fenômeno de longo prazo:

I think there's different components to that (Transformation) because it could be cognitive so there's learning involved, it could be physical like we just told more health related, so transformation in terms of being healthier. But I think there's also a spiritual

transformation, a lot of people travel to maybe have a different view on life, maybe not necessarily always religious, just discovering new things, different kinds of mindsets. I think transformation for me would be a change on either one of these levels that is long lasting (L).

As características tecnológicas, de acessibilidade digital e mobilidade inteligente proporcionadas pelo DTI não produzem a imediata transformação pessoal do viajante, mas elas criam as bases para a transformação pessoal, uma vez que elas proporcionam ao viajante vivenciar a sua viagem com independência, como se ele fosse um cidadão (ser parisiense por um dia), fazendo descobertas enquanto decide livremente por suas experiências personalizadas, conforme explicado pela entrevistada:

I think that for me smart tourism is about designing experiences, very much, so in that sense it (Transformation) depends on what kinds of experiences are being designed, so yes. But it's also very much I see it as a management kind of mindset, so smart tourism is about how to get different stakeholders together. So I think not automatically, it's not because there's smart tourism that there will be transformation, but smart tourism will create some basic reality that makes it easier to design experiences that are really meaningful for people because they can be more personalized, they can be more local because smart tourism is also about merging tourism and the local environment, it's much easier for a tourist to experience a place through smart tourism, so I think that it creates potential for that, it doesn't necessarily immediately meet to it but it creates the building blocks (L).

Esse resultado é influenciado pelas diferenças pessoais entre os viajantes. Para que o DTI contribua com a transformação pessoal do viajante é necessário que ele adote a tecnologia como um facilitador da sua viagem e que ele tenha uma postura pessoal favorável para contribuir com sua própria transformação, conforme ilustrado pela entrevistada L:

(...) we shouldn't let the technology do everything, I think steel the tourist want to feel like they have done they part enabling that transformation, so I think it would be crazy to think all you have to do is give someone a smartphone and they will have a transformative experience, it's not going to happen. I think it's about identifying the problems that people have that distract them from the experience and maybe enabling some of the things that will really benefit them like meeting local people, being able to use transportation because in a lot of places it's very difficult to tourists to figure out how they take a bus, but that really be kind of like for someone from Texas for example, who always drive in a car to be able to be in the destination, walk and take a bus, that would be transformation potential. But the question is always "Do they want that? (L).

Portanto, a percepção da inteligência do destino e suas consequências vai depender das características pessoais do viajante, conforme informado pela entrevistada A:

Aí vai de cada um. Porque assim, existem os turistas e existem os viajantes. O turismo inteligente, o destino inteligente, ele é mais atrativo para os viajantes, que são as pessoas que buscam realmente se conectar a esse destino. E tem as pessoas (...) que só querem ir lá, fotografar e ir embora. Isso basta para elas. Elas acham que isso é uma visitação.

Então, assim, para você ter uma ideia, hoje, na Europa, mais de 60% das pessoas já são consideradas viajantes. Então principalmente essa nova geração, eles estão vindo com essa emoção à flor da pele, eles estão vindo já com essa característica (A).

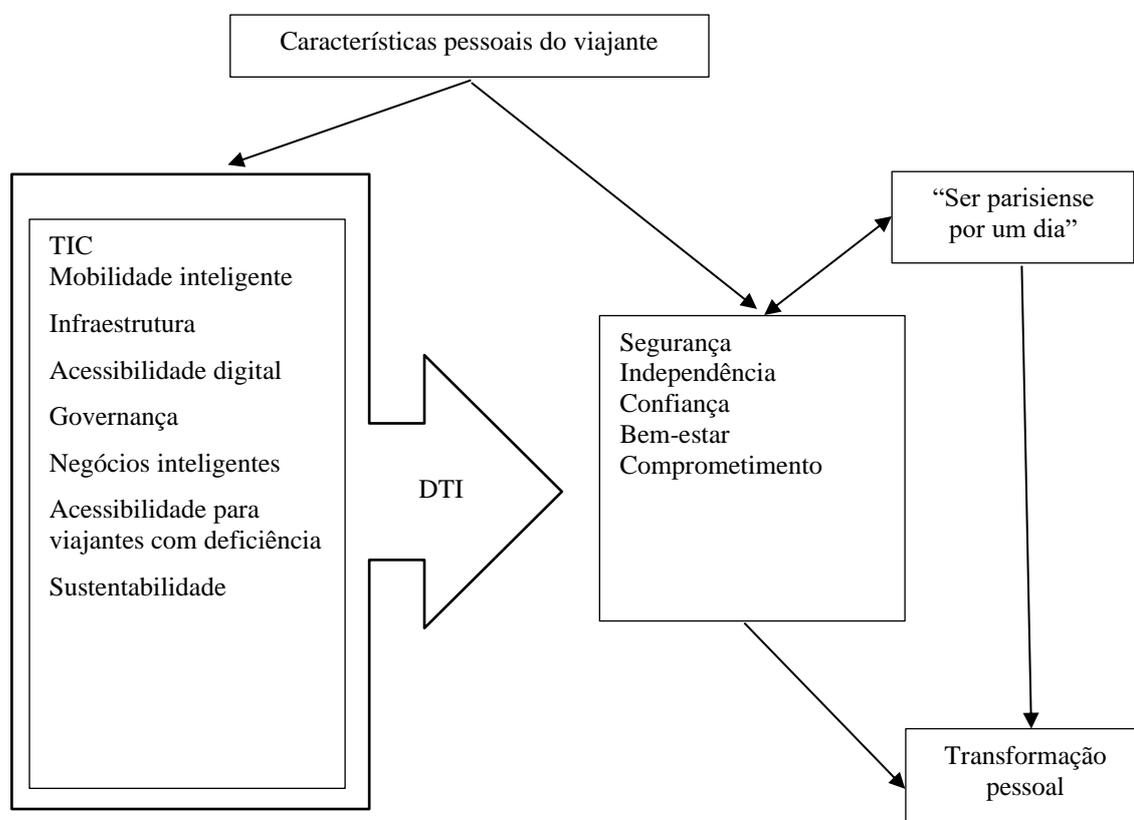
4.3 Proposição teórica

O desenvolvimento da codificação teórica fez emergir uma proposição teórica acerca dos DTIs e suas consequências sobre o comportamento do viajante. Portanto, como resultado da pesquisa realizada, o destino turístico inteligente é apresentado como categoria-código central em torno do qual as demais categorias, direta ou indiretamente, se relacionam sustentando a seguinte proposição teórica:

O DTI é um destino com sustentabilidade que tem a TIC e a infraestrutura na base da sua oferta de acessibilidade digital e mobilidade inteligente, as quais são gerenciadas pela governança e negócios inteligentes. A acessibilidade para viajantes com deficiência permeia estas dimensões. Além disso, no DTI o viajante realiza experiências turísticas inteligentes com confiança, segurança, independência e bem-estar como se ele fosse o próprio cidadão (ser parisiense por um dia), desenvolvendo com isso, o seu comprometimento em relação ao destino. A partir destas experiências, o viajante pode iniciar um processo de transformação pessoal. A percepção da inteligência do destino e suas consequências vai depender das características pessoais do viajante. O DTI também favorece o bem-estar do seu residente.

A Figura 1 ilustra essa proposição teórica.

Figura 1. Proposição teórica para o DTI e suas consequências sobre o comportamento do viajante, fundamentada nos dados de pesquisadores da academia e de profissionais dos setores público e privado ligados ao turismo.



Fonte: os Autores (2020)

5 Conclusões

Essa pesquisa tem por objetivo desenvolver uma teoria substantiva acerca das dimensões formadoras de um DTI e suas consequências sobre o comportamento dos viajantes sob a perspectiva de pesquisadores e de profissionais ligados ao turismo nos setores público e privado. Ela identificou como dimensões do DTI, a TIC, a infraestrutura, a acessibilidade digital, a mobilidade inteligente, a acessibilidade para viajantes com deficiência, a governança, os negócios inteligentes e a sustentabilidade.

Apesar desses pontos serem citados pela literatura, o presente trabalho foi capaz de ampliar o entendimento acerca do DTI dado que os entrevistados trouxeram à cena peculiaridades

típicas do contexto brasileiro, como por exemplo a burocracia da administração pública e a desatualização da legislação as quais embaraçam o desenvolvimento dos DTIs.

Dentre as dimensões citadas acima foram detalhadas pelos entrevistados o papel da governança e dos negócios inteligentes para o estabelecimento do DTI e da oferta de experiências turísticas inteligentes, cujo objetivo é fazer o viajante desfrutar do destino como se ele fosse um cidadão, ou como dito por um entrevistado, sendo “parisiense por um dia”.

Tal nível de envolvimento do viajante com as experiências turísticas inteligentes só é alcançado quando ele apresenta características pessoais favoráveis à adoção da TIC, a qual está impregnada no contexto do DTI. Essa adesão é essencial para que ele obtenha resultados de confiança, segurança, independência, bem-estar e comprometimento em relação ao destino e suas organizações.

Além disso, “ser parisiense por um dia” também pode desencadear no viajante um processo de transformação pessoal que se consolida após a realização da sua viagem. Portanto, o DTI é muito mais do que suas características tecnológicas. Seu alcance sobre o viajante vai além do conforto e comodidade gerados no viajante. Diante do baixo risco percebido no destino, ele desenvolve estados de segurança e independência em suas escolhas que proporcionam descobertas e aprendizados que podem modificar seu comportamento cotidiano.

Portanto, os gestores do DTI, particularmente as organizações de marketing do destino (*Destination Marketing Organizations - DMOs*) devem estar atentos para ouvir as avaliações e resenhas dos viajantes em redes sociais e aplicativos de viagem. Elas constituem material para avaliação da qualidade percebida, satisfação e intenções comportamentais dos viajantes. Seus resultados podem sinalizar alterações no desenho da oferta de negócios e experiências inteligentes que despertam o processamento cognitivo do viajante para conhecimentos novos.

Um aspecto a ser considerado para que o viajante seja “parisiense por um dia” é que o morador precisa estar engajado na proposta do destino, consciente de que o viajante procura por experiências imersivas bem próxima do cotidiano do residente. Por isso, cabe à governança estimular a formação de microempreendedores individuais e a formação de parcerias público-privadas para o desenvolvimento de aplicativos e dispositivos que deem ao viajante o acesso a experiências personalizadas e imersivas junto aos moradores. Logo, a tecnologia deve ser usada como elemento que aproxima o viajante do morador.

Por fim, como este trabalho estabelece uma proposição teórica passível de ser verificada, fica como sugestão para pesquisa futura, o teste da proposição teórica aqui encontrada por meio da modelagem de equações estruturais.

Referências

- AHMED, E. *et al.* Internet-of-Things-Based smart environments: State of the art , taxonomy , and open research challenges. **IEEE Wireless Communication**, October, p. 10–16, 2016.
- BELLO, O., ZEADALLY, S. Toward efficient smartification of the Internet of Things (IoT) services. **Future Generation Computer Systems**, v. 92, p. 663–673, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.future.2017.09.083>>
- BOES, K., BUHALIS, D., INVERSINI, A. Smart tourism destinations : ecosystems for tourism destination competitiveness. **International Journal of Tourism Cities**, v. 2, n. 2, p. 108–124, 2016.
- CARAGLIU, A., DEL BO, C. F. Smart innovative cities: The impact of Smart City policies on urban innovation. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 142, p. 373–383, 2019. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.07.022>>
- CHARMAZ, K. **A construção da teoria fundamentada: guia prático para análise qualitativa**. Porto Alegre: Bookman/Artmed, 2009.
- CIMBALJEVIĆ, M., STANKOV, U., PAVLUKOVIĆ, V. Going beyond the traditional destination competitiveness–reflections on a smart destination in the current research. **Current Issues in Tourism**, v. 0, n. 0, p. 1–6, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1529149>>
- DEL VECCHIO, P. *et al.* Creating value from Social Big Data: Implications for smart tourism destinations. **Information Processing & Management**, v. 54, n. 5, p. 847–860, 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ipm.2017.10.006>>
- DORCIC, J., KOMSIC, J., MARKOVIC, S. Mobile technologies and applications towards smart tourism – state of the art. **Tourism Review**, v. 74, n. 1, p. 82–103, 2018.
- FEMENIA-SERRA, F., NEUHOFER, B. Smart tourism experiences: conceptualisation, key dimensions and research agenda. **Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research**, v. 42, n. December, p. 129–150, 2018.
- GE, M., BANGUI, H., BUHNOVA, B. Big Data for Internet of Things: A survey. **Future Generation Computer Systems**, 2018. Disponível em: <<https://doi.org/10.1016/j.future.2018.04.053>>
- GLASER, B. G., STRAUSS, A. L. **The discovery of grounded theory: strategies for**

qualitative research. Renewed 19 ed. New Brunswick: Aldine Transaction, 1967.

GRETZEL, U. *et al.* Smart tourism challenges. **Journal of Tourism**, v. XVI, n. 1, p. 41–47, 2015. a. Disponível em: <[http://www.jothnbgui.in/download/Journalof TourismJune 2015.pdf#page=47](http://www.jothnbgui.in/download/Journalof%20TourismJune2015.pdf#page=47)>

GRETZEL, U. *et al.* Smart tourism: foundations and developments. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 179–188, 2015. b.

GRETZEL, U., SCARPINO-JOHNS, M. Destination resilience and smart tourism destinations. **Tourism Review International**, v. 22, p. 263–276, 2018.

GUTTENTAG, D. A., SMITH, S. L. J. Assessing Airbnb as a disruptive innovation relative to hotels: Substitution and comparative performance expectations. **International Journal of Hospitality Management**, v. 64, p. 1–10, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2017.02.003>>

HASHEM, I. A. T. *et al.* The role of big data in smart city. **International Journal of Information Management**, v. 36, n. 5, p. 748–758, 2016. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2016.05.002>>

HUANG, C. D. *et al.* Smart tourism technologies in travel planning: The role of exploration and exploitation. **Information and Management**, v. 54, n. 6, p. 757–770, 2017. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.im.2016.11.010>>

IVARS-BAIDAL, J. A., SOLSONA-MONZONÍS, F. J., GINER-SÁNCHEZ, D. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): El nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'Anàlisi Geogràfica**, v. 62, n. 2, p. 327–346, 2016. Disponível em: <<http://dag.revista.uab.es/article/view/v62-n2-ivars-solsona-giner>>

JOVICIC, D. Z. From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n. 3, p. 276–282, 2019.

KOO, C., PARK, J., LEE, J. N. Smart tourism: Traveler, business, and organizational perspectives. **Information & Management**, v. 54, n. 6, p. 683–686, 2017.

LI, M., PORTER, A. L., SUOMINEN, A. Insights into relationships between disruptive technology/innovation and emerging technology: A bibliometric perspective. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 129, n. April, p. 285–296, 2018. Disponível em: <<http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2017.09.032>>

LÓPEZ DE ÁVILA-MUÑOZ, A., GARCÍA-SÁNCHEZ, S. Destinos turísticos inteligentes. **Harvard Deusto Business Review**, v. 224, p. 58–67, 2013. Disponível em: <<http://www.thinktur.org/media/Libro-Blanco-Destinos-Tursticos-Inteligentes-construyendo-el-futuro.pdf>>

MEGED, J. W., ZILLINGER, M. Disruptive network innovation in free guided tours. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 18, n. 3, p. 303–318, 2018. Disponível

em: <<https://doi.org/10.1080/15022250.2018.1497317>>

NEUHOFER, B., BUHALIS, D., LADKIN, A. Smart technologies for personalized experiences: a case study in the hospitality domain. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 243–254, 2015.

SALDAÑA, J. **The coding manual for qualitative researchers**. 2nd. ed. London: Sage Publications Inc., 2016.

SANTOS, S. R. dos *et al.* Destino turístico inteligente: Acessibilidade no centro histórico de São Luís – Maranhão, um estudo sobre a reputação online no TripAdvisor. **Marketing & Tourism Review**, v. 1, n. 2, p. 1–27, 2016.

SANTOS, S. R. dos, GÂNDARA, J. M. G. Destino turístico inteligente: construção de um modelo de avaliação com base em indicadores para planejamento, gestão e controle de destinos histórico-culturais patrimônio da humanidade, analisando o caso de São Luiz (Maranhão, Brasil). **Cultur**, v. 10, n. 2, p. 69–79, 2016.

STRAUSS, A., CORBIN, J. **Pesquisa qualitativa: técnicas e procedimentos para o desenvolvimento de teoria fundamentada**. 2. ed. Porto Alegre: Artmed, 2008.

TRAN, H. M., HUERTAS, A., MORENO, A. (SA)6 : A new framework for the analysis of smart tourism destinations. A comparative case study of two spanish destinations. In: (J. F. Vera-Rebollo, J. A. Ivars-Baidal, M. A. Celdrán-Bernabeu, Eds.)ACTAS DEL SEMINARIO INTERNACIONAL DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES : NUEVOS HORIZONTES EN LA INVESTIGACIÓN Y GESTIÓN DEL TURISMO 2017, Alicante. **Anais...** Alicante: Universidad de Alicante, 2017. Disponível em: <<http://publicaciones.ua.es>>

Artigo recebido em: 14/01/2020

Avaliado em: 24/01/2020

Aprovado em: 19/06/2020