

Presidente da República

Luiz Inácio Lula da Silva

Ministro da Educação

Camilo Sobreira de Santana

INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA DO CEARÁ – IFCE

Reitor

Jose Wally Mendonça Menezes

Pró-Reitora de Pesquisa, Pós-graduação e Inovação

Joélia Marques de Carvalho

Pró-Reitora de Ensino

Cristiane Borges Braga

Pró-Reitora de Extensão

Ana Claudia Uchôa Araújo

Pró-Reitor de Administração e Planejamento

Reuber Saraiva de Santiago

Pró-Reitor de Gestão de Pessoas

Marcel Ribeiro Mendonça

EDITORA IFCE

Editor Executivo

Tiago Estevam Gonçalves

CONSELHEIROS NATOS

Ana Cláudia Uchoa Araújo

Cristiane Borges Braga

Joélia Marques de Carvalho

Sara Maria Peres de Morais

Tiago Estevam Gonçalves

CONSELHEIROS TITULARES

Alisandra Cavalcante Fernandes de Almeida	Nadia Ferreira de Andrade Esmeraldo	Rommulo Celly Lima Siqueira
David Moreno Montenegro	Auzuir Ripardo de Alexandria	Harine Matos Maciel
Paula Patricia Barbosa Ventura	Francisco Jose Alves de Aquino	Maria do Socorro de Assis Braun
Josefranci Moraes de Farias Fonteles	Sandro Cesar Silveira Juca	Sarah Mesquita Lima
Marcilio Costa Teixeira	Antonio Cavalcante de Almeida	Jose Eranildo Teles de Nascimento
Marieta Maria Martins Lauer	Beatriz Helena Peixoto Brandao	Igor de Moraes Paim
Barbara Suellen Ferreira Rodrigues	Joao Eudes Portela de Sousa	Nara Lidia Mendes Alencar
Sebastiao Junior Teixeira Vasconcelos	Juliana Zani de Almeida	Meire Celedonio de Silva
	Glauber Carvalho Nobre	Marilene Barbosa Pinheiro
		Wendel Alves de Medeiros

Introdução aos Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)

conceitos e fundamentos

Organizadores:

Janaído Soares de Sousa

Adson Rodrigo Silva Pinheiro

Susana Dantas Coelho

Ricardo Furtado Rodrigues

Destinos Turísticos Inteligentes

Fortaleza - CE
2026



Introdução aos destinos turísticos inteligentes (DTI): conceitos e fundamentos.
Organizadores: Janaildo Soares de Sousa, Adson Rodrigo Silva Pinheiro,
Susana Dantas Coelho e Ricardo Furtado Rodrigues

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará – IFCE
Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação – PRPI Editora IFCE – EDIFCE

As informações contidas no livro são de inteira responsabilidade dos seus autores.

EDITORA IFCE

Editor Executivo

Tiago Estevam Gonçalves

Editora Adjunta e Normalização

Sara Maria Peres de Moraes

Revisão

Marilene Pinheiro e Daniel Aguiar e Silva

Projeto Gráfico e Diagramação

Phabrica de Produções:

Alecsander Coelho, Daniela Bissiguini, Érsio Ribeiro, Kauê Rodrigues,
Paulo Ciola, Rebeca Tonello e Thiago Cordeiro

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará

Editora IFCE - EDIFCE

161 Introdução aos destinos turísticos inteligentes (DTI): conceitos e fundamentos /
Organizadores: Janaildo Soares de Sousa... [et. al.] --. Fortaleza: EDIFCE, 2026.
Antônia Alves de Alencar... [et. al.] --. Fortaleza: EDIFCE, 2025.

195 p. il. (Coleção Vozes)

E-book no formato PDF 2.369 KB

ISBN: 978-65-84233-12-6 (e-book)

ISBN: 978-65-84233-13-3 (impresso)

DOI: 10.21439/EDIFCE.127

1.Turismo sustentável. 2. Sustentabilidade. 3. Tecnologia. I. Sousa, Janaildo Soares de (org.). II. Pinheiro, Adson Rodrigo Silva (org.). III. Coelho, Susana Dantas (org.). IV. Rodrigues, Ricardo Furtado (org.). V. Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. VI. EDIFCE. VII. Título.

CDD 338.47

Bibliotecária responsável: Sara Maria Peres de Moraes CRB N° 3/901



Contato

Rua Jorge Dumar, 1703 - Jardim América, Fortaleza - CE, 60410-426. Fone:

(85)34012263 /

E-mail: edifce@ifce.edu.br / Site: editora.ifce.edu.br.

Sumário

Capítulo 1 - Destinos turísticos tradicionais e destinos turísticos inteligentes	13
1. Introdução	13
2. Destinos turísticos tradicionais	15
3. Destinos turísticos inteligentes (DTIs)	16
4. Considerações finais	20
Capítulo 2 - A estratégia nacional dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) no Brasil	23
1. Introdução	23
2. Os destinos turísticos e a estratégia nacional Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) do Brasil	25
3. O modelo DTI da Espanha – sociedad mercantil estatal para la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas (segittur) e o do Brasil: características e diferenças	33
4. Considerações finais	46
Capítulo 3 - Criatividade e inovação nos Destinos Turísticos Inteligentes	55
1. Introdução	55
2. Definição de Destinos Turísticos Inteligentes	56
3. Considerações finais	70
Capítulo 4 - O papel da economia criativa na sustentabilidade e competitividade dos destinos turísticos inteligentes	75
1. Introdução	75
2. Definição de economia criativa	77
3. Considerações finais	88

Capítulo 5 - A cultura nos destinos turísticos inteligentes (DTI): oportunidades e desafios	91
1. Introdução	91
2. Integração da cultura nos DTI: sustentabilidade e tecnologia	95
3. Considerações finais	103
Capítulo 6 - Felicidade Interna Bruta (FIB) e os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs)	107
1. Introdução	107
2. Conceito de Felicidade Interna Bruta: definição e origens	109
3. Considerações finais	127
Capítulo 7 - Ecossistemas para suporte aos Destinos Turísticos Inteligentes: uma revisão sistemática	135
1. Introdução	135
2. Turismo inteligente e ecossistemas digitais: interações, tendências e lacunas de pesquisa	137
3. Resultados e discussão	139
4. Considerações finais	148
Capítulo 8 - Destinos Turísticos Inteligentes: mapeamento temático da produção científica no Brasil (2019 - 2024)	153
1. Introdução	153
2. Considerações finais	170
Capítulo 9 - La innovación como elemento clave de los Destinos Turísticos Inteligentes: una revisión conceptual	177
1. Introducción	177
2. La innovación como base de los Destinos Turísticos Inteligentes	179
3. Consideraciones finales	188
SOBRE OS ORGANIZADORES	194

PREFÁCIO

O Capítulo 1 oferece uma visão geral da evolução dos destinos turísticos, contrastando os modelos tradicionais com os emergentes DTIs e destacando que essa transição representa não apenas uma mudança tecnológica, mas uma nova forma de gestão baseada em dados, inteligência artificial e participação multissetorial.

O Capítulo 2 aprofunda a discussão ao tratar da Estratégia Nacional de DTIs no Brasil, ressaltando a importância da inovação tecnológica para o reposicionamento do turismo brasileiro em nível internacional, alinhando-o às melhores práticas globais.

O Capítulo 3 enfoca a criatividade e a inovação como pilares essenciais na construção de experiências turísticas singulares e sustentáveis, apontando como gestores e profissionais podem utilizar esses elementos para enfrentar desafios e aproveitar oportunidades no turismo inteligente.

O Capítulo 4 aborda a Economia Criativa como vetor estratégico dos DTIs, destacando sua contribuição para a inovação, a valorização cultural e o desenvolvimento socioeconômico dos destinos turísticos.

No Capítulo 5, a cultura é tratada como componente central da atratividade dos DTIs, com enfoque na integração entre tradição e tecnologia como forma de promover o patrimônio cultural de maneira interativa e sustentável.

O Capítulo 6 discute as possíveis conexões entre os princípios da Felicidade Interna Bruta (FIB) e os DTIs, refletindo sobre como o bem-estar coletivo, a tecnologia e a gestão pública eficiente podem se articular para além da dimensão técnica do turismo inteligente.

O Capítulo 7 analisa os ecossistemas de suporte aos DTIs a partir de uma revisão sistemática da literatura, evidenciando o papel das TICs, da Internet das Coisas (IoT) e das redes colaborativas.

O Capítulo 8 realiza uma análise crítica da produção científica brasileira sobre DTIs, utilizando ferramentas de análise textual para mapear tendências, lacunas e oportunidades na literatura nacional.

Por fim, o Capítulo 9 trata da inovação como elemento central nos DTIs, associando-a à gestão do conhecimento, à co-criação e à sustentabilidade. Com base em uma revisão bibliométrica, propõe-se uma redefinição do conceito, apresentando os DTIs como destinos turísticos inovadores baseados em conhecimento, com destaque para a articulação entre TICs, governança e atores locais.

Esta obra configura um esforço coletivo para subsidiar políticas públicas de turismo e fomentar destinos mais sustentáveis, inclusivos e inteligentes, oferecendo reflexões e diretrizes relevantes para gestores, empresas e profissionais do setor.

Francisco Antonio dos Anjos, Dr.

Pesquisador do CNPq

Professor do Programa de Pós-Graduação
em Turismo e Hotelaria (UNIVALI)

APRESENTAÇÃO

O livro **Introdução aos Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**: conceitos e fundamentos configura-se como uma contribuição relevante e atual para o campo do turismo ao reunir reflexões teóricas, metodológicas e práticas sobre os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs). Com foco nos princípios de inovação, sustentabilidade, governança, cultura e bem-estar, a obra resulta do esforço coletivo de pesquisadores e profissionais com sólida trajetória na área. Sua linguagem clara e acessível não compromete o rigor acadêmico, proporcionando uma leitura formativa e abrangente.

Os capítulos articulam fundamentos conceituais com experiências concretas, promovendo uma análise crítica sobre os desafios e as oportunidades da implementação dos DTIs no Brasil, com destaque para o papel das tecnologias da informação e comunicação (TICs), da participação social, da criatividade, da acessibilidade universal e da integração entre tradição e inovação.

A coletânea percorre desde a evolução histórica dos destinos turísticos até a adaptação de metodologias internacionais à realidade brasileira, examinando políticas públicas, estratégias empresariais e iniciativas culturais voltadas à construção de destinos mais sustentáveis, inclusivos e conectados.

Temas como economia criativa, patrimônio cultural, Felicidade Interna Bruta (FIB) aplicada ao turismo, ecossistemas de inovação e a produção científica nacional sobre

turismo inteligente são explorados de forma integrada, evidenciando o potencial transformador dos DTIs como modelo de desenvolvimento territorial.

A proposta editorial teve origem no projeto de pesquisa de Janaildo Sousa, aprovado na Especialização em Turismo Sustentável do Instituto Federal do Ceará (IFCE). O autor dedicou seu estudo à análise da capital cearense à luz da metodologia DTI, no contexto de sua atuação como um dos técnicos responsáveis, juntamente com Neysia Aguiar, pela execução local da política pública Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) em Fortaleza, coordenada pelo Ministério do Turismo e desenvolvida pela Secretaria Municipal do Turismo (SETFOR).

Sua trajetória na área inclui capacitações em eventos nacionais e internacionais realizados em cidades como Brasília, Foz do Iguaçu, Fortaleza, Montevidéu (Uruguai) e Medellín (Colômbia). Essas experiências consolidaram sua formação teórica e prática no campo. Como desdobramento, em 2024, participou do Latin American Symposium City, Architecture and Sustainability, apresentando o artigo “Fortaleza como Destino Turístico Inteligente: desafios e oportunidades de gestão”, em coautoria com Lucas Fernandes Comaru, Ricardo Furtado Rodrigues, Susana Dantas Coelho, orientadora da pesquisa, e Adson Rodrigo Silva Pinheiro. O trabalho foi posteriormente selecionado para publicação no periódico técnico-científico Cidades Verdes. Por fim, em 2025, concluiu o Curso de Formação de Consultores e Auditores da Rede Ibero-americana de Destinos Turísticos Inteligentes, oferecido pela Universidad Nacional de La Plata.

A partir dessa trajetória acadêmica e profissional, a presente obra foi concebida com o objetivo de ampliar o debate sobre os caminhos do turismo inteligente no Brasil. O livro evidencia o crescente interesse pelo conceito de DTIs nas últimas duas décadas, tanto no meio acadêmico quanto nas esferas pública e privada, reunindo contribuições conceituais, práticas institucionais e estratégias em andamento

desde meados da década de 2010. A obra busca explorar os fundamentos, os avanços e os desafios da implementação dos DTIs, contribuindo para o fortalecimento de um modelo de turismo mais inteligente, inclusivo e orientado à melhoria da qualidade de vida nos territórios.

No contexto nacional, essa agenda tem sido impulsionada pela convergência entre sustentabilidade, inovação e governança digital, fortemente influenciada por experiências ibero-americanas.

Dirigida a pesquisadores, estudantes, gestores públicos e profissionais do setor turístico, esta obra busca apoiar aqueles que desejam compreender as dinâmicas contemporâneas do turismo inteligente e aplicar esse conhecimento na construção de destinos mais preparados para os desafios do século XXI. Ao integrar diferentes perspectivas e experiências, o livro também fortalece o diálogo entre academia, setor público e iniciativa privada, oferecendo subsídios valiosos para a formulação de políticas públicas e estratégias locais de desenvolvimento.

Capítulo 1

Destinos turísticos tradicionais e destinos turísticos inteligentes

Susana Dantas Coelho

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0003-3021-2015>

Lattes da autora: <http://lattes.cnpq.br/8115239838395546>

1. Introdução

Os destinos turísticos ocupam posição central na complexa estrutura da indústria global do turismo, configurando-se como espaços que articulam múltiplas dimensões, dentre elas, a natural, cultural, histórica e social, em prol de experiências diversificadas. Nesses territórios, o deslocamento do viajante transcende o ato de visitar e adquire caráter simbólico, educativo e vivencial, refletindo a busca contemporânea por autenticidade e pertencimento.

Tais destinos distinguem-se pela capacidade singular de atrair visitantes, seja pela beleza de suas paisagens, pela riqueza do patrimônio cultural ou pela solidez de uma infraestrutura turística consolidada ao longo do tempo. Além de impulsionarem economias locais, desempenham papel estratégico na preservação das identidades territoriais, transformando-se em arenas de desafios contemporâneos que demandam modelos de gestão sustentáveis, sensíveis e integrados, capazes de equilibrar a exploração turística com a conservação ambiental e sociocultural.

Entre os elementos que mais contribuem para a atratividade dos destinos tradicionais, destacam-se os recursos

naturais, que configuram cenários propícios à contemplação e ao lazer em contato direto com o meio ambiente. Trilhas ecológicas, atividades náuticas e práticas de ecoturismo exemplificam o potencial dessas paisagens, que vão além do valor estético para assumir função ecológica e educativa. Em muitos casos, os recursos financeiros oriundos do turismo convertem-se em mecanismos de fomento à conservação ambiental, garantindo a manutenção dos ecossistemas e da biodiversidade.

De igual relevância, os aspectos culturais conferem profundidade simbólica e singularidade aos destinos turísticos. Monumentos históricos, celebrações populares, manifestações artísticas e saberes tradicionais compõem um mosaico vivo de memórias coletivas, consolidando o turismo como vetor de valorização do patrimônio imaterial. Festivais, expressões culinárias e o artesanato local constituem narrativas tangíveis que revelam modos de vida, valores e identidades, transformando a experiência turística em um processo de intercâmbio cultural e aprendizado mútuo.

Entretanto, os destinos tradicionais enfrentam desafios estruturais decorrentes do turismo de massa, como a superlotação, a degradação ambiental e a descaracterização cultural. Tais impactos evidenciam a urgência de

estratégias de planejamento e governança participativa que conciliem o desenvolvimento econômico com a sustentabilidade e o envolvimento das comunidades anfitriãs.

Nesse contexto, emergem os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) como uma evolução significativa na gestão territorial do turismo, fundamentados no uso intensivo das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). Essa abordagem inovadora propõe a integração de dados em tempo real e a personalização de serviços, com vistas a aprimorar a experiência do visitante, otimizar recursos e aumentar a competitividade dos destinos.

A transição para os DTIs, entretanto, transcende a dimensão tecnológica: representa uma mudança paradigmática na forma de conceber e administrar o turismo. O uso de ferramentas como big data, inteligência artificial e Internet das Coisas (IoT) possibilita a análise de fluxos turísticos, o monitoramento ambiental e a participação colaborativa de diferentes stakeholders, reforçando a governança compartilhada e a transparência nas tomadas de decisão.

Assim, embora os destinos turísticos tradicionais permaneçam como pilares fundamentais do setor, observa-se uma tendência crescente em direção aos modelos inteligentes de gestão, que associam

inovação tecnológica e sustentabilidade como eixos estruturantes. Essa convergência anuncia um novo paradigma do turismo contemporâneo,

orientado por princípios de resiliência, inclusão e adaptabilidade frente às transformações globais e às expectativas dos viajantes modernos.

2. Destinos turísticos tradicionais

O turismo, enquanto fenômeno social, econômico e cultural, tem se transformado profundamente nas últimas décadas, impulsionado por mudanças tecnológicas, comportamentais e ambientais. Nesse contexto, os destinos turísticos tradicionais, que historicamente consolidaram o turismo mundial, convivem hoje com um novo paradigma: o dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), o que reflete não apenas a incorporação de tecnologias digitais, mas também uma reconfiguração conceitual e operacional da gestão do turismo, orientada pela sustentabilidade, pela inovação e pela participação social.

Os destinos turísticos tradicionais são caracterizados por possuírem atrativos naturais, culturais e históricos que conferem identidade e valor simbólico a um território. São cidades, regiões ou localidades que atraem visitantes devido à beleza cênica, ao patrimônio histórico, à gastronomia, às manifestações artísticas e às tradições locais. Constituem a base sobre a qual se consolidou o turismo global,

representando espaços de encontro, troca cultural e dinamização econômica. Contudo, sua dependência de modelos convencionais de gestão e promoção, somada ao crescimento do turismo de massa, trouxe desafios significativos, como a pressão sobre os ecossistemas, a superlotação, a gentrificação e a perda de autenticidade cultural.

Diante dessas limitações, a gestão dos destinos passou a demandar abordagens mais inovadoras, capazes de conciliar o desenvolvimento econômico com a sustentabilidade e a qualidade de vida da população local. É nesse cenário que emergem os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), conceito que se estrutura a partir da convergência entre Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), governança participativa e sustentabilidade. Os DTIs representam uma evolução dos destinos tradicionais, pois utilizam a tecnologia como ferramenta estratégica para melhorar a experiência do turista, otimizar a gestão pública e privada e fortalecer a competitividade territorial.

3. Destinos turísticos inteligentes (DTIs)

O termo “Destinos Turísticos Inteligentes” começou a emergir na literatura e na prática do turismo na primeira década dos anos 2000, quando a transformação digital e a popularização da internet, junto com avanços em big data, internet das coisas (IoT), inteligência artificial (IA) e outras TIC, criaram novas oportunidades para a gestão e promoção dos destinos turísticos.

Segundo Buhalis e Amaranggana (2013), um destino turístico inteligente é aquele que utiliza infraestrutura tecnológica avançada para coletar, analisar e compartilhar informações em tempo real, possibilitando uma gestão integrada e respostas rápidas às demandas dos visitantes. Esse modelo permite o desenvolvimento de políticas mais eficazes, fundamentadas em dados e orientadas por indicadores de desempenho ambiental, econômico e social.

Nos DTIs, o turista deixa de ser um mero consumidor e passa a atuar como agente interativo, participando da criação e difusão de experiências por meio de plataformas digitais, redes sociais e aplicativos móveis. Paralelamente, os residentes locais ganham voz ativa no processo decisório, participando da gestão e do planejamento por meio de mecanismos de governança colaborativa. Essa lógica

descentralizada e participativa rompe com o modelo hierárquico dos destinos tradicionais, promovendo integração entre turistas, empresas, comunidade e poder público.

Além da dimensão tecnológica, os DTIs incorporam a sustentabilidade como eixo central de sua estrutura. A inovação não é vista apenas como instrumento de eficiência, mas como meio de promover equilíbrio entre crescimento turístico, conservação ambiental e inclusão social. A coleta e análise de dados permitem o monitoramento contínuo dos impactos do turismo, contribuindo para políticas mais responsáveis e para o uso racional dos recursos naturais. Desse modo, o destino inteligente se configura como um ecossistema sustentável, em que tecnologia e responsabilidade ambiental caminham lado a lado.

A transição dos destinos tradicionais para os DTIs não deve ser entendida como substituição de modelos, mas como processo evolutivo e complementar. Os destinos tradicionais permanecem essenciais à identidade e à diversidade cultural do turismo mundial, enquanto os DTIs propõem um novo modo de pensar e gerir esses espaços à luz da transformação digital e das exigências contemporâneas de sustentabilidade. O desafio está em equilibrar

tradição e inovação, garantindo que o uso da tecnologia não elimine a autenticidade, mas a potencialize de forma inteligente e ética.

Assim, os DTIs podem ser considerados uma evolução dos conceitos de destinos sustentáveis e competitivos, integrando de forma holística as TIC para melhorar a experiência turística, a gestão do destino e a qualidade de vida dos residentes.

Vários destinos ao redor do mundo têm se dedicado à implementação do conceito de DTIs, integrando tecnologias avançadas em sua gestão turística. Barcelona, na Espanha, é frequentemente citada como um exemplo dessa transformação, tendo implementado uma série de iniciativas tecnológicas para melhorar a gestão do turismo, como a utilização de sensores IoT para monitorar o fluxo de turistas, *big data* para analisar padrões de comportamento dos visitantes e plataformas digitais para oferecer informações personalizadas aos turistas. Além disso, Barcelona tem se concentrado em promover a sustentabilidade e a qualidade de vida dos residentes, equilibrando o desenvolvimento turístico com a preservação cultural e ambiental (Gretzel *et al.*, 2015).

Já na Holanda, Amsterdã tem sido líder na integração de TIC em sua estratégia de turismo, utilizando *big data* para gerenciar o fluxo de

visitantes e minimizar os impactos negativos do turismo de massa. A cidade também desenvolve aplicativos móveis e outras ferramentas digitais para melhorar a experiência dos turistas, fornecendo informações em tempo real sobre atrações, transporte e eventos (Boes *et al.*, 2016).

Em Dubai, nos Emirados Árabes, houve investimento em tecnologias avançadas para se posicionar como um DTI. A cidade utiliza *big data* e IA para analisar o comportamento dos turistas e otimizar a oferta de serviços. Além disso, implementou uma infraestrutura de TICs robusta, incluindo redes de alta velocidade e plataformas de e-governança, para suportar suas iniciativas de turismo inteligente (Khan *et al.*, 2022).

No Brasil, embora ainda em estágio inicial, iniciativas de destinos turísticos inteligentes começam a emergir em cidades como Curitiba, Florianópolis e Salvador, que vêm incorporando soluções digitais para melhorar a mobilidade urbana, a gestão de resíduos, a comunicação com o turista e a promoção cultural. Essas experiências sinalizam o potencial transformador da inovação tecnológica aplicada ao turismo, ao mesmo tempo em que revelam os desafios estruturais do país, como a necessidade de infraestrutura digital adequada, capacitação técnica e articulação institucional.

É válido destacar que a evolução dos DTIs no Brasil pode ser analisada a partir de várias perspectivas, incluindo a tecnológica, a de gestão e a de sustentabilidade. Diversos autores brasileiros têm contribuído para essa discussão, trazendo à tona as particularidades e os desafios enfrentados pelos destinos turísticos no País.

Na visão de Rodrigues e Maciel (2017), é de grande importância a implementação de plataformas digitais integradas que permitam a coleta e análise de dados em tempo real para melhorar a gestão turística. Eles argumentam que a utilização de big data e a internet das coisas (IoT) são fundamentais para o desenvolvimento de DTIs, pois permitem um monitoramento contínuo e uma adaptação rápida às mudanças nas demandas dos turistas.

No âmbito social dos DTIs, Castro (2020) destaca a importância de envolver a comunidade local no processo de desenvolvimento e gestão do destino, defendendo que a participação ativa dos residentes é crucial para garantir que os benefícios do turismo sejam distribuídos de forma equitativa e que as TIC possam ser uma ferramenta poderosa para facilitar essa participação, através de plataformas de governança colaborativa e redes sociais.

Nesse cenário, pode-se concluir que o conceito de destinos turísticos inteligentes (DTIs) representa uma evolução significativa na forma como destinos turísticos são gerenciados e promovidos, incorporando tecnologias avançadas para atender às novas demandas dos turistas e das comunidades locais. Desde sua emergência no início do século XXI, impulsionado pela transformação digital, os DTIs têm integrado TIC para coletar e analisar dados em tempo real, facilitando a personalização dos serviços e a sustentabilidade. Exemplos de sucesso, como Barcelona, Dubai e Amsterdã, demonstram como a implementação de tecnologias como big data e IoT podem melhorar a experiência turística e a gestão do destino.

3.1 Principais características e diferenças entre os dois modelos

A evolução dos destinos turísticos ao longo das últimas décadas reflete uma mudança significativa nas demandas dos turistas e nas capacidades tecnológicas disponíveis para gerenciar e promover o turismo. Os destinos turísticos tradicionais e os destinos turísticos inteligentes (DTIs) representam duas abordagens distintas na gestão de destinos, cada uma com suas características específicas.

De um modo geral, os destinos turísticos tradicionais são caracterizados por uma abordagem mais convencional e estática na gestão e promoção do turismo, onde suas características incluem:

- foco em atrações físicas e infraestrutura básica, como hotéis, restaurantes, pontos turísticos naturais e culturais;
- utilização de métodos tradicionais de marketing, como *folders*, guias, revistas, propagandas em mídias impressa e televisiva;
- a administração é geralmente centralizada em órgãos governamentais ou entidades específicas do turismo, com pouca ou nenhuma integração de tecnologias avançadas;
- integração limitada com o turista a pontos de contato tradicionais, como centros de informações turísticas;
- dados limitados a coleta de dados sobre o comportamento e as preferências dos turistas é mínima e frequentemente baseada em pesquisas esporádicas;
- as práticas sustentáveis podem não estar integradas de maneira sistemática ao planejamento e gestão do destino.

Já os destinos turísticos inteligentes incorporam tecnologias avançadas de modo a oferecer uma experiência mais personalizada, eficiente e sustentável, incluindo:

- integração de TIC, a partir do uso excessivo de tecnologias da informação e comunicação para a coleta e análise de dados em tempo real;
- personalização da experiência do turista através de aplicativos móveis, plataformas digitais e outros meios tecnológicos;
- envolvimento de múltiplos *stakeholders*, incluindo governo, empresas locais, residentes e turistas, em um ecossistema colaborativo e interconectado;
- utilização de marketing digital, redes sociais e outras plataformas online para promover o destino e interagir com turistas;
- implementação de práticas sustentáveis baseadas em monitoramento contínuo e gestão adaptativa para minimizar impactos ambientais e promover o bem-estar das comunidades locais;
- infraestrutura de conectividade robusta, incluindo Wi-Fi gratuito em áreas públicas, sensores IoT para monitoramento de fluxos turísticos e plataformas de e-governança.

Diante dessas características, a principal diferença entre destinos turísticos tradicionais e DTIs está na utilização de tecnologias e dados para gestão e promoção do turismo. Enquanto os destinos tradicionais dependem de métodos estáticos e centralizados, os DTIs adotam uma abordagem dinâmica e descentralizada na qual a conectividade e a inovação tecnológica são centrais.

4. Considerações finais

A análise dos destinos turísticos tradicionais e dos destinos turísticos inteligentes (DTIs) evidencia a evolução e a adaptação da indústria do turismo às demandas contemporâneas. Enquanto destinos tradicionais, como Roma, Paris e Kyoto, continuam a atrair turistas com suas paisagens naturais e riquezas culturais, enfrentam desafios de superlotação e impactos ambientais que exigem uma gestão sustentável.

Por outro lado, os DTIs emergem como uma solução inovadora, integrando tecnologias da informação e comunicação (TIC) para oferecer experiências turísticas mais personalizadas e eficientes, promovendo ao mesmo tempo a sustentabilidade e o bem-estar das comunidades locais. Exemplos de cidades como Barcelona, Amsterdã e Dubai demonstram o potencial da utilização

Nesse contexto, a transição de destinos turísticos tradicionais para destinos turísticos inteligentes representa não apenas uma mudança tecnológica, mas também uma transformação cultural e operacional na maneira como o turismo é concebido e gerenciado. Essa evolução reflete a necessidade de um turismo mais sustentável, inclusivo e adaptável às rápidas mudanças nas preferências dos turistas e nas condições globais.

de big data, IoT e inteligência artificial para melhorar a gestão turística e a qualidade de vida dos residentes.

A transição para DTIs representa não apenas uma mudança tecnológica, mas também uma transformação cultural e operacional, refletindo a necessidade de um turismo mais sustentável, inclusivo e adaptável. A adoção dessas tecnologias pode fortalecer a competitividade dos destinos turísticos, contribuindo significativamente para a preservação ambiental, inclusão social e desenvolvimento econômico sustentável em escala global.

Assim, a coexistência de destinos turísticos tradicionais e inteligentes aponta para um futuro onde a inovação tecnológica e a sustentabilidade serão centrais para a gestão eficiente e responsável dos destinos turísticos.

Referências

BENI, M. C. **Análise da gestão dos destinos turísticos**: um enfoque na inovação e sustentabilidade. São Paulo: Editora Manole, 2012.

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. **International Journal of Tourism Cities**, v. 2, n. 2, 2016.

BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations. *In: Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, Cham: Springer, 2013, p. 553-564.

CASTRO, R. S. **Turismo Inteligente**: Inovação e Tecnologia na Gestão dos Destinos Turísticos. São Paulo: Editora Senac, 2020.

GLASS, R. **Introduction**. In: Centre for urban studies. London: aspects of change. London: MacGibbon & Kee, 1964.

GRETZEL, U.; WERTNER, H.; KOO, C.; LAMSFUS, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**, v. 50, 2015.

KHAN, M.; AMMARA, U.; RASHEED, K.; MANSOOR, A.; AL-FUQAHA, A. **Smart Cities from the Perspective of Systems**. Systems, 2022.

RODRIGUES, C. G.; MACIEL, C. Big Data e Internet das Coisas na Gestão de Destinos Turísticos Inteligentes. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 11, n. 2, 2017.

SOUZA, T. R.; FERNANDES, E. C. Destinos Turísticos Inteligentes e Sustentabilidade: Desafios e Perspectivas no Contexto Brasileiro. **Turismo em Análise**, v. 30, n. 1, 2019.

Capítulo 2

A estratégia nacional dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) no Brasil

Janaildo Soares de Sousa

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-3380-5660>

Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/8626949696642416>

Adson Rodrigo Silva Pinheiro

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-9559-8230>

Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/0086791472782340>

1. Introdução

O turismo é um setor econômico fundamental para o Brasil, contribuindo de forma significativa para o Produto Interno Bruto (PIB) e para a geração de empregos renda (Ministério do Turismo, 2024). Com sua vasta diversidade cultural e natural, o país atrai milhões de turistas anualmente, promovendo o desenvolvimento regional e a inclusão social. No entanto, para manter-se competitivo em um mercado global cada vez mais dinâmico, é essencial investir na incorporação de novas tecnologias ao setor turístico.

Diversos estudos apontam a importância das tecnologias digitais como fatores-chave para a sustentabilidade e a competitividade dos destinos turísticos (Boes; Buhalis, 2000; Buhalis 2014; Buhalis; Amaranggana, 2015; Buhalis; Inversini, 2016). O avanço das Tecnologias da Informação (TICs) ou a transformação digital permitiu aprimorar a experiência dos visitantes, otimizar recursos e aumentar a eficiência operacional das empresas do setor. É nesse contexto

que emerge o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), definidos como locais turísticos inovadores, sustentados por infraestrutura tecnológica avançada, capazes de promover o desenvolvimento sustentável do território, facilitar a interação e integração do visitante com o meio e elevar tanto a qualidade da experiência turística quanto a qualidade de vida dos residentes (Boes; Buhalis; Inversini, 2016). Os DTIs se caracterizam pelo uso intensivo de tecnologias para coleta e análise de dados, oferta de experiências personalizadas e gestão eficiente dos recursos naturais e culturais.

A implementação da estratégia nacional de DTIs no Brasil visa alinhar o país às melhores práticas internacionais, promovendo um turismo mais inovador, sustentável e inclusivo. Ela foi elaborada como resposta às crescentes demandas do mercado turístico global e à necessidade de modernização e inovação do setor nacional. Seu objetivo é posicionar o Brasil como um destino competitivo e alinhado às tendências contemporâneas.

Este capítulo tem como finalidade analisar e discutir a implementação da Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil, destacando suas principais características, desafios e oportunidades. A proposta é demonstrar como a adoção de tecnologias

avançadas e práticas inovadoras pode transformar os destinos brasileiros, tornando-os mais sustentáveis, atrativos e acessíveis. A abordagem metodológica é qualitativa, baseada em pesquisa bibliográfica e análise documental.

A investigação foi realizada em quatro etapas principais, incluindo a revisão da literatura especializada sobre DTIs, a análise de documentos oficiais elaborados pelo Ministério do Turismo e por instituições parceiras, e a sistematização de diretrizes, planos de ação e estudos de caso implementados no Brasil (Ministério do Turismo, 2024).

Os resultados da análise evidenciam que a Estratégia Nacional de DTIs contribui significativamente para o aprimoramento da experiência do turista por meio do uso de tecnologias como aplicativos móveis, realidade aumentada, big data e Internet das Coisas (IoT). Essas ferramentas oferecem informações em tempo real, sugerem rotas personalizadas e indicam atividades com base nas preferências individuais. Tais soluções elevam a qualidade da visita e aumentam a segurança e o conforto dos visitantes. Além disso, a estratégia promove a sustentabilidade ambiental e social ao integrar práticas de gestão inteligente de recursos naturais, incentivar o respeito à cultura local e favorecer o bem-estar das

comunidades receptoras.

A modernização da infraestrutura urbana constitui outro avanço importante. A implementação dos princípios dos DTIs demanda investimentos em conectividade, transporte inteligente, planejamento urbano eficiente e serviços públicos de qualidade. Essas melhorias beneficiam tanto turistas quanto residentes, tornando os espaços urbanos mais agradáveis, funcionais e resilientes. O Brasil, com sua imensa diversidade cultural e natural, possui uma vantagem competitiva significativa na construção de destinos turísticos inteligentes. A valorização e a digitalização do patrimônio natural e cultural ampliam a atratividade turística, fortalecem

a identidade local e promovem o orgulho comunitário. A experiência brasileira, ao articular inovação tecnológica, governança participativa e respeito às singularidades territoriais, pode servir de referência para outros países em desenvolvimento que buscam modelos sustentáveis de turismo.

Em síntese, essa política pública do Ministério do Turismo propõe não apenas a modernização do setor, mas uma nova forma de planejar o turismo no Brasil, promovendo desenvolvimento sustentável, inclusão social e competitividade internacional, com base na articulação entre tecnologia, governança e valorização das especificidades locais.

2. Os destinos turísticos e a estratégia nacional Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) do Brasil

A compreensão do que caracteriza um destino turístico e de como ele evolui ao longo do tempo é fundamental para o planejamento e a gestão do turismo. À medida que as preferências dos viajantes se diversificam e as demandas por experiências qualificadas aumentam, torna-se necessário analisar não apenas os atrativos de um território, mas também sua capacidade de organização, infraestrutura, serviços e estratégias de posicionamento. Nesse sentido, diferentes autores

têm contribuído para conceituar os destinos turísticos e propor modelos que auxiliam na compreensão de sua dinâmica, de seus estágios de desenvolvimento e de seus desafios de gestão. A seguir, são apresentados conceitos fundamentais e referenciais teóricos que ajudam a entender a natureza dos destinos e sua evolução.

Os destinos turísticos são lugares que atraem visitantes por conta de seus atrativos naturais,

culturais, históricos ou de lazer. Eles podem variar bastante, desde pequenas vilas e cidades até regiões inteiras, e costumam oferecer uma combinação de experiências, serviços e infraestruturas voltadas para o turismo.

De acordo com Cooper, Fletcher, Gilbert e Wanhill (1993), “um destino turístico é um local que possui atrativos e facilidades que motivam a visita de turistas e satisfazem suas necessidades de lazer e entretenimento”. Para esses autores, a variedade e a qualidade das atrações são fatores decisivos na escolha de um destino.

Esses lugares também costumam ser classificados conforme suas características predominantes, como destinos de sol e praia, culturais, ecológicos, de aventura, entre outros. Segundo Smith (2015), a categorização dos destinos turísticos contribui para compreender as motivações dos visitantes e para orientar estratégias de marketing mais eficazes. No entanto, no caso brasileiro, essa abordagem vem sendo objeto de críticas, especialmente após sucessivas avaliações que evidenciaram limitações estruturais do modelo de categorização adotado pelo Ministério do Turismo.

De acordo com o estudo de Sousa e Silva (2025), a antiga categorização do Programa de Regionalização

do Turismo não refletia adequadamente a dinâmica real dos fluxos e das práticas turísticas no território brasileiro. Os autores demonstram que os critérios utilizados privilegiavam, sobretudo, fatores como arrecadação formal, capacidade instalada e presença de estruturas administrativas consolidadas, elementos que historicamente se concentram em determinados polos urbanos e econômicos. Isso resultava na manutenção de um padrão de desigualdade territorial, no qual municípios com forte vocação turística, mas com menor capacidade institucional, permaneciam sub-representados nas categorias superiores, enquanto centros econômicos metropolitanos eram classificados como destinos de maior relevância, ainda que não apresentassem necessariamente o maior fluxo turístico ou a diversidade de atrativos existentes em municípios de porte menor.

Outro aspecto crítico destacado pelos autores refere-se ao descompasso entre a categorização e a realidade das redes urbanas do turismo. Embora o MTur utilizasse as categorias como estratégia para orientar políticas públicas, a lógica real de circulação turística no Brasil é marcada por fluxos complexos, intermunicipais e inter-regionais, que não se enquadram rigidamente em modelos hierárquicos. Assim,

municípios classificados em níveis inferiores frequentemente exerciam papel articulador ou eram porta de entrada para destinos maiores, mas não recebiam reconhecimento institucional compatível com sua função territorial.

Essas críticas contribuíram para que o Ministério do Turismo revisasse o modelo metodológico, substituindo, em 2024, as categorias A, B, C, D e E por uma lógica funcional mais alinhada às práticas turísticas contemporâneas. A nova classificação, organizada em municípios turísticos, municípios com oferta complementar e municípios de apoio, busca reduzir distorções e reconhecer as múltiplas formas de participação dos territórios na atividade turística, ainda que o debate sobre sua efetividade e sua capacidade de superar desigualdades persistentes permaneça aberto.

Em síntese, a análise de Sousa e Silva (2025) evidencia que a categorização dos destinos turísticos, quando aplicada de forma descolada da complexidade territorial e dos fluxos reais do turismo, tende a reforçar desigualdades em vez de mitigá-las. Ao privilegiar critérios que reproduzem assimetrias históricas de infraestrutura, arrecadação e capacidade administrativa, a política classificatória acaba por concentrar investimentos em territórios já consolidados, dificultando que destinos

emergentes ou latentes acessem mecanismos de indução ao desenvolvimento. Esse diagnóstico amplia o debate sobre a formulação das políticas públicas de turismo no Brasil e reforça a necessidade de modelos classificatórios mais sensíveis às especificidades regionais, às vocações locais e às dinâmicas contemporâneas de circulação turística.

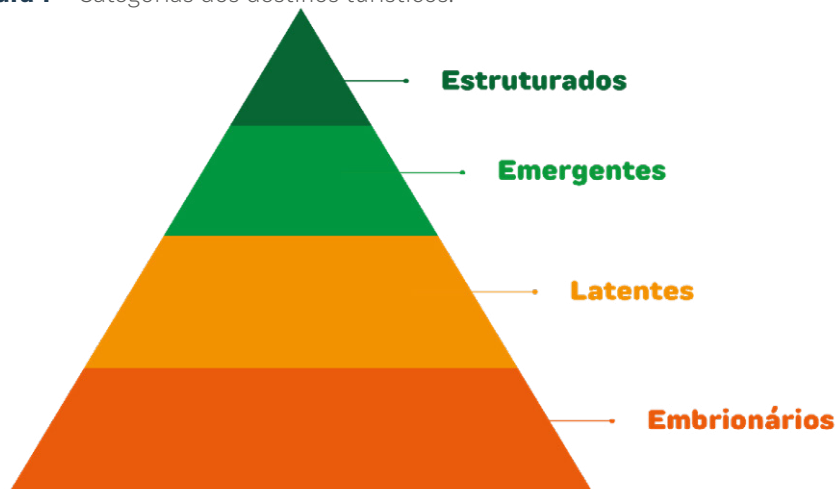
Nesse contexto mais amplo de discussão sobre a maturidade e o desenvolvimento turístico, torna-se pertinente retomar os principais referenciais teóricos que buscam explicar a evolução dos destinos ao longo do tempo. Entre esses modelos analíticos, dois se destacam pela influência e pela persistente utilização na literatura especializada. O primeiro é o Ciclo de Vida das Destinações Turísticas, proposto por Butler (1980), que apresenta um percurso sequencial composto por seis fases: Descobrimiento, Lançamento, Desenvolvimento, Consolidação, Maturidade/Saturação e, posteriormente, Relançamento ou Declínio. Trata-se de uma abordagem de caráter evolutivo-linear, que permite identificar tanto as tendências de crescimento e expansão da atividade turística quanto os sinais de estagnação ou desgaste do destino, subsidiando decisões de planejamento e manejo. A segunda abordagem é o modelo desenvolvido por Cooper *et al.* (1998), que ampliou

a interpretação sobre as dinâmicas evolutivas ao propor uma classificação baseada em quatro estágios: embrionários, nos quais o potencial turístico é reconhecido, mas pouco explorado; latentes, que apresentam recursos relevantes, porém ainda carecem de promoção e infraestrutura; emergentes, caracterizados pelo início da expansão turística e pela instalação dos primeiros equipamentos e serviços; e estruturados, marcados por oferta consolidada, gestão profissionalizada e diversificação de produtos e experiências.

Diferentemente do modelo linear de Butler (1980), a perspectiva de Cooper *et al.* (1998) reconhece que os destinos não avançam de maneira uniforme ao longo de sua trajetória. O ritmo de desenvolvimento depende de fatores como capacidade de governança, investimentos, qualificação institucional e habilidade de adaptação às transformações internas e externas. Por esse motivo, os autores destacam a necessidade de intervenções estratégicas e

ajustes contínuos como elementos fundamentais para prevenir processos de estagnação e declínio.

A partir desses dois referenciais teóricos, torna-se possível visualizar de maneira mais sistemática como os destinos turísticos se distribuem em diferentes níveis de maturidade e desenvolvimento. Tanto o modelo linear de Butler (1980) quanto a abordagem dinâmica de Cooper *et al.* (1998) oferecem bases analíticas que permitem identificar o estágio atual de um destino, compreender seus desafios e orientar estratégias adequadas de planejamento e gestão. Com base nessas contribuições, a literatura recente tem representado graficamente essa classificação para facilitar a análise comparativa entre territórios e apoiar a formulação de políticas públicas. A Figura 1 sintetiza essas categorias, evidenciando os quatro principais tipos de destinos turísticos e suas características gerais.

Figura 1 – Categorias dos destinos turísticos.

Fonte: Adaptado de Sagi (2022).

A evolução dos destinos turísticos não ocorre de maneira uniforme. Cada território avança em ritmos distintos, sendo influenciado por fatores como infraestrutura, governança, investimentos, atratividade e capacidade de gestão. Para compreender essas diferenças e analisar o estágio de maturidade dos destinos, diversos autores desenvolveram modelos teóricos que auxiliam na identificação de padrões de desenvolvimento e na orientação de estratégias de planejamento. Entre os referenciais mais utilizados estão o Ciclo de Vida do Destino Turístico, proposto por Butler (1980), e o modelo de Cooper *et al.* (1998), que classificam os destinos conforme seu grau de estruturação, desde aqueles ainda pouco explorados até os plenamente consolidados. A

seguir, apresentam-se os quatro tipos principais de destinos turísticos, suas características e desafios.

Os destinos estruturados são aqueles que já possuem infraestrutura turística consolidada e imagem reconhecida no mercado. Eles atraem fluxo contínuo de visitantes e contam com gestão profissional voltada para sustentabilidade e diversificação da oferta. Segundo Cooper *et al.* (1998), situam-se nos estágios de consolidação e maturidade, concentrando esforços na manutenção da competitividade e na adaptação às mudanças do setor. Middleton e Clarke (2001) observam que, para se manterem atrativos, esses destinos precisam inovar de forma permanente e ajustar-se às novas demandas dos turistas.

Os destinos emergentes encontram-se em pleno processo de desenvolvimento. A infraestrutura começa a se expandir, com a instalação de hotéis, restaurantes e atrações, e o número de visitantes cresce de maneira constante. De acordo com Butler (1980), correspondem aos estágios de envolvimento e desenvolvimento, quando os benefícios econômicos do turismo passam a ser visíveis para a população local. No entanto, surgem também os primeiros desafios relacionados à gestão e à sustentabilidade. Swarbrooke (1999) alerta que o crescimento acelerado pode gerar impactos negativos caso não haja planejamento adequado.

Os destinos latentes apresentam grande potencial turístico, com recursos naturais, culturais ou históricos relevantes, mas permanecem pouco desenvolvidos ou promovidos. Cooper et al. (1998) os descrevem como territórios em espera, cuja ativação depende de investimentos estratégicos em infraestrutura, qualificação e divulgação. Page e Connell (2006) destacam a baixa visibilidade e a escassez de investimentos como os principais entraves ao avanço desse tipo de destino.

Os destinos embrionários, por sua vez, situam-se em uma fase muito inicial de desenvolvimento. Embora possuam atrativos naturais ou culturais, carecem de

infraestrutura e serviços voltados ao visitante. A ausência de investimentos e de planejamento impede sua consolidação. Para Butler (1980), esses destinos encontram-se na fase de exploração, quando apenas visitantes pioneiros, geralmente mais aventureiros, descobrem o local. Beni (2019) ressalta que a falta de infraestrutura básica constitui um dos principais obstáculos ao seu crescimento.

Os destinos estruturados, por já contarem com bases sólidas, infraestrutura consolidada e processos de gestão maduros, apresentam maior potencial para avançar em direção à inteligência territorial e, posteriormente, alcançar o estágio de DTIs, quando ainda não fazem parte desse grupo. Nesses contextos, há maior capacidade de integrar tecnologias digitais à gestão e à experiência turística. Buhalis e Amaranggana (2013) destacam que um DTI utiliza Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para coletar e analisar dados em tempo real, personalizar serviços, otimizar processos de gestão e promover práticas sustentáveis.

Com o objetivo de qualificar seus destinos consolidados, o Ministério do Turismo criou a Estratégia Nacional de DTIs, também conhecida como Modelo Brasil. A ideia dos DTIs ganhou força internacional a partir da década de 2010, quando a

digitalização e o uso de tecnologias emergentes passaram a ser considerados essenciais para inovar na gestão e na promoção do turismo. No Brasil, o conceito passou a integrar oficialmente as políticas públicas a partir de 2018, com o lançamento do programa Brasil + Turismo, que incluiu, entre suas diretrizes estratégicas, o incentivo à criação de destinos turísticos inteligentes (Ministério do Turismo, 2018).

A implementação da Estratégia DTIs no Brasil foi organizada em quatro fases principais, concebidas para ocorrer de maneira gradual e estratégica. A primeira delas, correspondente ao período de 2018 a 2019, concentrou-se no planejamento e na pesquisa. Nessa etapa inicial, foram realizadas investigações técnicas, estudos de caso e levantamentos aprofundados que buscaram compreender o conceito de DTIs e identificar os desafios e oportunidades de sua aplicação no contexto brasileiro. Instituições como o Ministério do Turismo, a Embratur e diversas universidades desempenharam papel central nesse processo (Ministério do Turismo, 2019).

A fase seguinte, desenvolvida entre 2019 e 2020, voltou-se à construção de parcerias. Órgãos governamentais locais, empresas de tecnologia e instituições internacionais, como a Organização Mundial do Turismo e a própria Embratur,

atuaram conjuntamente, compartilhando conhecimento técnico, experiências e apoio institucional. Essa articulação foi decisiva para aproximar o Brasil das tendências globais em turismo inteligente (OMT, 2020).

Entre 2020 e 2022 teve início a fase de projetos-piloto e expansão, quando diferentes destinos turísticos do país passaram a testar, na prática, os conceitos e tecnologias propostos pela estratégia. Essa etapa foi fundamental para avaliar a viabilidade das ações, mensurar seus impactos e adaptar o modelo às especificidades de cada território, permitindo ajustes metodológicos essenciais para sua efetividade.

A partir de 2023, iniciou-se a fase de consolidação e avaliação contínua. Com a ampliação dos projetos-piloto bem-sucedidos, a estratégia passou a incorporar mecanismos sistemáticos de monitoramento, análise de dados e retroalimentação. O foco dessa etapa é assegurar que o processo de implementação seja eficaz, escalável e sustentável no longo prazo, garantindo que os destinos evoluam de maneira consistente rumo à inteligência turística (Ministério do Turismo, 2023).

Apesar dos avanços estruturais e conceituais da Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes, persistem desafios significativos que ainda limitam sua consolidação no

território brasileiro. Entre os principais entraves, destaca-se a morosidade na execução efetiva das ações por parte do Ministério do Turismo, especialmente no tocante aos investimentos voltados à contratação de consultorias especializadas, assessorias técnicas e projetos de inovação. Essa lentidão reduz o ritmo de transformação dos destinos e compromete a articulação entre os diversos atores públicos, privados e acadêmicos, retardando etapas fundamentais como capacitação, elaboração de diagnósticos, monitoramento contínuo e integração tecnológica.

Além disso, a estratégia exige maior coordenação federativa, continuidade administrativa e aprimoramento dos mecanismos de financiamento, aspectos essenciais para que os destinos avancem de maneira consistente rumo a modelos mais inteligentes, sustentáveis e competitivos. O fortalecimento da governança local também se revela indispensável, pois somente estruturas participativas e estáveis conseguem sustentar processos de inovação no longo prazo.

Nesse cenário, a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) representa um marco para a modernização do turismo brasileiro, ao alinhar o país às tendências globais de inovação, sustentabilidade e transformação digital. Contudo, para que seu potencial seja plenamente

alcançado, é imprescindível superar os entraves institucionais e operacionais que têm limitado seu avanço. A aceleração dos investimentos, a ampliação das parcerias interinstitucionais e a qualificação permanente dos destinos constituem elementos estratégicos para consolidar um modelo brasileiro de DTI que promova desenvolvimento territorial, inclusão social e melhorias na qualidade de vida de residentes e visitantes. O futuro dos DTIs no Brasil depende, sobretudo, da capacidade do poder público e dos atores locais de transformar diretrizes em práticas efetivas, garantindo maturidade, eficiência e impacto duradouro.

Diante desses desafios e avanços, torna-se oportuno analisar experiências internacionais que influenciaram diretamente a formulação e o aprimoramento das políticas brasileiras de turismo inteligente. Destacam-se, entre elas, o modelo espanhol, concebido pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas* (SEGITTUR), e o modelo argentino, desenvolvido no âmbito da Rede Ibero-americana de Destinos Turísticos Inteligentes e de instituições acadêmicas, como a Universidad Nacional de La Plata. Ambos se notabilizam pela maturidade metodológica, alto grau de institucionalização e capacidade de articular tecnologia, governança e sustentabilidade. Esses referenciais têm orientado adaptações

e inovações no chamado “modelo Brasil”, contribuindo para sua evolução e fortalecimento.

O próximo tópico aprofunda essa análise comparativa, evidenciando

as principais características e diferenças entre os modelos espanhol, argentino e brasileiro, além de destacar elementos estratégicos que podem potencializar o desenvolvimento dos DTIs no país.

3. O modelo DTI da Espanha – *sociedad mercantil estatal para la gestión de la innovación y las tecnologías turísticas* (SEGITTUR) e o do Brasil: características e diferenças

3.1 O modelo de DTIs da Espanha

A consolidação dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) no cenário internacional não ocorreu de maneira isolada, mas como resultado de transformações estruturais que marcaram o turismo nas últimas décadas. O avanço acelerado das tecnologias digitais, a crescente demanda por qualificação da gestão pública e a busca por modelos de desenvolvimento mais sustentáveis levaram diversos países a repensar suas estratégias para o setor. Nesse contexto, a cidade de Benidorm, na Espanha, destacou-se como pioneira ao estruturar uma das metodologias mais completas e influentes para a implementação de DTIs, tornando-se referência mundial para governos, especialistas e instituições de turismo. A formulação desse modelo representou uma mudança de paradigma ao integrar, de forma sistemática, tecnologia, inovação,

sustentabilidade e governança como pilares essenciais para o reposicionamento competitivo dos destinos.

É sob essa perspectiva que se apresenta o desenvolvimento do modelo espanhol de Destino Turístico Inteligente, suas bases conceituais e seus eixos estruturantes, elementos fundamentais não apenas para a evolução do turismo na Espanha, mas também para a inspiração e o aperfeiçoamento das políticas adotadas pelo Brasil e por outros países ibero-americanos.

Conforme observam Comaru *et al.* (2024, p. 95), o conceito de Destino Turístico Inteligente foi introduzido oficialmente na Espanha em 2012, durante a reformulação do Plano Nacional e Integral de Turismo (PNIT) 2012–2015, com o propósito de reposicionar o turismo como setor estratégico da economia espanhola. Nesse processo, o governo

passou a adotar uma abordagem orientada à modernização da gestão dos destinos, fundamentada na incorporação de tecnologia, inovação, acessibilidade e sustentabilidade.

Foi nesse contexto que se desenvolveu o modelo espanhol de DTIs, liderado pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas* (SEGITTUR), entidade vinculada ao Ministério da Indústria, Comércio e Turismo da Espanha. A metodologia rapidamente se consolidou como referência internacional ao propor a transformação dos destinos em espaços mais competitivos, sustentáveis e acessíveis, capazes de qualificar a experiência dos visitantes e, ao mesmo tempo, melhorar a qualidade de vida das comunidades residentes.

Esse modelo emergiu como resposta à necessidade de adaptar o turismo à era digital, marcada pelo avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs). No final dos anos 2000, dispositivos móveis, redes sociais e tecnologias emergentes, como a Internet das Coisas (IoT), já influenciavam de maneira decisiva a forma como turistas vivenciavam e interagem com os destinos. Autores como Buhalis (2000) já destacavam, à época, o papel estratégico das TICs na personalização da experiência e na melhoria da eficiência dos serviços turísticos.

Reconhecendo esse novo cenário, o governo espanhol criou, em 2012, a SEGITTUR, com a missão de promover inovação e tecnologia no turismo, fortalecendo a competitividade e a sustentabilidade dos destinos (Torres, 2013). A partir dessa iniciativa, consolidou-se o modelo espanhol de DTIs, estruturado em quatro eixos fundamentais: governança, inovação, tecnologia e sustentabilidade. De acordo com Gretzel e Sigala (2016) e Hjalager e Hall (2017), essa estrutura busca transformar os destinos em espaços mais eficientes, inclusivos e ambientalmente responsáveis, alinhando desenvolvimento turístico, inovação social e qualidade de vida.

3.2 Eixos do Modelo DTI da SEGITTUR

A consolidação do modelo espanhol de Destinos Turísticos Inteligentes, desenvolvido pela SEGITTUR, fundamenta-se em uma estrutura metodológica que articula, de maneira integrada, tecnologia, inovação, governança e sustentabilidade. Esses elementos funcionam como pilares estratégicos que orientam a transformação dos destinos na era digital, garantindo que o desenvolvimento turístico ocorra de forma equilibrada, eficiente e alinhada às necessidades tanto dos visitantes quanto das comunidades locais. Ao organizar suas diretrizes a partir desses componentes essenciais, o modelo espanhol estabelece um arcabouço robusto para

orientar políticas públicas, direcionar investimentos e qualificar processos de planejamento territorial.

No âmbito da governança, o modelo enfatiza a importância de uma gestão integrada e colaborativa entre o poder público, a iniciativa privada, as comunidades e os próprios turistas. Essa abordagem, conforme assinalam Dredge e Jenkins (2007), favorece decisões participativas, transparência e articulação entre os diferentes atores envolvidos na atividade turística. A inovação assume papel central ao estimular a criação e o aperfeiçoamento contínuo de produtos, serviços e processos, em uma perspectiva alinhada ao entendimento de Hjalager e Hall (2017), para quem inovar significa renovar e expandir as capacidades competitivas dos destinos. A tecnologia, por sua vez, apresenta-se como elemento estruturante, ao possibilitar o uso estratégico das Tecnologias da Informação e Comunicação, como big data, inteligência artificial e Internet das Coisas, contribuindo para a melhoria da gestão dos destinos e o enriquecimento da experiência dos turistas, conforme destacam Gretzel e Sigala (2016). Já a sustentabilidade constitui a base para um desenvolvimento duradouro, ao equilibrar os interesses dos visitantes e das comunidades locais, em conformidade com a perspectiva de Butler (1999).

A partir dessas diretrizes, o modelo espanhol se consolidou como uma das metodologias mais completas e influentes no cenário internacional, caracterizando-se por sua capacidade de adaptação contínua às transformações tecnológicas e às novas demandas do setor turístico. Sua estrutura sólida e flexível inspirou profundamente a formulação do Modelo DTI Brasil, que busca adaptar essas boas práticas à realidade nacional, promovendo destinos mais competitivos, conectados, sustentáveis e alinhados às necessidades tanto dos turistas quanto dos moradores.

3.3 Modelo DTI- BR: projeto-piloto e o Edital 01/2023

Após a consolidação do modelo espanhol de DTIs e de sua ampla influência entre países ibero-americanos, o Brasil iniciou, em 2021, um movimento estruturado para adaptar esse referencial à sua própria realidade territorial. Nesse contexto, o Ministério do Turismo lançou o projeto-piloto do Modelo DTI-BR, marco inicial da implementação nacional da metodologia inspirada na SEGITTUR. A proposta consistia em testar, em diferentes regiões do país, diretrizes capazes de promover destinos mais inovadores, conectados, sustentáveis e alinhados à melhoria da qualidade de vida de visitantes e moradores. A execução dessa etapa experimental permitiu ao país acumular experiência

prática, identificar desafios e ajustar a abordagem às especificidades regionais, criando as bases para a expansão posterior da estratégia.

Ainda em 2021, o Ministério do Turismo formalizou o início da implantação piloto do Modelo DTI Brasil, com o propósito de adaptar ao contexto brasileiro a metodologia de Destinos Turísticos Inteligentes originalmente desenvolvida na Espanha em 2012. A iniciativa buscou fortalecer o

desenvolvimento das cidades turísticas brasileiras, ampliando sua competitividade, atratividade e capacidade de inovação, sempre ancorada nos princípios de sustentabilidade, segurança, acessibilidade e governança (Ministério do Turismo, 2021). Para assegurar representatividade territorial e diversidade sociocultural, o projeto-piloto selecionou duas cidades em cada região do país, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1 – Cidades selecionadas para o projeto-piloto do Modelo DTI Brasil (2021).

Região	Cidades selecionadas
Norte	Rio Branco/AC e Palmas/TO
Nordeste	Recife/PE e Salvador/BA
Centro-Oeste	Campo Grande/MS e Brasília/DF
Sul	Florianópolis/SC e Curitiba/PR
Sudeste	Rio de Janeiro/RJ e Angra dos Reis/RJ

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2021).

A seleção dos destinos turísticos para os projetos-piloto do Modelo DTI-BR foi orientada pela diversidade sociocultural e regional do país, considerando critérios definidos pelo Ministério do Turismo, como a disponibilidade de infraestrutura digital, especialmente a oferta de internet pública gratuita, além de indicadores socioeconômicos relacionados ao empreendedorismo e ao desenvolvimento humano. Esse processo contou com o apoio técnico do *Instituto Ciudades del*

Futuro, parceiro do Ministério, cuja experiência na implementação de soluções inovadoras em cidades argentinas contribuiu para adaptar a metodologia às múltiplas realidades brasileiras (Rosa, 2024). Ao contemplar diferentes contextos, o processo seletivo buscou estabelecer bases sólidas para a implantação da estratégia, assegurando representatividade territorial e diversidade de configurações urbanas e regionais (Ministério do Turismo, 2024).

A criação de Destinos Turísticos Inteligentes, entretanto, extrapola o momento da seleção e exige um esforço contínuo de articulação territorial. Transformar um destino em DTI, sobretudo quando o processo se inicia do zero, requer o envolvimento permanente dos gestores públicos com a comunidade e com os diversos atores locais, garantindo participação social desde as etapas iniciais. Ao mesmo tempo, a estratégia demanda monitoramento contínuo e capacidade de adaptação, sustentados pelo uso inteligente de dados em tempo real. O êxito desse processo depende da convergência entre engajamento comunitário, governança ativa e gestão orientada por evidências (Buhalis; Amaranggana, 2013).

Esse movimento pressupõe uma governança inteligente, capaz de promover colaboração intersetorial, transparência, participação social e comunicação eficaz entre todos os agentes do território. Pesquisas recentes destacam que a participação dos stakeholders nos processos decisórios é decisiva para a consolidação dos DTIs, sendo os planos estratégicos participativos e a confiança mútua entre os atores elementos essenciais para a efetividade das ações. Durante o *Tourism Innovation Summit*, o Ministério do Turismo (2025) enfatizou o caso de Curitiba, pioneira no país, cuja

integração entre inovação e governança turística lhe conferiu reconhecimento internacional como DTI. Estudos nacionais reforçam essa perspectiva ao demonstrar que a inclusão dos diferentes agentes na governança confere maior legitimidade, transparência e adaptabilidade ao processo (Conceição, 2020; Khan; Ahmad. Haleem, 2021; Lago; Vicentin, 2025). Além disso, uma administração pública tecnicamente qualificada, estruturada e transparente é fundamental para dar continuidade às ações, independentemente de mudanças de governo (Gonçalves; Camacho, 2025).

Essas práticas dialogam com a visão de governança integrada apresentada por Juchneski, Grech e Biz (2024), segundo a qual a gestão inteligente de destinos depende da combinação entre participação social, transparência, colaboração, liderança técnica e capacidade administrativa. Cursos de formação ofertados pelo Ministério do Turismo (2025) e estudos recentes demonstram que a inovação tecnológica associada à qualificação da gestão pública constitui um dos pilares mais relevantes para a consolidação de DTIs (Sigalat-Signes *et al.*, 2020; Baggio; Micera; Chiappa; 2020; Bussador, 2023; Moliner-Tena *et al.*, 2025).

Nessa perspectiva, Beni (2012) destaca que qualquer planejamento

turístico deve considerar as especificidades de cada território, a fim de assegurar um desenvolvimento equilibrado e sustentável. A diversidade de cidades selecionadas para o projeto-piloto reflete justamente essa lógica, permitindo que soluções sejam testadas, ajustadas e posteriormente replicadas. Dredge e Jenkins (2007) reforçam a importância da governança colaborativa, ao reconhecer que o envolvimento de diferentes atores públicos, privados e comunitários fortalece a implementação das estratégias e amplia as redes de cooperação regional. A heterogeneidade dos destinos escolhidos potencializa a troca de experiências, ampliando a capacidade de inovação e a resiliência dos territórios.

Em 2023, o Ministério do Turismo lançou o Edital nº 01/2023 para selecionar novos municípios interessados em integrar a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes. Naquele momento, ainda vigorava a antiga classificação do Programa de Regionalização do Turismo, o que restringiu a participação aos municípios enquadrados nas categorias A e B, considerados aqueles com maior fluxo turístico, infraestrutura consolidada e maior capacidade de gestão (Brasil, 2023).

Após esse processo, o Programa de Regionalização passou por uma atualização metodológica alinhada

à Nova Lei Geral do Turismo e ao Plano Nacional do Turismo 2024–2027. As categorias anteriores foram substituídas por três tipologias funcionais: municípios turísticos, equivalentes às antigas categorias A e B; municípios com oferta turística complementar, correspondentes às categorias C e D; e municípios de apoio ao turismo, associados à antiga categoria E (Brasil, 2025).

Essa atualização, já discutida anteriormente, reforça o compromisso do Ministério do Turismo com uma lógica de planejamento mais integrada e orientada à maturidade institucional dos territórios. Ao priorizar os municípios turísticos, que correspondem aos destinos estruturados apresentados na Figura 1, a política busca garantir que os investimentos em Destinos Turísticos Inteligentes incidam sobre localidades com maior capacidade de absorver a metodologia, gerar resultados concretos e promover efeitos escaláveis em âmbito regional e nacional.

Ao concentrar a seleção nos municípios turísticos, tipologia que corresponde aos destinos estruturados apresentados na Figura 1, o Ministério do Turismo busca assegurar que os investimentos destinados à Estratégia Nacional de DTIs produzam efeitos mais amplos, consistentes e escaláveis, em alinhamento com as diretrizes de

planejamento integrado e sustentável que orientam a política nacional. A edição de 2023 revelou ainda uma particularidade importante: embora o edital previsse a participação mínima de um destino por região, nenhum município da Região Norte foi selecionado. A seleção final contemplou apenas as regiões

Nordeste, Centro-Oeste, Sudeste e Sul. Diferentemente da edição anterior, o Edital nº 01/2023 não estabeleceu limite máximo de municípios por região, o que proporcionou maior flexibilidade na escolha das localidades, desde que observados os critérios técnicos estabelecidos (Brasil, 2023).

Quadro 2 – Cidades selecionadas para Estratégia DTI-BR pelo Edital nº 01/2023.

Região	Cidades selecionadas
Nordeste	Fortaleza (CE) e São Luís (MA)
Centro-Oeste	Goiânia (GO) e Bonito (MS)
Sul	Foz do Iguaçu (PR), Ponta Grossa (PR), Joinville (SC) e Gramado (RS)
Sudeste	Santos (SP) e Vila Velha (ES)

Fonte: Elaborado a partir de Brasil (2023).

No caso da Região Sul, a inexistência de um limite máximo de municípios por região resultou na inclusão de quatro cidades: Foz do Iguaçu (PR), Ponta Grossa (PR), Joinville (SC) e Gramado (RS). Essa forte representatividade evidencia o protagonismo da região na adoção de práticas de inovação e sustentabilidade no turismo, além de reforçar seu potencial em termos de conectividade, infraestrutura, desenvolvimento humano e maturidade institucional para implementar projetos de transformação digital.

No Brasil, aproximadamente 21 municípios (Figura 2) aplicam atualmente a metodologia oficial da Estratégia Nacional de Destinos

Turísticos Inteligentes. Os dez primeiros integraram o projeto-piloto iniciado em 2021. Em 2022, Belo Horizonte passou a compor esse movimento ao aderir à metodologia DTI Brasil, em um processo coordenado pela Empresa Municipal de Turismo (Belotur), em parceria com o Instituto Ciudades del Futuro (ICF), com a Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas (SEGITTUR) e com o Ministério do Turismo. Dessa cooperação resultou o Plano de Transformação Digital do Turismo de Belo Horizonte, documento estruturante que passou a orientar as ações municipais relacionadas ao turismo inteligente e a integrar

o planejamento estratégico da Belotur como uma diretriz transversal. A iniciativa ganhou visibilidade nacional ao ser apresentada no 5º Seminário de Cidades e Destinos Inteligentes, sendo construída com ampla participação da sociedade civil organizada e fundamentada em nove eixos essenciais, entre eles governança, inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade (Belotur, 2025).

A expansão da Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes ganhou novo fôlego em 2023, quando o Edital nº 01/2023 selecionou mais dez municípios para integrar oficialmente o programa, somando-se aos dez primeiros do projeto-piloto e ao município de Belo Horizonte, que havia aderido em 2022. Com isso, chegou-se ao total de 21 destinos atualmente envolvidos na aplicação da metodologia brasileira de DTIs. A ampliação da seleção representou um marco importante, não apenas pelo aumento do número de participantes, mas também pela diversidade territorial contemplada, incluindo capitais, cidades médias e destinos turísticos consolidados de diferentes regiões do país.

Todos os municípios selecionados foram certificados como “DTIs em Transformação” (Figura 2), reconhecimento que marca o início formal de um processo estruturado de diagnóstico, planejamento e

implementação de ações alinhadas aos nove eixos do Modelo DTI Brasil. Essa certificação cumpre uma função não apenas simbólica, mas também estratégica, pois assegura visibilidade institucional, legitima o processo de transformação em curso e fortalece o compromisso político e técnico das gestões municipais envolvidas.

Ao consolidar uma rede nacional de destinos participantes, a Estratégia de DTIs passou a operar de forma mais colaborativa, estimulando a troca de experiências, o compartilhamento de soluções e o fortalecimento das capacidades municipais. Essa articulação interterritorial reforça a governança multinível do turismo inteligente e amplia as possibilidades de inovação em áreas como transformação digital, sustentabilidade, mobilidade e marketing territorial. A formação dessa rede representa um avanço importante para o país, ao demonstrar que a política de DTIs se consolida como instrumento de modernização e qualificação da gestão turística, promovendo destinos mais resilientes, competitivos e orientados ao bem-estar de residentes e visitantes. Trata-se de um movimento contínuo que fortalece o posicionamento do Brasil no cenário internacional e amplia as condições para que novos municípios ingressem no programa.

Figura 2 – Municípios certificados como “DTI em Transformação” no âmbito da Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes.



Fonte: Elaboração própria a partir de Brasil (2023).

Essa diversidade regional reforça o propósito da Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes, ao demonstrar que a metodologia é suficientemente flexível para se adaptar às múltiplas realidades brasileiras, respeitando as singularidades locais e favorecendo a construção de soluções escaláveis em âmbito nacional. Nesse contexto, o Modelo DTI Brasil organiza-se

em duas grandes etapas, que orientam o processo de transformação dos destinos.

A primeira etapa corresponde à realização de um diagnóstico abrangente do território, no qual são avaliadas dimensões como infraestrutura, governança, conectividade, sustentabilidade e inovação. Com base nessa análise, elaboram-se um plano de transformação alinhado aos

Capítulos 4 a 10 da Política Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes e aos nove eixos estruturantes do programa. A conclusão dessa fase confere ao município o certificado de “DTI em Transformação”, marco inicial de sua adequação formal aos critérios estabelecidos pela estratégia nacional (Brasil, 2023).

A segunda etapa envolve a implementação do plano de ação e, posteriormente, a realização de uma auditoria destinada a verificar o cumprimento das metas e o avanço do destino nos requisitos da metodologia. O tempo necessário para essa verificação depende diretamente do engajamento dos atores locais e da capacidade de articulação do município durante a execução das ações previstas. Para conquistar o Selo DTI, o destino deve alcançar nota mínima 4, em uma escala de 1 a 5, em pelo menos 80% dos 105 requisitos avaliados, o que corresponde ao atendimento satisfatório de, no mínimo, 84 deles (Brasil, 2023).

É essencial destacar que a transformação em Destino Turístico Inteligente não configura um ponto de chegada definitivo, mas o início de um processo permanente de aperfeiçoamento. Mesmo após a certificação, os destinos devem manter um ritmo contínuo de inovação, incorporando novas tecnologias, qualificando os processos de

gestão e atualizando práticas, de modo a garantir uma experiência turística cada vez mais conectada, eficiente e sustentável.

A literatura brasileira tem reconhecido amplamente os impactos positivos dessa abordagem. Dias (2022) observa que os DTIs respondem às demandas contemporâneas por experiências integradas e sustentáveis, fundamentadas no uso estratégico das Tecnologias da Informação e Comunicação. Silva (2021) enfatiza que os DTIs contribuem para a inclusão digital e reforçam a sustentabilidade ao aprimorar a infraestrutura turística, estimular o desenvolvimento local e promover práticas ambientalmente responsáveis. Souza (2020) ressalta que a estratégia eleva a competitividade dos destinos ao impulsionar soluções inovadoras que melhoram a qualidade dos serviços e ampliam a satisfação dos visitantes, destacando a importância da cooperação entre os setores público e privado. Ferreira (2019) chama atenção para o potencial dos DTIs de descentralizar a atividade turística, criando oportunidades para destinos emergentes e promovendo uma distribuição mais equitativa dos benefícios econômicos.

Em síntese, esses estudos convergem ao demonstrar que a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes constitui

um avanço significativo na modernização do turismo brasileiro. Ao incentivar destinos mais sustentáveis, inovadores e competitivos, a política contribui para a construção de um modelo de desenvolvimento mais equilibrado, descentralizado e alinhado às potencialidades e aos desafios dos territórios, respondendo às demandas de um setor em constante transformação.

3.4 Eixos do modelo DTIs do Brasil

O modelo brasileiro de DTIs deriva diretamente das experiências consolidadas pela Espanha e pela Argentina, que estruturam suas metodologias a partir de cinco eixos fundamentais: tecnologia, inovação, sustentabilidade, acessibilidade e governança (Gomes; Pereira; Oliveira, 2025). Esses pilares, desenvolvidos inicialmente pela SEGITTUR e posteriormente adaptados pelo *Instituto Ciudades del Futuro*, tornaram-se referências internacionais para a organização de políticas e estratégias voltadas à transformação digital do turismo. Contudo, o contexto brasileiro, caracterizado por dimensões continentais, grande diversidade socio-cultural e marcantes desigualdades regionais, demandou uma ampliação desse modelo. Para responder às especificidades dos territórios nacionais, foram incorporados quatro eixos adicionais: promoção e marketing, criatividade, mobilidade e

transporte e segurança. Com a inclusão dessas dimensões, somadas aos cinco eixos estruturantes do modelo da SEGITTUR, a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes passou a operar com uma matriz composta por nove eixos e 105 requisitos, que refletem, de maneira mais abrangente, as necessidades, potencialidades e desafios do turismo no país (Brasil, 2021).

Cada eixo corresponde a uma dimensão essencial para a transformação dos destinos em ambientes mais eficientes, atrativos e preparados para os desafios futuros. Esses eixos atuam de forma integrada, complementando-se mutuamente e estruturando políticas e ações que promovem não apenas o crescimento do turismo, mas também a qualidade de vida das comunidades locais e a preservação dos recursos naturais e culturais.

O eixo da governança estabelece mecanismos de coordenação e gestão participativa entre os diversos atores do setor turístico, promovendo a articulação entre governos, empresas, comunidades e visitantes. No âmbito da Estratégia Nacional de DTIs, cabe ao órgão gestor municipal de turismo, em articulação com o Conselho Municipal de Turismo (COMTUR), conduzir o processo de ativação do ecossistema de governança, envolvendo as secretarias finalísticas que deverão compor o programa. Esse

processo exige sensibilização institucional e o compromisso dos gestores municipais para que a política pública de Destinos Turísticos Inteligentes seja incorporada às ações estratégicas de cada pasta do território.

É oportuno que cada município que deseje implementar, ou que já esteja implementando, a metodologia dos Destinos Turísticos Inteligentes formalize, por meio de projeto de lei, o Programa DTI em seu território. A institucionalização do programa possibilita sua integração ao planejamento estratégico local e ao Plano Plurianual (PPA), criando condições para a alocação de rubricas orçamentárias específicas voltadas ao avanço do processo. Além disso, sempre que cabível, o município pode recorrer ao Fundo Municipal de Turismo para viabilizar ações de custeio e investimento destinadas à consolidação do programa.

Entretanto, é importante destacar que a construção de um DTI não depende exclusivamente de recursos financeiros. Em muitos casos, o maior desafio está na estruturação organizacional e na definição de processos claros de gestão. A criação de um Comitê Gestor do Programa DTI é fundamental, reunindo pontos focais de todas as secretarias envolvidas, com titulares e suplentes formalmente designados, preferencialmente servidores de carreira. Essa composição técnica e permanente é

essencial para garantir a continuidade da política pública como política de Estado, assegurando que, mesmo diante de mudanças de governo, o Conselho Municipal de Turismo e o Comitê Gestor tenham legitimidade para acompanhar a execução das ações e a manutenção das diretrizes estratégicas.

A governança dos Destinos Turísticos Inteligentes demanda, ainda, a organização de grupos de trabalho alinhados aos eixos da metodologia, além da criação de subgrupos, quando necessário, especialmente em temáticas mais complexas. Essa estrutura deve iniciar-se em escala micro, com análises e ações específicas, para, posteriormente, integrar-se a uma abordagem macro, capaz de assegurar coesão, eficiência e continuidade. Trata-se de um processo incremental, colaborativo e contínuo, no qual a participação ativa dos diferentes atores amplia a legitimidade das decisões, fortalece a transparência e contribui para a sustentabilidade e o êxito da política pública no longo prazo.

Essa participação compartilhada assegura decisões mais transparentes e integradas, condição que Buhalis e Amaral (2016) apontam como determinante para a sustentabilidade e a competitividade dos destinos. A inovação, por sua vez, funciona como motor de renovação e dinamismo, estimulando o

desenvolvimento de novas ideias, produtos, serviços e processos que agregam valor à experiência turística e qualificam a gestão dos territórios. Para Hjalager e Hall (2017), inovar é essencial para acompanhar as transformações do mercado e oferecer experiências capazes de atrair e fidelizar os visitantes.

A tecnologia ocupa papel central ao permitir o uso estratégico das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) para aprimorar a gestão do turismo, oferecer serviços inteligentes e fortalecer a interação com os visitantes. Gretzel e Sigala (2016) destacam que a tecnologia é um facilitador-chave do turismo inteligente, pois possibilita maior personalização, agilidade e eficiência. A acessibilidade, por sua vez, reforça o compromisso de que o turismo seja inclusivo e acessível a todas as pessoas, independentemente de limitações físicas, sensoriais ou cognitivas, configurando-se, ao mesmo tempo, como um direito e uma oportunidade de ampliação de mercado, conforme defendem Darcy e Buhalis (2011).

A sustentabilidade exige que os destinos adotem práticas capazes de reduzir impactos negativos e promover a conservação dos recursos naturais, culturais e sociais. Bramwell e Lane (2013) defendem que uma abordagem integrada é necessária para considerar, de forma

simultânea, os efeitos ambientais, sociais e econômicos das atividades turísticas. A segurança desempenha papel igualmente fundamental, abrangendo aspectos de segurança pública e sanitária, essenciais para a confiança dos turistas. Hall e Timothy (2018) enfatizam sua relevância para a imagem e a atratividade dos destinos, enquanto Ritchie e Jiang (2019) destacam a importância da segurança sanitária em situações de crise, como pandemias.

A promoção e o marketing contribuem para o fortalecimento da visibilidade e da competitividade dos destinos, por meio do desenvolvimento de estratégias eficazes de comunicação que evidenciam seus diferenciais. Kotler e Keller (2016) sublinham a importância da criação de valor e da comunicação clara no marketing turístico, enquanto o *place branding*, segundo Kavaratzis e Hatch (2013), contribui para a construção de identidades territoriais fortes e coerentes. A mobilidade e o transporte complementam essa estrutura ao garantir acesso adequado, circulação eficiente e integração entre os diferentes modais, fatores que influenciam diretamente a satisfação dos visitantes, conforme argumentam Page e Geurs (2018). Banister (2008) reforça o papel dos transportes sustentáveis como estratégia para reduzir a pegada ecológica do turismo.

A criatividade, por fim, destaca o valor da cultura, do patrimônio e das expressões criativas locais como diferenciais estratégicos na oferta turística. Richards e Wilson (2007) observam que experiências autênticas e criativas fortalecem a singularidade dos destinos e ampliam seu poder de atração. O Turismo de Base Comunitária, componente central desse eixo, envolve diretamente as comunidades locais no planejamento e na gestão das atividades turísticas, promovendo inclusão social, preservação cultural e uma distribuição mais justa dos benefícios

4. Considerações finais

A análise desenvolvida neste capítulo demonstra que a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes constitui um dos mais relevantes avanços recentes da política pública de turismo no Brasil, ao propor uma reconfiguração profunda na forma como os territórios são planejados, geridos e promovidos. O conceito de DTI, ao articular tecnologia, governança, sustentabilidade, inovação e inclusão, desloca o turismo para além da dimensão meramente econômica, inserindo-o em um projeto mais amplo de transformação urbana, territorial e social.

O modelo brasileiro, inspirado nas experiências consolidadas da Espanha e da Argentina, mas

econômicos, conforme defendem Goodwin e Santilli (2009).

A abordagem brasileira para os DTIs revela-se, portanto, abrangente e multifacetada. Ao integrar governança, inovação, tecnologia, acessibilidade, sustentabilidade, segurança, promoção, mobilidade e criatividade, o modelo propõe a construção de destinos mais inteligentes e conectados, comprometidos com a inclusão, o bem-estar e o desenvolvimento equilibrado, tanto para visitantes quanto para residentes do território.

ampliado para contemplar as especificidades socioterritoriais do país, materializa uma abordagem multifacetada que privilegia a integração entre setores, a qualificação da gestão e o uso intensivo de informações. A adoção de nove eixos estruturantes, ancorados em 105 requisitos, confere à estratégia uma robustez metodológica capaz de orientar os destinos em sua transição para modelos mais eficientes, competitivos e sustentáveis.

A diversidade regional observada nos municípios participantes do projeto-piloto e do Edital nº 01/2023 evidencia que a política pode ser adaptada a diferentes realidades, desde grandes centros urbanos até

idades médias com alto potencial turístico. Essa pluralidade, longe de representar um obstáculo, constitui um diferencial estratégico do país: a multiplicidade de paisagens, culturas, patrimônios e expressões sociais oferece oportunidades únicas para a construção de experiências turísticas inteligentes, baseadas na autenticidade e na inovação territorial.

Outro elemento essencial é a governança, condição basilar para a consolidação de um DTI. A ativação de ecossistemas colaborativos, com participação do poder público, iniciativa privada, sociedade civil e comunidades locais, torna-se indispensável para assegurar legitimidade, continuidade e alinhamento das ações. Nesse processo, destaca-se a importância da institucionalização local da política por meio de Programas Municipais de DTI, integrados ao Plano Plurianual e acompanhados por comissões permanentes de governança, com representantes técnicos das secretarias e do COMTUR. Trata-se de um passo estratégico para resguardar a política de instabilidades administrativas e garantir que a transformação inteligente seja tratada como política de Estado, e não de governo.

A implementação da estratégia também revela impactos mais amplos que transcendem o setor turístico. Investimentos em conectividade, mobilidade urbana, segurança, gestão de

resíduos, digitalização de serviços e modernização da infraestrutura promovem melhorias para residentes e visitantes, fortalecendo o vínculo entre turismo inteligente e qualidade de vida. Em um país de dimensões continentais, esses avanços contribuem para reduzir desigualdades regionais, ampliar oportunidades econômicas e promover desenvolvimento territorial integrado.

Entretanto, persistem desafios que exigem atenção contínua. Entre eles, destacam-se a necessidade de acelerar investimentos, fortalecer a coordenação federativa, ampliar parcerias estratégicas com empresas de tecnologia, universidades e organismos internacionais, e qualificar equipes municipais para o uso de ferramentas emergentes. Superar esses entraves é fundamental para assegurar que os destinos avancem de maneira consistente na implementação de seus planos de transformação.

Nesse contexto, torna-se oportuno direcionar esforços também para o monitoramento permanente e a produção de conhecimento aplicada aos DTIs. Estudos futuros sobre impactos comunitários, desempenho ambiental, inclusão digital, adaptação tecnológica e gestão participativa poderão oferecer subsídios para o aprimoramento contínuo da estratégia. Ao evidenciar efeitos concretos sobre a qualidade de vida,

a preservação cultural, a inovação territorial e a distribuição dos benefícios econômicos, tais análises contribuirão para o fortalecimento da base científica e institucional da política pública.

A partir dessas reflexões, três frentes de investigação futura revelam-se particularmente relevantes: compreender os impactos dos DTIs sobre as comunidades locais; avaliar a sustentabilidade ambiental desses destinos; e analisar os processos de capacitação e adaptação tecnológica da gestão pública e do trade turístico. Essas investigações podem fornecer subsídios essenciais para aperfeiçoar a estratégia, garantindo que seus benefícios sejam efetivamente duradouros, equitativos e alinhados à justiça social e ambiental.

Em síntese, a Estratégia Nacional de DTIs configura uma oportunidade singular para reposicionar o turismo brasileiro em um cenário global marcado pela digitalização, pela busca por sustentabilidade e pela valorização da experiência. Sua efetividade dependerá da capacidade de mobilizar atores, transformar diretrizes em ações, institucionalizar práticas e sustentar processos de inovação ao longo do tempo. Se consolidada com visão estratégica e compromisso político, a política poderá contribuir decisivamente para um desenvolvimento turístico mais equilibrado, inclusivo e orientado às singularidades dos territórios, promovendo destinos que sejam, ao mesmo tempo, inteligentes, acolhedores e socialmente justos.

Referências

BAGGIO, R.; MICERA, R.; CHIAPPA, G. Smart tourism destinations: a critical reflection. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, v. 11, n. 3 p. 407–423, 2020.

BANISTER, David. The sustainable mobility paradigm. **Transport Policy**, v. 15, n. 2, p. 73-80, 2008.

BAÑOS-PINO, F.; SUTASCHA, I.; DEL VALLE, E. Are Smart Tourism Destinations more productive efficient? The Spanish case. **Tourism Economics**, v. 31, n. 8, p. 1651-1673, 2025.

BENI, M. C. **Análise Estrutural do Turismo**. São Paulo: Editora Senac, 2019.

BOES, K., BUHALIS, D. AND INVERSINI, A. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. **International Journal of Tourism Cities**, v. 2 n. 2, . p. 108-124, 2016.

BRAMWELL, Bill; LANE, Bernard. Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 21, n. 3, p. 1-18, 2013.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Edital nº 01/2023**. Disponível em: <https://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 24 jul. 2024.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Modelo DTI Brasil**. Disponível em: <https://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 24 jul. 2024.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, 21, p. 97-116, 2000.

BUHALIS, D. **Working Definitions of Smartness and Smart Tourism Destination**. Buhalis Blog. Retrieved from <http://buhalis.blogspot.co.uk/2014/12/working-definitions-of-smartnessand.html>. Acesso em : 20 de nov, 2025.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, v. 21, n. 1, p. 97-116, 2000.

BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations. In Z. Xiang & L. Tussyadiah (Eds.), **Information and Communication Technologies in Tourism 2014** Dublin: Springer, pp. 553-564, 2014.

BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart Tourism Destinations. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2014**. Cham: Springer, p. 553-564, 2013.

BUHALIS, Dimitrios; AMARAL, Fernando. Tourism Governance: Critical Issues and Future Trends. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 3, n. 2, p. 1-8, 2016.

BUSSADOR, A. **Indicadores estratégicos para destinos turísticos inteligentes: modelo Destino Turístico Inteligente para o Brasil (Modelo DTI-BR)**. Tese (Doutorado) - Universidade Federal da Integração Latino-Americana, Instituto Latino-Americano de Tecnologia, Infraestrutura e Território, Programa de Pós-Graduação Interdisciplinar em Energia e Sustentabilidade. Foz do Iguaçu - PR, 2023.

BUTLER, R. W. Sustainable Tourism: A State-of-the-Art Review. **Tourism Geographies**, v. 1, n. 1, p. 7-25, 1999.

BUTLER, R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. **Canadian Geographer**, v. 24, n. 1, p. 5-12, 1980.

COMARU, Lucas Fernandes; RODRIGUES, Ricardo Furtado; COELHO, Susana Dantas; SOUSA, Janaildo Soares de; PINHEIRO, Adson Rodrigo da Silva. Fortaleza como Destino Turístico Inteligente: desafios e oportunidades de gestão. **Periódico Técnico e Científico Cidades Verdes**, [S. l.], v. 12, n. 38, 2024.

Conceição, C. C. Modelo analítico de governança regional de turismo-MAGRET. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v.14, n. 2, p.123-139, 2020.

COOPER, C.; FLETCHER, J.; GILBERT, D.; WANHILL, S. **Tourism: Principles and practice**. Harlow: Longman, 1998.

COX, Caroline; HOLLAND, Christina; WESTER, Kurt W. Public Safety and Security in Tourism: The Role of Local Authorities. **Journal of Tourism and Hospitality Management**, v. 24, n. 3, p. 1-15, 2016.

DARCY, Simon; BUHALIS, Dimitrios. **Accessible Tourism: Concepts and Issues**. Channel View Publications, 2011.

DIAS, J. A. **Inovação e Sustentabilidade no Turismo Brasileiro**. São Paulo: Editora Turismo, 2022.

DREDGE, D.; JENKINS, J. **Tourism Planning and Policy**. Brisbane: Wiley, 2007.

FERREIRA, L. H. **Descentralização do Turismo e Desenvolvimento Regional**. Porto Alegre: Editora Turística, 2019.

GOMES, C. L.; PEREIRA, J. K. C.; OLIVEIRA, A. P. G. S. A experiência de turistas em destinos inteligentes na Espanha: análise referenciada nos eixos do modelo desenvolvido pela SEGITTUR. **Turismo, Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 27, e20716, jan-dez, 2025.

GOODWIN, Harold; SANTILLI, Romina. Community-based tourism: a success?. **ICRT Occasional Paper**, n. 11, p. 1-37, 2009.

GRETZEL, Ulrike; SIGALA, Marianna. Smart Tourism: Foundations and Developments. **Electronic Markets**, v. 20, n. 3-4, p. 1-12, 2016.

HALL, Colin Michael; TIMOTHY, Dallen J. Tourism and Safety: Managing Risks in the Era of Global Travel. **Tourism Management**, v. 35, n. 1, p. 1-6, 2018.

HJALAGER, Anne-Mette; HALL, Colin Michael. Tourism Innovation: The Role of Technology and Institutions. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 25, n. 1, p. 1-10, 2017.

JUCHNESKI, D. P.; Grechi, D. P.; BIZ, A. A. governança inteligente do turismo: analisando indicadores em Bonito (MS). **Turismo, Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 26, e19714, jan-dez, 2024.

KAVARATZIS, Mihalis; HATCH, Mary Jo. The Dynamics of Place Branding: An Identity-based Approach to Place Branding Theory. **Marketing Theory**, v. 13, n. 1, p. 69-86, 2013.

KHAN, R. E. A., AHMAD, T. I., & HALEEM, J. The governance and tourism: A case of developing countries. **Asian Journal of Economic Modelling**, v. 9, n. 3, p.199-213, 2021.

KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Marketing Management**. 15. ed. Pearson, 2016.

LAGO, E. C. W; VICENTIN, I. C. Modelos de maturidade para instâncias de governança regional de turismo: uma análise comparativa. **Turismo, Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 27, e20792, jan-dez, 2025.

MIDDLETON, V. T. C.; CLARKE, J. **Marketing in travel and tourism**. 3. ed. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2001.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Avaliação e Consolidação dos Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2023.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **MTur anuncia cidades que vão integrar o projeto-piloto Destinos Turísticos Inteligentes**. 2021. Brasília. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/mtur-anuncia-cidades-que-va-o-integrar-o-projeto-piloto-destinos-turisticos-inteligentes>. Acesso em: 20 de nov, 2025.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Plano Nacional do Turismo 2024-2027: o turismo como protagonista do desenvolvimento sustentável e inclusivo**. 2024. 1ª Edição. Brasília: Ministério do Turismo, 2023. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/acoes-e-programas/planos/plano-nacional-do-turismo/PLANONACIONALDETURISMOV431.10PORTAL.pdf>. Acesso em: 20 nov. 2025.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Projetos Piloto de DTIs: Resultados e Impactos**. Brasília: Ministério do Turismo, 2022.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Relatório de Gestão**: ano base 2023. 2024. Brasília. Disponível em: https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/transparencia-e-prestacao-de-contas/relatorio-de-gestao/copy3_of_2907Relatorio-deGestao_MinisterioCorrecaodosLinks_v488.pdf; Acesso em 25 de nov, 2025.

MINISTÉRIO DO TURISMO. **Relatório de Implementação dos Destinos Turísticos Inteligentes no Brasil**. Brasília: Ministério do Turismo, 2019.

MOLINER-TENA; MONTESERIN-ABELLA, O.; CALLARISA-FIOL, L. J.; BONMFILL, J. B. F. Smart tourist destination: a literature review and future agenda. **Journal of Hospitality and Tourism Insights**, v. 18, nov, p. 1-21, 2025.

OMT. **Relatório de Colaboração Internacional para DTIs**. Madrid: Organização Mundial do Turismo, 2020.

PAGE, S.J.; CONNELL, J. **Turismo: uma síntese moderna** . (2ª ed.). Londres: Thomson Learning, 2006.

PAGE, Stephen J.; GEURS, Karst T. **Transport and Tourism: Global Perspectives**. Routledge, 2018.

PETROCCHI, M. P. Turismo e planejamento estratégico: um modelo de competitividade para destinos. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 1, n. 2, p. 28-44, 2007.

RICHARDS, Greg; WILSON, Julie. **Tourism, Creativity and Development**. London: Routledge, 2007.

RITCHIE, Brent W.; JIANG, Ying. A Review of Tourism Risk, Crisis and Disaster Management: Literature and Trends. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 41, p. 16-22, 2019.

ROSA, Rute Ferreira. **Destinos Turísticos Inteligentes** : uma aproximação ao projeto brasileiro. São Cristóvão, 2024. Monografia (Graduação em Turismo) – Departamento de Turismo, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal de Sergipe, São Cristóvão, SE, 2024. Disponível em: <https://ri.ufs.br/jspui/handle/riufs/19983>. Acesso em: 20 nov. 2025.

SAGI, L.C. (Org.). **Por um Turismo Mais Resiliente**. Divisão de Meio Ambiente, Desenvolvimento Rural e Gestão de Riscos por Desastres do Banco Interamericano de Desenvolvimento, 2022.

SIGALAT-SIGNES, E.; CALVO-PALOMARES, R.; ROIG-MERINO, B.; GARCÍA-ADÁN. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing? **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 5, n. 2, Apr-Jun, p. 96-104, 2020.

SILVA, M. R. **Inclusão Digital e Desenvolvimento Sustentável nos Destinos Turísticos**. Rio de Janeiro: Editora Turismo, 2021.

SMITH, M. K. **Issues in cultural tourism studies**. 3. ed. London: Routledge, 2015.

SOUSA, Diogo Diniz de; SILVA, Rodrigo Cardoso da. A categorização dos municípios turísticos como promotora de redes urbanas do turismo: das fragilidades à materialidade. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 19, e-3067, 2025.

SOUZA, P. C. **Competitividade e Inovação nos Destinos Turísticos Brasileiros**. Belo Horizonte: Editora de Turismo, 2020.

SWARBROOKE, J. **Sustainable tourism management**. Wallingford: CABI, 1999.

TORRES, M. L. **SEGITTUR: La Innovación en el Turismo**. Madrid: Ediciones Turísticas, 2013.

WEAVER, D.; LAWTON, L. **Tourism Management**. 4. ed. Milton: John Wiley & Sons, 2010.

Capítulo 3

Criatividade e inovação nos Destinos Turísticos Inteligentes

Ricardo Furtado Rodrigues

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor <https://orcid.org/0009-0003-7004-659X>

Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/4667397647420726>

1. Introdução

Oturismo, como fenômeno complexo e em constante evolução, tem sido objeto de estudo e interesse crescente tanto por parte dos acadêmicos quanto dos profissionais do setor. Com a ascensão dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), uma nova perspectiva emerge, fundamentada na integração de tecnologias avançadas e práticas inovadoras para proporcionar experiências turísticas enriquecedoras e sustentáveis. Nesse contexto, a relação entre criatividade, inovação e destinos turísticos inteligentes desponta como uma área de pesquisa inovadora e altamente relevante.

Segundo Lima (2018), os DTIs representam uma abordagem inovadora para o desenvolvimento turístico, onde a utilização estratégica de tecnologias digitais e a promoção da criatividade se tornam elementos-chave na entrega de serviços diferenciados e na melhoria da experiência do visitante. A compreensão da interseção entre criatividade e inovação nos DTIs é fundamental para explorar seu potencial máximo e promover o desenvolvimento sustentável desses destinos.

A crescente demanda por experiências turísticas personalizadas e autênticas impulsiona a necessidade de

integração de elementos criativos e inovadores nos destinos. Conforme destacado por Richards e Marques (2012), a criatividade desempenha um papel fundamental na geração de ideias originais e na concepção de produtos e serviços turísticos que se destacam no mercado. Por sua vez, a inovação, segundo Schumpeter (1934), é o motor do desenvolvimento econômico, impulsionando a introdução de novas tecnologias, processos e modelos de negócio que transformam a maneira como os destinos turísticos são concebidos e geridos.

Dessa forma, este capítulo busca fornecer uma visão abrangente sobre a importância da criatividade e inovação nos DTIs, apresentando definições fundamentais e explorando suas implicações para o desenvolvimento econômico, social e ambiental das regiões turísticas. Ao compreender o papel fundamental desempenhado pela criatividade e inovação, os gestores de destinos e os profissionais do setor estarão mais bem equipados para enfrentar os desafios emergentes e capitalizar as oportunidades oferecidas pelo turismo inteligente.

2. Definição de Destinos Turísticos Inteligentes

Os DTIs representam uma evolução significativa no paradigma do turismo, incorporando avanços tecnológicos e inovações conceituais para proporcionar experiências turísticas enriquecedoras e personalizadas. A definição de DTIs abarca uma gama diversificada de elementos, refletindo a complexidade e a interconexão dos diversos aspectos que compõem um destino turístico contemporâneo.

Inicialmente, é essencial compreender que os DTIs não se limitam apenas à implementação de tecnologias de ponta, mas sim à sua aplicação estratégica para melhorar a experiência do visitante e a gestão do destino como um todo. Conforme

salientado por Buhalis (2020), os DTIs se distinguem por sua capacidade de aproveitar as tecnologias emergentes, como a internet das coisas (IoT), inteligência artificial (IA), big data e realidade aumentada.

Essas tecnologias têm sido empregadas de forma criativa e inovadora para transformar a maneira como os serviços turísticos são concebidos, entregues e vivenciados pelos visitantes. Por exemplo, a IoT possibilita a interconexão de dispositivos e infraestruturas, permitindo uma gestão mais eficiente e personalizada dos recursos turísticos. Já a inteligência artificial pode ser utilizada para analisar grandes volumes de dados e fornecer recomendações

personalizadas aos turistas, melhorando assim a experiência do usuário.

Além disso, a realidade aumentada tem sido empregada em museus e pontos turísticos, oferecendo aos visitantes a oportunidade de explorar virtualmente locais históricos ou visualizar informações adicionais sobre as atrações por meio de dispositivos móveis. No entanto, a verdadeira essência dos DTIs vai além da simples adoção de tecnologias, abrangendo também a integração harmoniosa de elementos como infraestrutura, meio ambiente, cultura e comunidade local.

Uma das definições mais atualizadas e abrangentes de DTIs é apresentada por Neirotti *et al.* (2015), que os descrevem como destinos turísticos que aplicam tecnologias de informação e comunicação (TIC) em todas as fases de desenvolvimento e gestão do turismo, para melhorar a eficiência, a sustentabilidade, a experiência do visitante e a qualidade de vida dos residentes locais. Essa definição destaca a importância da integração das TIC em todas as áreas de um destino turístico, desde a fase de planejamento até a entrega de serviços aos visitantes. Conforme apontado por Gretzel e Jamal (2020), a abordagem dos DTIs é centrada no turista e orientada para a sustentabilidade, buscando equilibrar as necessidades dos visitantes com a preservação dos

recursos naturais e culturais do destino. Essa perspectiva holística não apenas promove o desenvolvimento turístico de forma responsável, mas também fortalece os laços entre os *stakeholders* locais, fomentando assim a coesão social e o empoderamento das comunidades.

Os DTIs representam uma visão abrangente e dinâmica do turismo contemporâneo, que se baseia na integração sinérgica de tecnologia, inovação, sustentabilidade e centrada no turista. Ao compreender a essência dos DTIs, os gestores de destinos e os profissionais do setor estarão mais bem preparados para enfrentar os desafios e explorar as oportunidades oferecidas por esse novo paradigma turístico.

A relevância dos DTIs tem sido amplamente reconhecida na literatura acadêmica e profissional do turismo, como demonstrado nas obras de Buhalis (2020) e Jamal (2020). Esses autores destacam a importância das tecnologias emergentes e da abordagem centrada no turista e na sustentabilidade para o desenvolvimento e gestão eficazes dos DTIs. Assim, ao integrar essas novas tecnologias com práticas sustentáveis e um foco constante na experiência do turista, os DTIs se posicionam na linha de frente da inovação, proporcionando benefícios significativos tanto para os visitantes quanto para as comunidades locais.

2.1 Importância da criatividade e inovação nos Destinos Turísticos Inteligentes

A criatividade e a inovação são de extrema importância para a transformação e o desenvolvimento contínuo dos DTIs. A criatividade, ao estimular a geração de ideias originais e a busca por soluções inovadoras, possibilita a criação de experiências turísticas únicas e inesquecíveis. Autores como Richards (2011) enfatizam que a criatividade é necessária para a diferenciação dos destinos em um mercado altamente competitivo, onde a capacidade de oferecer experiências autênticas e inovadoras é um diferencial competitivo.

Por outro lado, a inovação impulsiona o desenvolvimento de novas tecnologias, processos e modelos de negócio que contribuem significativamente para a melhoria da oferta turística e para a eficiência na gestão do destino. Autores como Buhalis e Amaranggana (2015) destacam que a inovação tecnológica é especialmente importante nos DTIs, onde a adoção de tecnologias avançadas é fundamental para a criação de experiências turísticas personalizadas e aprimoradas.

Além disso, a criatividade e a inovação são essenciais para atrair e satisfazer um público cada vez mais exigente. Conforme observado por Pine II e Gilmore (1998), os turistas contemporâneos buscam experiências

únicas e autênticas que os surpreendam e os envolvam emocionalmente. Portanto, destinos que investem em criatividade e inovação têm maior probabilidade de atender às expectativas dos turistas e de criar conexões emocionais duradouras com eles.

A criatividade e a inovação são elementos essenciais para o sucesso dos DTIs, permitindo a diferenciação, a melhoria da oferta turística e a satisfação do turista. Investir em criatividade e inovação não apenas fortalece a posição competitiva do destino no mercado turístico, mas também contribui para o seu desenvolvimento sustentável e aprimoramento contínuo.

2.2 O papel da criatividade nos destinos turísticos inteligentes

A criatividade desempenha um papel fundamental na concepção, no desenvolvimento e na oferta de serviços turísticos nos DTIs. De acordo com Scheyvens e Momsen (2008), a criatividade é um elemento-chave para a inovação no turismo, permitindo a criação de experiências únicas e autênticas dirigidas aos visitantes. Essa perspectiva é corroborada por autores brasileiros como Medeiros *et al.* (2016), que destacam a importância da criatividade na diferenciação dos destinos e na agregação de valor às experiências turísticas.

No contexto dos DTIs, a criatividade desempenha um papel ainda mais relevante devido à natureza dinâmica desses destinos. Autores como Buhalis (2020) enfatizam que a criatividade é essencial para a personalização das experiências turísticas e para a adaptação às demandas e expectativas em constante evolução dos turistas. Além disso, a criatividade é fundamental para a criação de soluções inovadoras que integram tecnologia, sustentabilidade e autenticidade, como ressaltado por Gretzel e Jamal (2020).

A criatividade desempenha um papel central nos DTIs, impulsionando a inovação, a diferenciação e a personalização das experiências turísticas. Compreender e cultivar a criatividade é essencial para o sucesso e a sustentabilidade dos DTIs, permitindo que eles se destaquem em um mercado cada vez mais competitivo e atendam às demandas de um público diversificado e exigente.

2.3 Estímulo à criatividade na oferta de serviços turísticos

Nos DTIs, o estímulo à criatividade na oferta de serviços turísticos se faz necessário para promover a diferenciação e a excelência na experiência do visitante. Conforme destacado por Richards (2011), a capacidade de inovar e criar experiências turísticas únicas é um fator determinante para atrair e satisfazer um público cada

vez mais exigente e diversificado. Nesse contexto, estratégias que promovem a criatividade são indispensáveis para inspirar a concepção de novos produtos e serviços turísticos que se destacam no mercado.

Autores como Buhalis (2010) ressaltam a importância da cocriação de valor entre os *stakeholders* do destino, envolvendo ativamente os visitantes na cocriação de experiências turísticas personalizadas e memoráveis. Essa abordagem colaborativa não apenas estimula a criatividade, mas também fortalece o engajamento dos turistas com o destino, promovendo uma experiência mais autêntica e enriquecedora.

Além disso, a integração de elementos culturais, históricos e naturais no desenvolvimento de produtos turísticos é uma estratégia eficaz para estimular a criatividade e criar conexões emocionais com os visitantes. Autores como Medeiros *et al.* (2016) destacam que a valorização da identidade e dos recursos locais é essencial para diferenciar o destino e proporcionar experiências autênticas e significativas aos turistas.

Ademais, a diversificação da oferta turística, por meio da introdução de novas atividades e experiências, pode ser um estímulo poderoso para a criatividade. Autores como Pearce (2012) salientam que a introdução de atividades inovadoras, como

turismo de aventura, enoturismo ou turismo cultural, pode ampliar as opções disponíveis aos turistas e proporcionar oportunidades únicas de experiências memoráveis.

O estímulo à criatividade na oferta de serviços turísticos nos DTIs é fundamental para a criação de experiências inesquecíveis, a diferenciação competitiva e a satisfação dos visitantes. Investir em estratégias que promovam a criatividade e a cocriação de valor pode contribuir significativamente para o sucesso e a sustentabilidade dos DTIs, permitindo que eles se destaquem como destinos turísticos de excelência.

2.4 Utilização de tecnologias inovadoras para promover a criatividade

A adoção estratégica de tecnologias emergentes, como realidade aumentada (RA), IA e IoT, oferece oportunidades únicas para estimular a criatividade e enriquecer as experiências turísticas.

A RA, por exemplo, permite a sobreposição de elementos virtuais ao ambiente físico, criando experiências imersivas e interativas para os visitantes. Autores como Wang *et al.* (2018) destacam que a RA pode ser empregada de diversas formas nos DTIs, desde a criação de guias turísticos virtuais até a simulação de eventos históricos, incentivando a

exploração e a descoberta por parte dos turistas.

Da mesma forma, a IA desempenha um papel fundamental na personalização das experiências turísticas e na geração de recomendações personalizadas com base nas preferências individuais dos visitantes. Autores como Xiang e Fesenmaier (2018) ressaltam que a IA pode analisar grandes volumes de dados e fornecer informações valiosas sobre o comportamento do turista, permitindo que os destinos ofereçam serviços mais relevantes e adaptados às necessidades específicas de cada visitante.

Além disso, a IoT oferece oportunidades para a criação de ambientes turísticos inteligentes, onde os dispositivos e infraestruturas estão interconectados para oferecer uma experiência turística mais integrada e personalizada. Autores como Gretzel e Jamal (2020) destacam que a IoT pode ser aplicada em diversas áreas nos DTIs, desde a gestão eficiente de recursos até a criação de experiências turísticas interativas, promovendo assim a criatividade e a inovação no setor.

A utilização de tecnologias inovadoras nos DTIs não apenas melhora a eficiência operacional e a qualidade dos serviços turísticos, mas também estimula a criatividade e a inovação, criando experiências memoráveis e diferenciadas para os visitantes.

2.5 Colaboração entre setores para fomentar a criatividade

A integração de conhecimentos, recursos e perspectivas de múltiplos *stakeholders* possibilita a criação de soluções inovadoras e a maximização do potencial criativo do destino. Autores como Hall (2015) destacam que a colaboração entre o setor público, privado e acadêmico é fundamental para o desenvolvimento sustentável e a inovação nos DTIs. Através da cooperação entre governos locais, empresas privadas e instituições de pesquisa, é possível compartilhar experiências, identificar oportunidades e desenvolver estratégias colaborativas que impulsionem a criatividade e a competitividade do destino.

Além disso, a colaboração entre diferentes setores permite a cocriação de valor entre os *stakeholders* do destino e os visitantes. Autores como Buhalis e Amaranggana (2015) ressaltam que envolver ativamente os turistas na concepção e no desenvolvimento de produtos turísticos estimula a criatividade e promove uma maior conexão emocional com o destino.

Outro aspecto importante da colaboração entre setores é a diversificação da oferta turística e a criação de experiências integradas e enriquecedoras. Jamal e Stronza (2009) destacam que a integração de diferentes setores, como

turismo, cultura, meio ambiente e tecnologia, pode gerar sinergias e oportunidades únicas de criação de valor, proporcionando experiências turísticas mais ricas e diversificadas.

Essa colaboração interdisciplinar não apenas enriquece as experiências dos visitantes, mas também contribui para o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais. Ao envolver ativamente os moradores locais na concepção e implementação de iniciativas turísticas, os DTIs podem fortalecer os laços comunitários e promover o empoderamento das populações locais, criando assim um ambiente propício para a inovação e a criatividade contínuas.

A colaboração entre setores é um elemento-chave para fomentar a criatividade nos DTIs. Ao integrar conhecimentos, recursos e perspectivas de diferentes partes interessadas, os DTIs podem desenvolver soluções inovadoras que promovem a excelência na experiência do visitante e impulsionam o desenvolvimento sustentável do destino.

2.6 A inovação como diferencial nos Destinos Turísticos Inteligentes

Nos destinos turísticos inteligentes (DTIs), a inovação é primordial para garantir diferenciação e competitividade. A adoção de soluções tecnológicas avançadas, o

desenvolvimento de experiências turísticas personalizadas e a implementação de estratégias de marketing inovadoras permitem que esses destinos ofereçam um valor agregado significativo aos visitantes.

A incorporação de tecnologias emergentes, como IA e IoT, possibilita que os DTIs proporcionem experiências mais personalizadas e eficientes (Buhalis, 2016). Por exemplo, sistemas de IA podem analisar dados dos visitantes para fornecer recomendações personalizadas, enquanto a IoT cria ambientes turísticos inteligentes que aprimoram a interação entre visitantes e o destino.

Desenvolver experiências turísticas únicas e personalizadas é essencial para atrair e reter turistas nos DTIs (Pine; Gilmore, 1999). Tecnologias como IA e Big Data permitem a personalização em larga escala, adaptando as ofertas conforme as preferências individuais dos visitantes.

Além disso, os DTIs exploram novas formas de envolver os visitantes e proporcionar experiências autênticas que destacam os aspectos únicos do destino. Exemplos notáveis incluem Singapura e Dubai, que investiram em atrações turísticas icônicas como o Gardens by the Bay e o Burj Khalifa, tornando-se símbolos globais e destinos imperdíveis (Gretzel; Jamal, 2020).

A implementação de estratégias de marketing inovadoras é fundamental para a promoção dos DTIs e a atração de turistas (Kotler *et al.*, 2017). Estratégias como marketing de influência e conteúdo gerado pelo usuário destacam os destinos em um mercado saturado, alcançando eficazmente diversos segmentos de público.

A inovação tem sido um diferencial nos DTIs, permitindo que ofereçam experiências únicas e impactantes aos visitantes. Através da adoção de soluções tecnológicas avançadas, do desenvolvimento de experiências turísticas personalizadas e da implementação de estratégias de marketing inovadoras, os DTIs podem alcançar um novo patamar de excelência e competitividade no setor do turismo.

2.7 Adoção de Soluções Tecnológicas Inovadoras

A adoção de soluções tecnológicas inovadoras é uma característica distintiva dos DTIs, possibilitando melhorias significativas na eficiência operacional, na experiência do visitante e na gestão do destino. A integração de tecnologias emergentes, como IA e IoT, é essencial para os DTIs.

A IA desempenha um papel fundamental na personalização da experiência do visitante. Sistemas de IA podem analisar grandes volumes de dados para fornecer recomendações personalizadas, como a seleção

de atividades, restaurantes e acomodações, com base nas preferências individuais dos turistas (Xiang; Fesenmaier, 2018). Além disso, a IA permite a automação de processos, otimizando a gestão de recursos e a prestação de serviços turísticos.

A IoT oferece oportunidades para a criação de ambientes turísticos inteligentes e interconectados. Dispositivos e infraestruturas podem ser integrados para oferecer uma experiência mais integrada e personalizada. Por exemplo, a IoT permite o monitoramento em tempo real do fluxo de visitantes, o controle da iluminação e temperatura em locais turísticos, e até mesmo a gestão inteligente de resíduos (Gretzel; Jamal, 2020).

Tecnologias como RA e Realidade Virtual (RV) também estão sendo cada vez mais utilizadas nos DTIs para aprimorar a experiência do visitante. A RA permite a sobreposição de informações digitais sobre o mundo real, proporcionando uma experiência mais imersiva e interativa. Por sua vez, a RV possibilita a simulação de ambientes virtuais, permitindo aos turistas explorar destinos antes mesmo de visitá-los fisicamente (Wang *et al.*, 2018).

A adoção de soluções tecnológicas inovadoras é vital para a transformação dos destinos turísticos em DTIs. Ao integrar IA, IoT, RA, RV e outras tecnologias emergentes, os DTIs podem

oferecer uma experiência turística mais personalizada, eficiente e envolvente, atendendo às expectativas dos turistas e impulsionando o desenvolvimento sustentável do destino.

2.8 Implementação de Estratégias de Marketing Inovadoras

A implementação de estratégias de marketing inovadoras nos DTIs é essencial para estabelecer uma presença marcante no mercado e atrair um público diversificado. Autores renomados na área de marketing, como Philip Kotler, destacam a importância da diferenciação e da criação de valor para os destinos turísticos. Kotler enfatiza que os destinos devem desenvolver uma proposta de valor única, comunicando eficazmente seus atributos distintivos aos potenciais visitantes (Kotler *et al.*, 2017). Além disso, Kevin Lane Keller ressalta a importância da construção e gestão de marcas fortes no setor do turismo, argumentando que marcas turísticas bem-sucedidas criam uma conexão emocional com os turistas, oferecendo experiências autênticas e consistentes ao longo do tempo (Keller, 2016).

Uma abordagem inovadora no marketing turístico é o uso de técnicas de *storytelling* para contar histórias cativantes sobre os destinos. Autores como Jonah Berger exploram o poder das narrativas na formação de conexões emocionais e no

compartilhamento de experiências. Berger argumenta que as histórias têm o potencial de inspirar e engajar os turistas, criando memórias duradouras e influenciando positivamente suas decisões de viagem (Berger, 2016). Portanto, ao adotar estratégias de *storytelling* em suas campanhas de marketing, os DTIs podem criar uma identidade única e envolvente que ressoa com os turistas e os motiva a explorar o destino.

Além das estratégias mencionadas, a colaboração entre *stakeholders* locais e a comunidade é crucial na implementação de estratégias de marketing inovadoras nos DTIs. A cocriação de experiências entre empresas, governo local e residentes pode gerar *insights* valiosos e criar campanhas mais autênticas e alinhadas com as expectativas dos turistas. Essa colaboração fortalece a identidade e a atratividade do destino, promovendo um senso de pertencimento e responsabilidade compartilhada, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e a prosperidade da comunidade local.

2.9 Desafios e oportunidades para a criatividade e inovação nos Destinos Turísticos Inteligentes

A interseção entre criatividade, inovação e DTIs apresenta uma série de desafios e oportunidades que moldam a evolução e o sucesso desses locais

no cenário turístico global. Autores renomados destacam a complexidade desse contexto dinâmico e os diversos obstáculos enfrentados pelos gestores de destinos ao buscar implementar práticas criativas e inovadoras.

Um dos principais desafios é a necessidade de equilibrar a inovação tecnológica com a preservação da autenticidade e identidade cultural do destino. Autores como Richards e Marques (2012) argumentam que a adoção excessiva de tecnologia pode levar à descaracterização do destino e à perda de sua essência, afetando negativamente a experiência do turista. Além disso, questões relacionadas à privacidade, segurança cibernética e ética no uso de dados representam desafios adicionais que exigem atenção cuidadosa por parte dos gestores de destinos (Gretzel *et al.*, 2015).

Outro desafio significativo é a falta de colaboração e cooperação entre os diferentes *stakeholders* envolvidos no desenvolvimento do destino. Autores como Hall e Williams (2008) destacam a importância da participação ativa de empresas, governo local, residentes e organizações da sociedade civil na concepção e implementação de iniciativas criativas e inovadoras. A falta de engajamento e alinhamento entre esses atores pode resultar em conflitos de interesses e obstáculos à implementação bem-sucedida de projetos de inovação (Dredge; Jenkins, 2007).

Apesar dos desafios, a busca por práticas criativas e inovadoras nos DTIs oferece uma série de oportunidades para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a competitividade do destino. Autores como Buhalis (2019) destacam a capacidade das tecnologias emergentes, como inteligência artificial, realidade aumentada e internet das coisas, de criar experiências turísticas personalizadas e diferenciadas, atraindo assim um público mais diversificado e exigente. Além disso, a inovação no turismo pode gerar benefícios econômicos significativos, como o aumento da receita turística, a criação de empregos e o estímulo ao empreendedorismo local (Gretzel; Jamal, 2010).

Esses desafios e oportunidades destacam a necessidade de uma abordagem holística e colaborativa para a promoção da criatividade e inovação nos DTIs, visando alcançar um equilíbrio entre a incorporação de novas tecnologias e a preservação da autenticidade e sustentabilidade do destino.

2.10 Barreiras para a implementação de práticas criativas e inovadoras

A implementação de práticas criativas e inovadoras nos DTIs encontra diversas barreiras que podem limitar seu sucesso e impacto. Autores renomados na área destacam essas

barreiras como obstáculos significativos que devem ser superados para promover uma abordagem mais inovadora e sustentável no turismo.

Um dos principais desafios enfrentados pelos gestores de destinos é a resistência à mudança por parte dos *stakeholders* locais. Autores como Sigala e Christou (2019) apontam que a implementação de novas práticas muitas vezes encontra oposição de grupos que se beneficiam do status quo ou temem os impactos desconhecidos da inovação. Essa resistência pode vir de diversos setores, incluindo empresas locais, comunidade residente e órgãos governamentais.

Além disso, a falta de recursos financeiros e de infraestrutura adequada pode representar uma barreira significativa para a implementação de práticas criativas e inovadoras nos destinos turísticos. Autores como Pechlaner *et al.* (2013) destacam que muitos destinos enfrentam restrições orçamentárias que limitam sua capacidade de investir em projetos de inovação e desenvolvimento. Além disso, a infraestrutura tecnológica e de transporte muitas vezes não está preparada para suportar iniciativas inovadoras, o que pode dificultar sua implementação e adoção.

Questões regulatórias e burocráticas também representam desafios

significativos para a implementação de práticas criativas e inovadoras nos DTIs. Autores como Sharpley e Telfer (2015) apontam que o ambiente regulatório muitas vezes não acompanha o ritmo da inovação, criando barreiras legais e administrativas que dificultam a implementação de novas ideias e iniciativas. Além disso, a falta de coordenação e colaboração entre os diferentes órgãos governamentais pode levar a conflitos de interesse e atrasar o processo de implementação.

A superação dessas barreiras requer uma abordagem holística e colaborativa que envolva todos os *stakeholders* relevantes, desde empresas e governo local até residentes e organizações da sociedade civil. Somente através de esforços coordenados e investimentos adequados será possível promover uma cultura de inovação e criatividade nos DTIs.

2.11 Benefícios econômicos e sociais da criatividade e inovação nos destinos turísticos

A criatividade e a inovação nos DTIs não apenas impulsionam o desenvolvimento econômico, mas também geram uma série de benefícios sociais que contribuem para a sustentabilidade e o bem-estar das comunidades locais. Pesquisadores e especialistas na área destacam esses benefícios

como resultados tangíveis da adoção de práticas criativas e inovadoras no setor do turismo.

Do ponto de vista econômico, a criatividade e a inovação nos DTIs têm o potencial de aumentar significativamente a receita gerada pelo turismo. Autores como Buhalis e Amaranggana (2015) destacam que a introdução de novas experiências e produtos turísticos pode atrair um fluxo maior de turistas, resultando em um aumento de vendas e gastos turísticos. Além disso, a inovação pode estimular a diversificação da economia local, criando oportunidades de emprego e promovendo o empreendedorismo em setores relacionados ao turismo, como gastronomia, artesanato e tecnologia.

Além dos benefícios econômicos, a criatividade e a inovação nos DTIs também geram impactos sociais positivos para as comunidades locais. Autores como Hall e Mitchell (2008) destacam que a promoção de práticas sustentáveis e responsáveis no turismo pode fortalecer o orgulho e a identidade da comunidade, ao mesmo tempo em que promove a preservação da cultura e do patrimônio local. Além disso, a inovação no turismo pode criar oportunidades de envolvimento e empoderamento para os residentes, permitindo que eles participem ativamente do desenvolvimento e gestão do destino.

Outro benefício social importante da criatividade e inovação nos DTIs é a melhoria da qualidade de vida e bem-estar das comunidades locais. Autores como Pearce (2012) destacam que o turismo criativo e inovador pode promover a inclusão social, ao mesmo tempo em que oferece oportunidades de aprendizado e crescimento pessoal para os residentes. Além disso, a diversificação da oferta turística pode reduzir a sazonalidade e os impactos negativos do turismo de massa, criando um ambiente mais equilibrado e sustentável para todos os envolvidos.

A criatividade e a inovação nos DTIs não são apenas impulsionadoras do desenvolvimento econômico, mas também geram uma série de benefícios sociais tangíveis para as comunidades locais. Ao promover uma abordagem mais inovadora e sustentável no turismo, os DTIs têm o potencial de transformar positivamente a vida das pessoas e o futuro do turismo global.

2.12 Estudos de caso de Destinos Turísticos Inteligentes Criativos e Inovadores

Esta seção apresenta estudos de caso de destinos turísticos que se destacam por suas práticas criativas e inovadoras, demonstrando como esses elementos foram aplicados com sucesso para aprimorar a experiência do visitante e impulsionar o

desenvolvimento do destino. Os três destinos selecionados representam exemplos notáveis de criatividade e inovação no setor do turismo, destacando estratégias eficazes para atrair visitantes e promover o crescimento econômico e social.

2.13 Rio de Janeiro: exemplo de boas práticas em criatividade e inovação

O Rio de Janeiro (RJ), no Brasil, é reconhecido internacionalmente por suas práticas inovadoras no setor do turismo. Com uma abordagem centrada no turista e um compromisso com a sustentabilidade, este destino tem se destacado por sua capacidade de oferecer experiências turísticas únicas e memoráveis. Através da integração de tecnologias de ponta, como realidade aumentada em pontos turísticos emblemáticos, como o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar, o Rio de Janeiro conseguiu criar uma atmosfera envolvente e imersiva para os visitantes, permitindo-lhes explorar a cultura local, a história e a natureza de uma maneira totalmente nova.

Além disso, a cidade tem se destacado por suas iniciativas de sustentabilidade, reconhecendo a importância de preservar seu patrimônio natural e cultural para as futuras gerações. Programas de educação ambiental, campanhas de conscientização e projetos de

conservação têm sido implementados em parceria com organizações locais e internacionais, visando não apenas minimizar o impacto ambiental do turismo, mas também promover práticas responsáveis e a valorização da biodiversidade.

A integração da criatividade, inovação e sustentabilidade tem sido fundamental para o sucesso do turismo no Rio de Janeiro. Segundo estudo de Silva *et al.* (2022), a adoção de abordagens inovadoras e a valorização da cultura local não apenas atraem visitantes, mas também geram benefícios econômicos e sociais para a cidade, incluindo a criação de empregos, o desenvolvimento de infraestrutura turística e o estímulo ao empreendedorismo.

Pereira e Lima (2021) ressaltam a importância do engajamento comunitário e da inclusão social nas práticas turísticas, destacando iniciativas locais que promovem a participação das comunidades e valorizam o patrimônio cultural imaterial da cidade. Essa abordagem colaborativa não apenas fortalece os laços entre os residentes e os visitantes, mas também enriquece a experiência turística ao proporcionar um contato autêntico e significativo com a cultura local.

O Rio de Janeiro representa um paradigma de sucesso na intersecção entre criatividade, inovação e

sustentabilidade no turismo. Por meio de práticas inovadoras e uma abordagem centrada no visitante, a cidade continua a encantar e inspirar aqueles que a visitam, promovendo o desenvolvimento socioeconômico e a preservação de seu rico patrimônio cultural e ambiental.

2.14 Ilhas Faroe: como a inovação transformou o turismo local

As Ilhas Faroe, um arquipélago situado no Atlântico Norte e território dependente da Dinamarca, emergiram como um exemplo inspirador de como a inovação pode revolucionar o turismo em destinos remotos e pouco explorados. Com sua paisagem dramática de montanhas verdejantes, fiordes escarpados e vilarejos pitorescos, as Ilhas Faroe têm aproveitado estratégias criativas e tecnológicas para redefinir a experiência turística e atrair um novo perfil de visitantes.

Um dos pilares dessa transformação é a adoção de tecnologias verdes e práticas sustentáveis, que visam preservar a beleza natural das ilhas e promover o ecoturismo. Por meio de investimentos em energia renovável, gestão de resíduos e sensibilização ambiental, as Ilhas Faroe têm se posicionado como um destino ecoconsciente, alinhado com as demandas de um turismo responsável e ético.

Além disso, a inovação tem permeado diversas esferas do turismo

nas Ilhas, desde a criação de experiências turísticas autênticas até a promoção de parcerias estratégicas com empresas locais e internacionais. Através de iniciativas como a “Airbnb Experiences” e o “Visit Faroe Islands Program”, os visitantes são convidados a mergulhar na cultura e na vida cotidiana das ilhas, participando de atividades tradicionais, como a pesca e a preparação do tradicional prato faroense, o “ræst”.

Segundo estudo de Jensen e Kristensen (2021), a abordagem inovadora das Ilhas Faroe tem sido fundamental para impulsionar o turismo local e diversificar a economia insular. Ao integrar elementos de criatividade, autenticidade e sustentabilidade, as ilhas têm conquistado reconhecimento internacional e atraído um público cada vez mais interessado em experiências genuínas e fora do convencional.

Hansen e Moller (2020) destacam o papel das comunidades locais no processo de inovação turística, ressaltando a importância do engajamento comunitário e do empoderamento dos residentes na criação e gestão de produtos e serviços turísticos. Essa abordagem participativa não apenas fortalece os laços sociais e culturais das comunidades, mas também garante que o desenvolvimento turístico seja sustentável e inclusivo.

As Ilhas Faroe representam um exemplo inspirador de como a inovação pode transformar o turismo em destinos remotos e pouco explorados. Ao combinar criatividade, autenticidade e sustentabilidade, as ilhas têm construído uma narrativa turística única, que ressoa com os viajantes em busca de experiências autênticas e significativas.

2.15 Barcelona: estratégias criativas para atrair visitantes

Barcelona, uma das cidades mais vibrantes e cosmopolitas da Europa, tem se destacado por suas estratégias criativas e inovadoras para atrair visitantes de todo o mundo. Com sua rica história, arquitetura deslumbrante e cultura efervescente, a cidade catalã tem investido em uma série de iniciativas para promover sua oferta turística e consolidar sua posição como um destino de classe mundial.

Uma das estratégias-chave adotadas por Barcelona é o desenvolvimento de eventos culturais e festivais que atraem milhões de turistas todos os anos. Eventos como o Festival de Música Primavera Sound e o Festival Grec de Barcelona não apenas enriquecem a oferta cultural da cidade, mas também geram um impacto econômico significativo, impulsionando o setor de turismo e atraindo investimentos para a região.

Além disso, Barcelona tem se destacado por sua abordagem inovadora no uso de tecnologias digitais e mídias sociais para promover o turismo. A cidade tem investido em parcerias estratégicas com influenciadores digitais e criadores de conteúdo, ampliando seu alcance e visibilidade no mercado global. Por meio de campanhas criativas e engajadoras, tem conseguido captar a atenção de um público diversificado e atrair visitantes interessados em explorar sua rica oferta cultural e gastronômica.

Segundo estudo de Rodríguez e Martínez (2021), a estratégia de marketing digital de Barcelona tem sido fundamental para impulsionar o turismo na cidade e fortalecer sua posição como um destino de referência na Europa. Ao adotar uma abordagem centrada no turista e investir em experiências autênticas e personalizadas, Barcelona tem conseguido conquistar a fidelidade de seus visitantes e gerar impactos positivos em toda a cadeia de valor do turismo.

3. Considerações finais

Neste capítulo, a interseção entre criatividade, inovação e turismo foi explorada, com foco especial nos destinos turísticos inteligentes (DTIs). Desde a definição desses destinos até os estudos de caso com exemplos emblemáticos como

García e Fernández (2020) destacam a importância da colaboração entre o setor público e o privado na implementação de estratégias de marketing inovadoras. Parcerias entre agências de turismo, empresas locais e instituições governamentais têm permitido o desenvolvimento de campanhas integradas e ações promocionais eficazes, maximizando o impacto das iniciativas de marketing e promovendo o crescimento sustentável do turismo em Barcelona.

Barcelona se destaca como um exemplo de sucesso na implementação de estratégias criativas e inovadoras para atrair visitantes e promover o desenvolvimento turístico. Por meio de uma abordagem inovadora que combina eventos culturais, marketing digital e colaboração público-privada, a cidade tem consolidado sua posição como um dos destinos mais desejados da Europa, oferecendo experiências únicas e memoráveis aos seus visitantes.

o Rio de Janeiro, as Ilhas Faroe e Barcelona, ficou evidente que esses elementos são essenciais para o desenvolvimento e a promoção de um turismo sustentável e de qualidade.

Entender a importância da criatividade e da inovação nos DTIs é

indispensável para enfrentar os desafios do mercado global e atender às expectativas de turistas cada vez mais exigentes. A integração de tecnologias avançadas, o estímulo à colaboração entre setores e a adoção de estratégias de marketing inovadoras são fundamentais para garantir a competitividade e o sucesso dos destinos turísticos no cenário atual.

Os estudos de caso apresentados oferecem observações significativas sobre a aplicação prática dessas estratégias, destacando como destinos podem aproveitar seus recursos e potenciais únicos para se destacarem no mercado turístico global. Do Rio de Janeiro, com sua rica oferta cultural e tecnológica, passando pelas Ilhas Faroese comprometidas com a sustentabilidade e a preservação ambiental, até Barcelona, com sua vibrante cena cultural e estratégias de marketing inovadoras, fica claro que a criatividade e a inovação são catalisadores essenciais para o sucesso no turismo contemporâneo.

No entanto, apesar dos avanços alcançados, ainda há desafios

a serem superados. Resistência à mudança, falta de recursos financeiros e escassez de capacitação profissional continuam a ser obstáculos para a implementação de práticas criativas e inovadoras nos destinos turísticos. Portanto, é essencial que gestores de destinos, empresas do setor e órgãos governamentais trabalhem em conjunto para superar esses desafios e promover um turismo mais sustentável, inclusivo e resiliente.

Em última análise, a criatividade e a inovação são imperativos para a evolução do turismo, não apenas como uma indústria econômica, mas também como uma forma de promover o entendimento intercultural, preservar o patrimônio cultural e natural e fomentar o desenvolvimento socioeconômico das comunidades locais. Ao continuarmos a investir em práticas inovadoras, podemos vislumbrar um futuro mais brilhante e sustentável para o turismo, no qual os DTIs se tornem verdadeiros catalisadores de crescimento, bem-estar e prosperidade para todos.

Referências

BERGER, J. **Contagious: How to Build Word of Mouth in the Digital Age**. Simon and Schuster, 2016.

BUHALIS, D. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, v. 31, n. 5, p. 570-573, 2010.

BUHALIS, D. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. **Tourism Review**, v. 71, n. 1, p. 135-141, 2016.

BUHALIS, D. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. **Tourism Review**, v. 74, n. 1, p. 53-63, 2019.

BUHALIS, D. Technology in Tourism – From Information Communication Technologies to eTourism and Smart Tourism towards Ambient Intelligence Tourism: A perspective article. **Tourism Review**, v. 75, n. 1, p. 52-64, 2020.

BUHALIS, D.; AMARANGGANA, A. Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services. In: TUSSYADIAH, T.; INVERSINI, A. (Eds.). **Information and Communication Technologies in Tourism 2015**. Cham: Springer, 2015. p. 377-389.

DREDGE, D.; JENKINS, J. M. **Tourism planning and policy: Issues, themes and challenges**. London: Routledge, 2007.

GARCÍA, J. M.; FERNÁNDEZ, M. Public-private collaboration in city destination marketing. **Annals of Tourism Research**, v. 83, p. 102944, 2020.

GRETZEL, U.; JAMAL, T. Conceptualizing the creative tourist class: The case of New Zealand migrants in Australia. **Tourism Management**, v. 31, n. 4, p. 545-552, 2010.

GRETZEL, U.; JAMAL, T. Conceptualizing intelligent destination marketing systems. **Journal of Travel Research**, v. 59, n. 1, p. 3-13, 2020a.

GRETZEL, U.; JAMAL, T. The Role of Destination Governance in Smart Tourism Destinations. In: TUSSYADIAH, I.; INVERSINI, A. (Eds.). **Information and Communication Technologies in Tourism 2020**. Cham: Springer, 2020b. p. 155-166.

GRETZEL, U.; SIGALA, M.; XIANG, Z.; KOO, C. Smart tourism: Foundations and developments. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 179-188, 2015.

HALL, C. M. **Tourism and regional development: New pathways**: London: Routledge, 2015.

HALL, C. M.; MITCHELL, M. **Wine marketing: A practical guide**. Elsevier, 2008.

HALL, C. M.; WILLIAMS, A. M. **Tourism and innovation**. London: Routledge, 2008.

HANSEN, L. K.; MOLLER, M. Community-based tourism development: A case study of the Faroe Islands. **Journal of Tourism Futures**, v. 6, n. 1, p. 30-43, 2020.

JAMAL, T.; STRONZA, A. Collaboration theory and tourism practice in protected areas: stakeholders, structuring and sustainability. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 17, n. 2, p. 169-189, 2009.

JENSEN, A. T.; KRISTENSEN, E. Green tourism and innovative practices: The case of the Faroe Islands. **Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism**, v. 21, n. 4, p. 351-367, 2021.

KELLER, K. L. Building strong brands in a modern marketing communications environment. **Journal of Marketing Communications**, v. 22, n. 1, p. 9-25, 2016.

KOTLER, P.; BOWEN, J. T.; MAKENS, J. C.; BALOGLU, S. **Marketing for hospitality and tourism**. Harlow: Pearson, 2017.

LIMA, M. M. Destinos turísticos inteligentes: contribuições e desafios para o turismo do século XXI. **Turismo em Análise**, v. 29, n. 2, p. 313-339, 2018.

MEDEIROS, P.; MARQUES, L.; ALMEIDA, H. Criatividade e inovação no turismo: estudo de caso no Rio Grande do Norte. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 4, n. 2, p. 363-384, 2016.

NEIROTTI, P.; DE MARCO, A.; CAGLIANO, A. C.; MANGANO, G.; SCORRANO, F. Current trends in Smart Tourism: The Internet of Things and its relevance to tourism. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2015**. Cham: Springer, p. 551-564, 2015.

PEARCE, D. G. Tourism development and poverty reduction in South Africa: Learning from the Eastern Cape Province. **Current Issues in Tourism**, v. 15, n. 3, p. 223-237, 2012.

PEARCE, P. L. The landscape of tourist creativity. **Annals of Tourism Research**, v. 39, n. 1, p. 58-75, 2012.

PECHLANER, H.; VOLGGER, M.; PICHLER, S. Innovation in tourism: The role of regional and network factors. **Annals of Tourism Research**, v. 41, p. 267-289, 2013.

PEREIRA, A. M.; LIMA, C. R. Turismo criativo e sustentabilidade: uma análise das práticas no Rio de Janeiro. **Revista Turismo em Análise**, v. 32, n. 1, p. 145-160, 2021.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The experience economy: Work is theatre & every business a stage**. Harvard Business Press, 1999.

PINE II, B. J.; GILMORE, J. H. Welcome to the experience economy. **Harvard Business Review**, v. 76, n. 4, p. 97-105, 1998.

RICHARDS, G. Creativity and Tourism: The State of the Art. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1225-1253, 2011.

RICHARDS, G.; MARQUES, L. A. Criatividade e turismo: A formação de recursos criativos como estratégia para o desenvolvimento turístico. **Revista de Turismo & Desenvolvimento**, v. 17/18, p. 95-105, 2012a.

RICHARDS, G.; MARQUES, L. **Tourism creative and cultural industries: Strategies for growth**. London: Routledge, 2012b.

RODRÍGUEZ, M. Á.; MARTÍNEZ, V. A. Digital marketing and destination competitiveness: A case study of Barcelona. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 20, p. 100566, 2021.

SCHEYVENS, R.; MOMSEN, J. Tourism and poverty reduction: Issues for small island states. In: **Tourism in Pacific Islands: Current Issues and Future Challenges**. p. 143-155, 2008.

SCHUMPETER, J. A. **The Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle**. Harvard University Press, 1934.

SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. *Tourism and development: Concepts and issues*. **Channel View Publications**, 2015.

SIGALA, M.; CHRISTOU, E. Smart tourism destinations: Digital revolution meets management, policy and customer satisfaction. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 12, p. 1-6, 2019.

SILVA, J. F.; SANTOS, M. A.; OLIVEIRA, P. B. Inovação e sustentabilidade no turismo: o caso do Rio de Janeiro. **Turismo: Visão e Ação**, v. 24, n. 2, p. 78-93, 2022.

WANG, D.; LI, X. R.; ZHANG, H. Augmented reality tourism marketing and tourist experience: a conceptual framework. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, v. 35, n. 2, p. 149-161, 2018.

WANG, D.; PARK, S.; FESENMAIER, D. R. The role of smartphones in mediating the touristic experience. **Journal of Travel Research**, v. 57, n. 1, p. 52-66, 2018.

Capítulo 4

O papel da economia criativa na sustentabilidade e competitividade dos destinos turísticos inteligentes

Ricardo Furtado Rodrigues

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0009-0003-7004-659X>

Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/4667397647420726>

1. Introdução

Nos últimos anos, a Economia Criativa (EC) tem emergido como um componente fundamental no desenvolvimento e revitalização de destinos turísticos globais. Este capítulo objetiva investigar o papel desempenhado pela EC na promoção da sustentabilidade e competitividade dos destinos turísticos inteligentes (DTIs). A interseção entre a EC e o turismo inteligente oferece oportunidades únicas para inovação, diversificação da oferta turística e fortalecimento da identidade cultural regional. Neste contexto, pretende-se explorar definições pertinentes à EC, ressaltar sua importância para os destinos turísticos e delinear os objetivos específicos deste capítulo.

A EC, conceito formulado pelo economista britânico John Howkins na década de 1990, abrange uma gama de atividades econômicas relacionadas à criação, produção e distribuição de bens e serviços baseados em conhecimento e criatividade humanos. Inclui setores como design, artes visuais, música, cinema, moda, gastronomia, entre outros. No

contexto dos DTIs, a EC atua como catalisadora do desenvolvimento socioeconômico e cultural.

A relevância da EC para os DTIs reside em sua capacidade de fomentar a inovação, atrair investimentos, gerar empregos qualificados e promover o desenvolvimento sustentável. Ao explorar e capitalizar os recursos criativos de uma região, os destinos turísticos podem criar experiências autênticas e diferenciadas para os visitantes, agregando valor à oferta turística e fortalecendo sua posição no mercado global. Nesse sentido, este capítulo também pretende aprofundar a compreensão sobre como a EC contribui para a sustentabilidade e competitividade dos DTIs, fornecendo reflexões para gestores, empreendedores e demais interessados no setor turístico.

O propósito deste capítulo é estabelecer uma análise abrangente sobre o impacto da EC nos DTIs, com ênfase na sustentabilidade e competitividade. Para alcançar esse propósito, foram definidos três objetivos para orientar a discussão e análise ao longo do capítulo.

O primeiro objetivo é investigar o papel da EC na sustentabilidade dos DTIs. Essa investigação envolveu uma análise detalhada sobre como os princípios e práticas da EC contribuem para a preservação e promoção dos recursos naturais,

culturais e socioeconômicos dos destinos turísticos. Ao explorar essa relação, buscou-se identificar as maneiras pelas quais a EC pode ser empregada como uma ferramenta estratégica para impulsionar o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos, garantindo sua viabilidade em longo prazo e minimizando os impactos negativos sobre o meio ambiente e as comunidades locais.

O segundo objetivo visou examinar como a EC contribui para a competitividade dos DTIs. Para isso, foi verificada a integração de elementos da EC, como design inovador, artesanato local, eventos culturais e gastronomia autêntica, para diferenciar e posicionar os destinos de forma única no mercado turístico global. Além disso, foi explorado como as práticas da EC podem melhorar a atratividade dos destinos, aumentar a satisfação do visitante e gerar vantagens competitivas sustentáveis, permitindo que esses locais se destaquem em um ambiente altamente competitivo e em constante evolução.

O terceiro objetivo foi apresentar exemplos de iniciativas sustentáveis e de sucesso na EC aplicadas aos DTIs. Nesta seção, apresentamos estudos de caso e exemplos práticos de destinos turísticos que implementaram estratégias inovadoras da EC com êxito. Esses

exemplos tratam de melhores práticas, desafios enfrentados e lições aprendidas na aplicação da EC em contextos turísticos, oferecendo inspiração e orientação para profissionais e gestores que buscam promover o desenvolvimento sustentável e a competitividade de seus destinos.

2. Definição de economia criativa

A definição precisa e abrangente da EC tem sido objeto de debate e evolução ao longo dos anos, refletindo a complexidade e diversidade de suas atividades e setores. Richard Florida, renomado urbanista e autor de “The Rise of the Creative Class”, destaca a importância da EC como um motor de crescimento econômico baseado no talento humano e na capacidade de inovação (Florida, 2002). Segundo ele, a EC engloba indústrias e atividades que envolvem produção e distribuição de bens e serviços intensivos em conhecimento e criatividade, como design, publicidade, mídia, arquitetura, entre outros.

Por outro lado, John Howkins, em seu livro “The Creative Economy: How People Make Money from Ideas”, define a EC como aquela em que o valor econômico é derivado da propriedade intelectual e da criatividade individual (Howkins, 2001). Ele argumenta que a EC vai além dos setores tradicionais, abrangendo

Ao abordar esses objetivos o capítulo busca contribuir para uma compreensão mais aprofundada do papel da EC na sustentabilidade e competitividade dos DTIs, destacando seu potencial como uma força motriz para o desenvolvimento econômico, social e cultural desses locais.

também áreas como artesanato, artes cênicas, software, games e moda, impulsionadas pela originalidade e expressão pessoal.

No contexto dos DTIs, a definição de EC se estende para além das indústrias culturais e criativas, incorporando também atividades relacionadas ao turismo e hospitalidade. Segundo Richards (2019), a EC turística engloba atividades como design de experiências turísticas, produção de conteúdo digital, gastronomia, turismo de eventos e festivais, que contribuem para a criação de produtos turísticos inovadores e diferenciados.

Assim, a definição de EC nos DTIs abarca uma gama de atividades econômicas e culturais que valorizam a criatividade, originalidade e identidade local, contribuindo para o desenvolvimento sustentável e competitividade desses destinos. Ao integrar elementos da EC em sua oferta turística, os destinos podem

se destacar no mercado global, atrair visitantes qualificados e gerar impactos positivos nas comunidades locais.

2.1 Importância da Economia Criativa nos Destinos Turísticos Inteligentes

A EC desempenha um papel vital no desenvolvimento e na competitividade dos DTIs, fornecendo uma base sólida para a inovação, diversificação e sustentabilidade econômica. Conforme destacado por Pratt (2019), a EC é um motor de crescimento econômico, impulsionando a geração de empregos, o aumento da renda e a revitalização de áreas urbanas e rurais. Nos DTIs, essa importância é ainda mais evidente, pois esses locais dependem da capacidade de oferecer experiências únicas e autênticas aos visitantes.

Um dos principais aspectos da EC nos DTIs é sua capacidade de gerar produtos e serviços turísticos inovadores e diferenciados. Segundo Caves (2000), a criatividade e a originalidade são elementos essenciais para atrair e reter a atenção dos turistas em um mercado cada vez mais competitivo. Ao integrar elementos da EC, como design, artes, gastronomia e cultura local, os destinos turísticos podem criar uma oferta única, que se destaca por autenticidade e apelo emocional.

Além disso, a EC nos DTIs contribui para a preservação e promoção do patrimônio cultural e natural. Autores como Landry (2000) argumentam que a criatividade e a inovação são fundamentais para garantir a sustentabilidade dos destinos, equilibrando o desenvolvimento econômico com a conservação ambiental e cultural. Ao valorizar e apoiar os artistas locais, artesãos e empreendedores criativos, os DTIs podem fortalecer sua identidade e atratividade, promovendo simultaneamente a preservação do seu legado cultural e ambiental.

A EC nos DTIs também impulsiona a colaboração e o envolvimento comunitário, promovendo o desenvolvimento inclusivo e participativo. Autores como Richards e Wilson (2007) ressaltam que a EC pode servir como um catalisador para o desenvolvimento local, capacitando as comunidades a se envolverem ativamente na criação e gestão de suas próprias experiências turísticas. Isso não só promove um senso de pertencimento e orgulho local, mas também cria oportunidades de emprego e renda para os residentes, contribuindo para a redução das desigualdades sociais e a promoção da inclusão social.

De modo geral, a importância da EC nos DTIs é inegável, pois ela desempenha um papel central na diferenciação, inovação e

sustentabilidade desses locais. Ao integrar elementos da EC em sua estratégia de desenvolvimento turístico, os destinos podem fortalecer sua identidade, promover o desenvolvimento econômico e social e garantir uma experiência turística autêntica e enriquecedora para os visitantes.

2.2 O papel da economia criativa na sustentabilidade dos Destinos Turísticos Inteligentes

A sustentabilidade é uma preocupação central nos DTIs, e a EC desempenha um papel significativo nesse contexto. Conforme argumentado por Richards e Wilson (2007), a EC pode ser vista como um catalisador para o desenvolvimento sustentável, pois promove a preservação do patrimônio cultural e natural, ao mesmo tempo em que estimula o crescimento econômico e a inovação.

A interseção entre EC e desenvolvimento sustentável é particularmente relevante nos DTIs, onde a diversificação da oferta turística é essencial para a redução da sazonalidade e a promoção do turismo responsável (Prahalad; Ramaswamy, 2004). Através da promoção de atividades culturais, artísticas e criativas, os destinos podem atrair um público mais diversificado e aumentar a sua resiliência a choques externos, como

crises econômicas ou desastres naturais (Florida, 2002).

Além disso, a EC tem o potencial de fortalecer os laços entre os moradores locais e o setor turístico, criando oportunidades de emprego e empreendedorismo em comunidades tradicionalmente marginalizadas (Hjalager, 2010). Ao integrar os princípios da economia solidária e do turismo comunitário, os DTIs podem promover uma distribuição mais equitativa dos benefícios do turismo e incentivar a participação ativa da população local na tomada de decisões.

Portanto, fica claro que a EC desempenha um papel essencial na sustentabilidade dos DTIs, contribuindo para a preservação ambiental, inclusão social e resiliência econômica.

2.3 Desenvolvimento Sustentável e Economia Criativa

No contexto dos DTIs, o desenvolvimento sustentável e a EC emergem como forças complementares e interdependentes, desempenhando papéis essenciais na construção de uma base sólida para o progresso econômico, social e ambiental. Esta seção explora a interação dinâmica entre esses dois pilares, destacando sua importância na promoção da sustentabilidade e competitividade dos DTIs.

A EC, definida como um setor que engloba uma gama de atividades relacionadas à criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos, tem se mostrado cada vez mais relevante no contexto do turismo (UNCTAD, 2010). Por meio da inovação, empreendedorismo e expressão cultural, a EC contribui para a diversificação da oferta turística, a criação de empregos e o enriquecimento da experiência do visitante.

Pratt e Jeffcutt (2009) destacam que a EC não apenas gera receitas econômicas, mas também promove impactos sociais positivos, como o fortalecimento da identidade cultural, o estímulo ao empreendedorismo local e a revitalização de áreas urbanas. No contexto dos DTIs, a EC desempenha um papel muito importante na promoção do desenvolvimento sustentável, oferecendo alternativas econômicas que valorizam e preservam o patrimônio cultural e natural.

A interseção entre desenvolvimento sustentável e EC oferece oportunidades significativas para a promoção da sustentabilidade ambiental e social nos DTIs. Por exemplo, iniciativas que valorizam práticas artesanais tradicionais, gastronomia local e expressões culturais autênticas não apenas enriquecem a experiência do visitante, mas também contribuem para a conservação do meio ambiente e o bem-estar das comunidades locais (OECD, 2013).

Entretanto, é importante reconhecer os desafios associados à implementação de práticas sustentáveis na EC. Questões como gentrificação, desigualdade social e exploração dos trabalhadores criativos exigem abordagens éticas e inclusivas garantindo que os benefícios da EC sejam distribuídos de forma equitativa e justa para todas as partes interessadas (Hracs *et al.*, 2018).

A parceria entre desenvolvimento sustentável e EC representa um caminho promissor para a construção de DTIs mais resilientes, inclusivos e vibrantes. Ao integrar princípios de sustentabilidade com práticas inovadoras da EC, os destinos podem não apenas prosperar economicamente, mas também preservar sua identidade cultural, promover a inclusão social e proteger o meio ambiente para as gerações futuras.

2.4 Impacto da economia criativa na preservação ambiental

A EC, ao incorporar práticas inovadoras e sustentáveis, desempenha uma função importante na preservação ambiental nos DTIs. Esta abordagem não só valoriza os recursos culturais e naturais, mas também promove a conscientização ambiental entre turistas e residentes, contribuindo para a sustentabilidade a longo prazo.

Segundo Florida (2002), a EC é um motor de transformação urbana e pode ser utilizada para desenvolver práticas sustentáveis que impactam positivamente o meio ambiente. A integração da criatividade com a sustentabilidade resulta em soluções inovadoras que mitigam os impactos negativos do turismo. Por exemplo, a reutilização de materiais para criar arte pública ou a promoção de eventos culturais que enfatizam a educação ambiental são estratégias que contribuem para a preservação dos recursos naturais.

No contexto brasileiro, Marini e Lopes (2019) destacam a importância da EC em projetos de ecoturismo, onde a valorização dos recursos naturais é aliada à preservação ambiental. Esses projetos promovem práticas sustentáveis como a conservação de áreas naturais protegidas e a utilização de tecnologias limpas, o que reduz a pegada ecológica do turismo. Um exemplo concreto no Brasil é o Parque Nacional da Chapada dos Veadeiros, em Goiás, onde iniciativas de turismo criativo e sustentável têm sido implementadas para proteger a biodiversidade local enquanto oferecem experiências únicas aos visitantes.

Internacionalmente, as Ilhas Faroe, arquipélago autônomo e território dependente da Dinamarca, têm se destacado pela implementação de práticas criativas e

sustentáveis no turismo. Utilizando a EC, o arquipélago tem desenvolvido atividades que minimizam os impactos ambientais, como a promoção de produtos locais e sustentáveis, e a utilização de energia renovável. Esse modelo não só atrai turistas interessados em sustentabilidade, mas também educa sobre a importância da preservação ambiental (Visit Faroe Islands, 2021).

Além disso, a EC pode fomentar a conscientização ambiental por meio da arte e da cultura. Como observado por Howkins (2001), as indústrias criativas têm a capacidade de comunicar mensagens poderosas e influenciar comportamentos. Eventos culturais, exposições de arte e campanhas de marketing que destacam a importância da sustentabilidade podem sensibilizar tanto os turistas quanto os residentes sobre práticas ambientais responsáveis.

O impacto positivo da EC na preservação ambiental também se reflete na revitalização de áreas urbanas degradadas. Em Barcelona, na Espanha, por exemplo, a transformação de espaços industriais abandonados em centros culturais e áreas de recreação urbana não só preserva o patrimônio histórico, mas também cria espaços verdes que melhoram a qualidade de vida e estimulam o turismo sustentável (Ajuntament De Barcelona, 2020).

Ao promover práticas inovadoras e sustentáveis, a EC preserva o meio ambiente, reforça a identidade cultural e natural dos DTIs. A colaboração entre governos, empresas e comunidades locais é essencial para implementar essas estratégias de forma eficaz e sustentável, garantindo que o turismo possa prosperar sem comprometer os recursos para as futuras gerações.

2.5 Exemplos de iniciativas sustentáveis na Economia Criativa

A implementação de iniciativas sustentáveis na EC desempenha um papel significativo na promoção da sustentabilidade e competitividade dos DTIs. Nesta seção, são apresentados casos exemplares que ilustram como a integração de práticas sustentáveis na EC pode catalisar o desenvolvimento econômico, social e ambiental dos destinos.

Um exemplo inspirador no Brasil é o bairro de Pinheiros, em São Paulo, que se consolidou como um polo criativo e sustentável na cidade. Com uma comunidade vibrante de artistas, designers e empreendedores, Pinheiros abriga galerias de arte, estúdios de design, lojas de moda sustentável e espaços culturais, que promovem a criatividade e a preservação ambiental (Florida, 2002). Iniciativas como feiras de produtos orgânicos, eventos

culturais e projetos de revitalização urbana contribuem para uma experiência turística autêntica e sustentável em Pinheiros.

Outro exemplo brasileiro é o Rio Criativo, programa desenvolvido pelo governo do Estado do Rio de Janeiro para estimular a EC e promover o desenvolvimento sustentável. Por meio de iniciativas de capacitação, apoio a empreendedores e incentivo à inovação, o Rio Criativo tem impulsionado o crescimento do setor criativo no estado, gerando empregos e promovendo a inclusão social (Sheller, 2014). Projetos como o Porto Maravilha, que transformou uma área degradada no centro do Rio em um polo cultural e empresarial, exemplificam o potencial da EC para revitalizar e transformar destinos turísticos.

Além disso, destinos como Belo Horizonte têm investido em projetos de EC para promover o desenvolvimento sustentável e a inovação. A capital mineira abriga iniciativas como o Circuito Cultural Praça da Liberdade, que reúne museus, espaços culturais e atividades artísticas em uma área revitalizada da cidade (Ratten, 2021). O Circuito Cultural não apenas preserva o patrimônio histórico e cultural de Belo Horizonte, mas também promove a inclusão social e o turismo sustentável, gerando benefícios econômicos e culturais para a comunidade local.

Esses exemplos ilustram como a integração de práticas sustentáveis na EC pode gerar benefícios significativos para os DTIs, promovendo o desenvolvimento econômico, social e ambiental de forma integrada e sustentável. Ao adotar uma abordagem holística e colaborativa, os destinos podem se posicionar como líderes na vanguarda da EC e do turismo sustentável, beneficiando tanto os residentes locais quanto os visitantes.

Além desses exemplos nacionais, é importante destacar dois exemplos internacionais que ilustram como a EC pode impulsionar a sustentabilidade nos DTIs.

Em Copenhague, Dinamarca, o distrito de Nyhavn é emblemático. Anteriormente uma área portuária industrial, Nyhavn passou por uma revitalização que a transformou em um dos destinos mais vibrantes e sustentáveis da cidade. Com seus edifícios coloridos, cafés à beira-mar e ciclovias arborizadas, Nyhavn atrai turistas e residentes em busca de experiências culturais e gastronômicas autênticas (Richards, 2015). A renovação de Nyhavn não apenas preservou o patrimônio histórico da cidade, mas também impulsionou a economia local, gerando empregos e promovendo o turismo sustentável.

Outro exemplo é o distrito de Fitzroy, em Melbourne, Austrália.

Conhecido por sua cena de arte de rua, galerias de arte independentes e cafés alternativos, Fitzroy atrai artistas, designers e empreendedores criativos de todo o mundo (Evans, 2018). A comunidade de Fitzroy valoriza a sustentabilidade e a autenticidade, promovendo práticas como o comércio justo, reciclagem e uso de energia renovável. Essas iniciativas sustentáveis não apenas contribuem para o apelo turístico de Fitzroy, mas também fortalecem a identidade local e o senso de comunidade.

Esses exemplos internacionais destacam como a EC pode ser uma força motriz para a transformação sustentável dos destinos turísticos, promovendo o desenvolvimento econômico, cultural e social de maneira integrada e responsável.

2.6 O papel da Economia Criativa na competitividade dos Destinos Turísticos Inteligentes

A competitividade dos DTIs depende, em grande parte, da capacidade de oferecer experiências diferenciadas e atrativas aos visitantes. Neste contexto, a EC emerge para impulsionar a competitividade desses destinos, ao promover a inovação, a diferenciação e a colaboração entre os diversos atores do setor turístico.

Segundo Richards (2011), a EC é importante na diferenciação dos

destinos turísticos, permitindo-lhes desenvolver produtos e serviços únicos que se destacam no mercado e atraem turistas ávidos por experiências autênticas e memoráveis. Através da criatividade e da inovação, os destinos podem criar uma identidade distintiva e cativar um público diversificado.

A EC oferece um leque de possibilidades, desde a promoção de eventos culturais e artísticos até o desenvolvimento de roteiros turísticos temáticos e a criação de espaços colaborativos para artistas e empreendedores. Conforme destacado por Pratt (2011), as atividades criativas e culturais enriquecem a oferta turística dos destinos, proporcionando experiências autênticas que agregam valor à experiência do visitante.

Além disso, a EC estimula a colaboração e as parcerias entre os setores público, privado e do terceiro setor, fortalecendo assim a cadeia de valor do turismo e ampliando o alcance e o impacto das iniciativas desenvolvidas. Por meio de alianças estratégicas, os DTIs podem compartilhar recursos, conhecimentos e boas práticas, aumentando sua competitividade global e promovendo o desenvolvimento sustentável do setor.

Ao explorar o potencial da EC, os DTIs podem se posicionar de forma

mais eficaz no mercado global do turismo, oferecendo experiências autênticas, inovadoras e socialmente responsáveis que cativam e fidelizam os turistas, ao mesmo tempo em que contribuem para o desenvolvimento econômico, cultural e social das comunidades locais.

2.7 Atração de turistas através da economia criativa

A atração de turistas é um dos principais objetivos dos DTIs, e a EC desempenha uma função significativa nesse processo. Através da oferta de experiências culturais, artísticas e criativas únicas, os destinos podem se destacar no mercado turístico e atrair um público diversificado e ávido por vivenciar novas sensações.

De acordo com Richards (2011), a EC é uma fonte de diferenciação para os destinos turísticos, permitindo que ofereçam experiências únicas e autênticas aos visitantes. Essas experiências são fundamentais para atrair turistas em um mercado cada vez mais competitivo, conforme destacado por Pratt (2011), que ressalta a importância da criatividade e da inovação na oferta turística.

A EC oferece uma gama de oportunidades para atrair turistas, desde a promoção de eventos culturais e festivais até o desenvolvimento de rotas turísticas temáticas e a

criação de espaços de arte e design. Essas iniciativas não apenas agregam valor à oferta turística, mas também contribuem para a preservação e promoção da identidade cultural e do patrimônio histórico dos destinos.

Um exemplo inspirador é a cidade de São Paulo, no Brasil, que se destaca pela sua vibrante cena cultural e artística. Com uma diversidade de museus, galerias de arte, centros culturais e eventos culturais, como a Bienal de Arte e a Virada Cultural, São Paulo atrai milhões de turistas nacionais e internacionais em busca de experiências culturais autênticas e inspiradoras.

Além disso, a EC permite a criação de produtos e serviços turísticos personalizados e adaptados às necessidades e aos interesses específicos dos diferentes segmentos de turistas. Por exemplo, a oferta de tours guiados por artistas locais, workshops de artesanato tradicional e experiências gastronômicas exclusivas pode cativar turistas interessados em vivenciar a cultura local de forma mais autêntica e imersiva.

A EC é um poderoso motor para a atração de turistas, oferecendo experiências únicas e autênticas que enriquecem a oferta turística dos destinos inteligentes e contribuem para o desenvolvimento econômico e social das comunidades

loais. Ao investir na promoção e no desenvolvimento da EC, os destinos turísticos podem se destacar no mercado global do turismo e fortalecer sua posição como destinos de excelência.

2.8 Inovação e diferenciação nos destinos turísticos inteligentes

A inovação e a diferenciação permitem que os destinos se destaquem em um mercado altamente competitivo, oferecendo experiências únicas e inesquecíveis aos visitantes. A inovação, especialmente quando aplicada através da EC, facilita a adaptação e a resposta às mudanças nas demandas dos turistas e às tendências globais.

Conforme afirmam Pine e Gilmore (1999), a economia da experiência tornou-se um fator determinante na escolha dos destinos turísticos. Os turistas modernos buscam experiências autênticas e personalizadas, que vão além dos tradicionais pacotes turísticos. A aplicação de tecnologias emergentes, como Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV), permite criar imersões culturais e históricas profundas, oferecendo aos visitantes uma maneira inovadora de explorar os destinos. Por exemplo, no Rio de Janeiro, a utilização de RA nos pontos turísticos como o Cristo Redentor e o Pão de Açúcar

enriquece a visita, proporcionando informações históricas e culturais em tempo real (Souza, 2020).

A diferenciação é outro aspecto essencial e pode ser alcançada através da promoção da cultura local e do desenvolvimento de produtos turísticos únicos. De acordo com Richards (2011), a criatividade cultural pode transformar os recursos locais em atrações turísticas exclusivas, que não podem ser replicadas em outros lugares. Este conceito é ilustrado por Barcelona, onde a cultura vibrante e a arquitetura única de Gaudí não apenas atraem milhões de turistas anualmente, mas também reforçam a identidade da cidade como um destino cultural de primeira linha.

Outro exemplo significativo é encontrado nas Ilhas Faroe, onde a diferenciação é obtida por meio da sustentabilidade e da promoção da natureza intocada. As Ilhas Faroe utilizam práticas inovadoras como o “*Closed for Maintenance*”, um programa onde os turistas são convidados a participar de atividades de conservação ambiental. Este modelo não só preserva os recursos naturais, mas também cria uma experiência única para os visitantes, diferenciando o destino no mercado global (Visit Faroe Islands, 2021).

A inovação também se manifesta na forma como os destinos

gerenciam seus recursos e operações. O uso de *big data* e Inteligência Artificial (IA) permite uma melhor gestão dos fluxos turísticos e a personalização das ofertas turísticas. Em destinos como Singapura, a implementação de sistemas inteligentes de gerenciamento de visitantes tem melhorado significativamente a experiência do turista, ao mesmo tempo em que otimiza a utilização dos recursos locais (Chong; Li, 2019).

A diferenciação através da inovação não é apenas uma vantagem competitiva, mas também uma necessidade para a sustentabilidade dos destinos turísticos. Como aponta Mckercher (2020), os destinos que investem em práticas inovadoras e criativas estão mais bem equipados para enfrentar desafios como a sobrecarga turística e as mudanças climáticas. A adaptação contínua e a capacidade de se reinventar são essenciais para manter a relevância e a atratividade dos DTIs.

2.9 Colaboração e parcerias para fortalecer a competitividade

A colaboração e as parcerias desempenham um papel fundamental no fortalecimento da competitividade dos DTIs. Através da cooperação entre os diversos atores do setor, como governos locais, empresas, organizações não governamentais e

comunidades locais, é possível criar sinergias que impulsionam o desenvolvimento sustentável e a inovação no turismo.

Conforme ressaltado por Hall (2010), a colaboração entre os diferentes setores da economia, incluindo o setor público, privado e do terceiro setor, é essencial para aproveitar ao máximo o potencial turístico de um destino. Parcerias estratégicas podem ser estabelecidas para desenvolver projetos conjuntos, compartilhar recursos e conhecimentos, e promover o destino de forma integrada e eficaz.

Um exemplo de colaboração bem-sucedida é a criação de redes de cooperação entre empresas locais, associações de turismo e órgãos governamentais, que trabalham em conjunto para desenvolver e promover produtos turísticos inovadores e sustentáveis. Essas parcerias permitem a diversificação da oferta turística, a criação de novas experiências para os visitantes e o fortalecimento da imagem e identidade do destino.

Além disso, a colaboração entre destinos turísticos pode ser uma estratégia eficaz para aumentar a competitividade regional. Através da criação de rotas turísticas integradas, por exemplo, destinos próximos podem se unir para oferecer pacotes turísticos combinados,

ampliando assim a oferta e o atrativo para os visitantes.

A busca pela colaboração não deve se limitar apenas ao âmbito local. Iniciativas de colaboração internacional também podem desempenhar um papel importante no fortalecimento da competitividade dos DTIs. Por meio de acordos de cooperação e intercâmbio de boas práticas, destinos de diferentes países podem aprender uns com os outros e desenvolver estratégias conjuntas para enfrentar desafios comuns e aproveitar oportunidades de crescimento.

Também é importante destacar o papel das parcerias público-privadas na gestão e no desenvolvimento dos DTIs. Ao envolver o setor privado na tomada de decisões e na implementação de políticas e projetos turísticos, é possível garantir uma abordagem mais eficiente e orientada para o mercado, que atenda às demandas dos turistas e promova o crescimento econômico sustentável.

A colaboração e as parcerias são fundamentais para fortalecer a competitividade dos DTIs, ao permitir a criação de sinergias, o compartilhamento de recursos e conhecimentos, e o desenvolvimento de projetos inovadores e sustentáveis.

3. Considerações finais

Ao finalizar este capítulo, torna-se evidente a importância da EC na sustentabilidade e competitividade dos DTIs. A criatividade e a inovação impulsionam o desenvolvimento desses destinos, oferecendo experiências únicas aos visitantes e contribuindo para o crescimento econômico e social das comunidades locais.

A definição da EC e sua aplicação nos destinos turísticos foram exploradas, destacando-se sua capacidade de promover a diversificação da oferta turística e a preservação do patrimônio cultural e natural. Além disso, foram discutidos os objetivos deste capítulo, que visam compreender o papel da EC na sustentabilidade e competitividade dos DTIs, bem como apresentar exemplos de iniciativas bem-sucedidas nesse contexto.

Compreender o potencial da EC é essencial para garantir o desenvolvimento sustentável e a atratividade dos DTIs. Ao investir em práticas criativas e inovadoras, os destinos podem se destacar em um mercado cada vez mais competitivo e oferecer experiências memoráveis aos visitantes.

Este capítulo serviu como uma introdução abrangente ao papel da EC nos DTIs, demonstrando como essa abordagem pode ser fundamental para o desenvolvimento sustentável e a competitividade desses destinos.

Ao sintetizar os principais pontos abordados neste capítulo, fica claro que a sustentabilidade e competitividade dos DTIs são impactadas de maneira fundamental pela EC. Primeiramente, a EC foi definida como um setor que envolve atividades relacionadas à criação, produção e distribuição de bens e serviços criativos, destacando-se a importância na diversificação da oferta turística e na preservação do patrimônio cultural e natural.

Em seguida, foi explorada a importância da EC nesses destinos, ressaltando-se sua capacidade de promover a inovação, diferenciação e colaboração entre os diversos atores do setor turístico. Por meio da criatividade e inovação, produtos e serviços únicos podem ser desenvolvidos pelos DTIs, atraindo turistas em busca de experiências autênticas e memoráveis.

Adicionalmente, foram discutidos os objetivos deste capítulo, visando à análise do papel da EC na sustentabilidade e competitividade dos DTIs, além da apresentação de exemplos de iniciativas sustentáveis e bem-sucedidas nesse contexto. Ao longo do capítulo, esses objetivos foram abordados com embasamento teórico e exemplos práticos, evidenciando a relevância e o potencial transformador da EC para esses destinos.

Portanto, a importância da EC como uma abordagem estratégica para impulsionar o desenvolvimento sustentável e a competitividade dos DTIs foi destacada

pela síntese dos principais pontos abordados, oferecendo oportunidades de crescimento econômico, cultural e social para as comunidades locais.

Referências

AJUNTAMENT DE BARCELONA. **Barcelona green strategy**: Greening and biodiversity plan. Barcelona: Barcelona City Council, 2020.

CAVES, R. **Creative Industries**: Contracts between Art and Commerce. Harvard University Press, 2000.

CHONG, H. Y.; LI, R. The innovative use of big data and artificial intelligence in tourism management. **Journal of Hospitality and Tourism Management**, v. 40, p. 77-84, 2019.

EVANS, G. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. London: Routledge, 2018.

EVANS, G.; SHAW, P. **The Contribution of Culture to Regeneration in the UK: A Review of Evidence**. London: Department for Culture, Media and Sport, 2004.

FLORIDA, R. **The Rise of the Creative Class: And How It's Transforming Work, Leisure, Community, and Everyday Life**. Basic Books, 2002.

HALL, C. M. Collaboration for sustainable tourism development. **Tourism Review International**, v. 14, n. 1-2, p. 49-54, 2010.

HJALAGER, A.-M. A review of innovation research in tourism. **Tourism Management**, v. 31, n. 1, p. 1-12, 2010.

HOWKINS, J. **The Creative Economy: How People Make Money from Ideas**. Penguin, 2001.

HRACS, B. J.; LESLIE, D.; RINALDI, E. Introduction: creative economies, creative cities. **European Planning Studies**, v. 26, n. 11, p. 2191-2203, 2018.

LANDRY, C. **The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators**. Earthscan, 2000.

MARINI, C.; LOPES, M. Economia criativa e turismo sustentável: uma análise de casos brasileiros. **Revista Brasileira de Ecoturismo**, v. 12, n. 2, p. 345-357, 2019.

MCKERCHER, B. **Sustainable Tourism Development: Shifting from Theory to Practice**. London: Routledge, 2020.

OECD. **The Impact of Culture on Tourism**. OECD Publishing, 2013.

PINE, B. J.; GILMORE, J. H. **The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage**. Harvard Business School Press, 1999.

PRAHALAD, C. K.; RAMASWAMY, V. Co-creation experiences: The next practice in value creation. **Journal of Interactive Marketing**, v. 18, n. 3, p. 5-14, 2004.

PRATT, A. **The Cultural Intermediaries Reader**. London: Routledge, 2019.

PRATT, A. C.; JEFFCUTT, P. **Creativity, Innovation and the Cultural Economy**. Abingdon: Routledge, 2009.

PRATT, S. Creative cities: The cultural industries and the creative class. **Geografiska Annaler: Series B, Human Geography**, v. 88, n. 2, p. 165-182, 2011.

RATTEN, V. **Creative city development: A review of creative strategies and their implications**. In: *Creativity and innovation in the era of emergence*. Springer, p. 195-208, 2021.

RICHARDS, G. Creativity and tourism: The state of the art. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 4, p. 1225-1253, 2011.

RICHARDS, G. Creativity and tourism: The state of the art. **Annals of Tourism Research**, v. 53, p. 80-97, 2015.

RICHARDS, G. **Creative Tourism: A Global Conversation**. London: Routledge, 2019.

RICHARDS, G.; WILSON, J. **Tourism, Creativity and Development**. London: Routledge, 2007.

SHELLER, M. The creative destruction of New Orleans: Post-Katrina tourism and the 'New' New Orleans. In: **Tourism in the city: Towards an integrative agenda on urban tourism**. Springer, p. 185-203, 2014.

SOUZA, C. Inovação e turismo no Rio de Janeiro: O uso da realidade aumentada. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 14, n. 2, p. 120-135, 2020.

UNCTAD. **Creative Economy Report 2010**. United Nations, 2010.

VISIT FAROE ISLANDS. **Sustainable tourism: Faroe Islands' approach**. 2021. Disponível em: <https://www.visitfaroeislands.com>. Acesso em: 20 maio 2024.

Capítulo 5

A cultura nos destinos turísticos inteligentes (DTI): oportunidades e desafios

Adson Rodrigo Silva Pinheiro

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-9559-8230>

Lattes do autor: lattes.cnpq.br/0086791472782340

Amanda Nogueira de Oliveira

Universidade Federal da Bahia (UFBA)

Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0001-9673-8912>

Lattes da autora: lattes.cnpq.br/2348765187283189

1. Introdução

A cultura ocupa um papel central no desenvolvimento e na promoção dos destinos turísticos. Sua singularidade como força motriz dos destinos turísticos inteligentes (DTIs) reside na capacidade de oferecer experiências autênticas e diferenciadas aos visitantes. Elementos como tradições, festividades, gastronomia, artesanato e manifestações artísticas criam atrativos únicos, enraizados em identidades territoriais que não podem ser replicadas em outros lugares. São essas vivências singulares que ajudam os destinos a se destacarem, tornando-se competitivos justamente por aquilo que os torna únicos. A cultura local, nesse sentido, não apenas enriquece a experiência do turista, como também fortalece o sentimento de pertencimento das comunidades anfitriãs.

Além disso, a cultura pode ser compreendida como expressão da capacidade criativa de um povo. Sob essa ótica, a criatividade torna-se uma estratégia poderosa na

construção de lugares, permitindo que cidades e regiões ampliem sua atratividade ao estimular as indústrias criativas, atrair a chamada classe criativa ou mesmo buscar o reconhecimento como “cidades criativas”. O desenvolvimento do turismo cultural e criativo, nesse contexto, representa uma dimensão essencial de uma transformação urbana mais ampla, voltada para tornar os territórios mais atraentes para viver, trabalhar e visitar (OCDE, 2014).

Nos últimos anos, várias cidades e regiões têm se autodenominado “criativas”, com destaque para aquelas que receberam o selo de Cidade Criativa da Unesco. No entanto, críticas têm sido direcionadas a modelos excessivamente centralizados, pouco participativos e distantes das comunidades locais, especialmente no que diz respeito à democratização dos benefícios econômicos e à sustentabilidade cultural dessas políticas. A aplicação das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) nesse processo deve ser feita de forma responsável, considerando os impactos sociais, ambientais e culturais das ferramentas adotadas.

Nesse sentido, é fundamental que as iniciativas de DTI contribuam efetivamente para o desenvolvimento econômico e social das comunidades locais, sem comprometer os

recursos culturais para as futuras gerações. Isso implica adotar práticas sustentáveis no uso das TIC e promover um turismo consciente, que respeite e valorize os patrimônios culturais tangíveis e intangíveis. A integração da cultura nos DTIs, mediada pelas tecnologias, pode não apenas enriquecer a experiência dos visitantes, mas também assegurar a continuidade e a vitalidade dos territórios turísticos a longo prazo.

Incorporar a criatividade ao turismo tem se tornado uma estratégia sofisticada de diversificação no turismo cultural, intimamente ligada à identidade dos lugares. A criação de festivais, a revitalização de edifícios históricos e a inserção de recursos imersivos em atrações estáticas são práticas cada vez mais adotadas. Esses esforços contribuem para diferenciar os destinos na economia global, muitas vezes com apoio das indústrias criativas (Turok, 2009). A arquitetura histórica, aliada a eventos simbólicos, atua como catalisador na renovação da identidade urbana, intensificando a vitalidade local e atraindo tanto visitantes quanto agentes criativos.

Nessa perspectiva, os DTIs se aproximam da cultura ao buscarem oferecer experiências personalizadas, muitas vezes utilizando tecnologias avançadas e imersivas para otimizar a gestão e a operação

dos destinos. A presença da cultura fortalece a autenticidade e o vínculo dos visitantes com o lugar, ao passo que a tecnologia atua como mediadora entre tradição e inovação. Para isso, é necessário superar modelos convencionais de turismo cultural centrados apenas na preservação formal do patrimônio e caminhar em direção a propostas que dialoguem com a criatividade contemporânea, com saberes tradicionais e com conteúdos simbólicos. Trata-se de promover experiências que respeitem a diversidade cultural, mas que também sejam capazes de inovar.

A crescente convergência entre turismo e cultura sugere uma relação simbiótica, em que o turismo se alimenta do valor agregado pelas práticas culturais, e os territórios se beneficiam da visibilidade, da valorização e da dinamização econômica promovidas pelo fluxo turístico. Para Marques e Richards (2012), os destinos tornam-se espaços de criação e consumo simbólico, integrando espetáculos culturais, vivências locais e produtos criativos, capazes de oferecer experiências significativas ao visitante.

Nesse contexto, é necessário pensar como essas relações podem ser mobilizadas na transformação de destinos mais atrativos e socialmente engajados. Como a tecnologia pode ser usada não

apenas como meio de divulgação, mas também como ferramenta de reconhecimento, aprendizagem e troca com as tradições, identidades e memórias dos lugares?

Compreender a cultura como um dos pilares fundamentais que definem a singularidade de um destino é essencial para uma abordagem crítica da atividade turística. Por décadas, o turismo esteve associado a modelos voltados quase exclusivamente ao crescimento econômico, promovendo o turismo de massa e expondo os destinos a dinâmicas insustentáveis (Baidal; Rebollo, 2019). Essa abordagem reduziu muitas vezes a cultura local a um produto de consumo, descolado de seu significado social e simbólico.

No entanto, a cultura vai muito além do patrimônio material. Ela abrange festas populares, gastronomia, música, arte, crenças e modos de vida que expressam a identidade de uma comunidade. Esses elementos não só atraem visitantes, como também fortalecem o orgulho dos moradores, tornando-se centrais para o desenvolvimento de um turismo mais sustentável, inclusivo e respeitoso.

A crítica aos modelos hegemônicos de desenvolvimento turístico exige que se reavaliem as prioridades do setor. É preciso substituir a lógica da quantidade pela da

qualidade, valorizando experiências culturais genuínas e relações mais éticas com os territórios visitados. A preservação da autenticidade e das tradições locais deve ser entendida como parte do valor que o turismo pode gerar, e não como um entrave ao desenvolvimento.

A análise do papel da cultura no turismo deve, portanto, ir além da retórica e guiar-se por um compromisso real com o bem-estar das comunidades e a valorização das suas histórias. Os destinos precisam integrar suas características culturais de maneira estratégica e sensível, de modo a promover tanto a satisfação dos visitantes quanto o fortalecimento da identidade local.

A cultura de um destino é um mosaico dinâmico de elementos tangíveis e intangíveis. O patrimônio histórico oferece uma janela para o passado coletivo, enquanto as práticas cotidianas revelam formas vivas de pertencimento e resistência. Monumentos, sítios históricos e edifícios antigos são testemunhos de narrativas plurais que, quando bem interpretados, conectam visitantes e moradores em torno de memórias compartilhadas.

As festividades, as tradições populares e os festivais são também expressões vibrantes da vida cultural. Elas não apenas celebram o passado, mas também reafirmam

a identidade das comunidades no presente. Eventos como o Carnaval, os festejos juninos, o Festival de Parintins ou o Rock in Rio revelam a diversidade e a força simbólica da cultura brasileira, funcionando como pontes entre o local e o global.

Explorar o potencial de festivais e tradições locais constitui uma estratégia relevante para a valorização de destinos emergentes, na medida em que propicia experiências social e culturalmente situadas, dotadas de autenticidade e densidade simbólica. Nesse sentido, os profissionais do turismo devem compreender tais eventos não apenas como ativos econômicos, mas como expressões da cultura viva, capazes de diversificar a oferta turística e de fortalecer os vínculos entre visitantes, comunidades anfitriãs e territórios.

Nos DTIs, a cultura é promovida sobretudo por meio das TIC. A digitalização de acervos, visitas virtuais a museus, aplicativos com roteiros culturais, realidade aumentada e transmissões ao vivo de eventos são apenas alguns dos recursos que ampliam o acesso à cultura e conectam públicos diversos a partir de qualquer lugar do mundo. Essas tecnologias têm o potencial de democratizar o acesso, valorizar a diversidade e ampliar o alcance das expressões culturais, desde que usadas com responsabilidade e respeito aos contextos locais.

2. Integração da cultura nos DTI: sustentabilidade e tecnologia

A integração da cultura nos DTIs é um processo que combina tradição com inovação tecnológica, visando promover e preservar o patrimônio cultural de maneira eficiente, acessível e significativa. As TIC desempenham papel fundamental nesse processo, permitindo desde visitas virtuais a museus e sítios históricos até o desenvolvimento de aplicativos móveis com informações sobre a história e a cultura locais, além da transmissão ao vivo de eventos culturais.

Os DTIs são definidos como espaços turísticos inovadores, sustentados por uma infraestrutura tecnológica avançada, que garantem o desenvolvimento sustentável do território, promovem a interação dos visitantes com o ambiente e melhoram a qualidade da experiência turística. Entre os principais eixos estruturantes dessa abordagem, destacam-se a sustentabilidade com a implementação de práticas ecológicas para proteção dos recursos naturais e culturais e a personalização da experiência, com o uso de tecnologias como Realidade Aumentada (RA) e Realidade Virtual (RV) para oferecer vivências imersivas e adaptadas aos interesses individuais dos turistas.

Nesse contexto, um dos aspectos mais expressivos da integração entre cultura e tecnologia nos DTIs

é a digitalização dos acervos culturais. Museus e instituições culturais têm investido na digitalização de coleções, disponibilizando online obras de arte, documentos históricos e artefatos culturais. Essa prática confere nova vida aos objetos museológicos, que, ao serem reproduzidos digitalmente, passam a ocupar o ambiente virtual com novos significados e usos. A digitalização torna-se, assim, uma ferramenta contemporânea de preservação, organização e difusão do patrimônio cultural. Desde a popularização da internet nos anos 1990, muitos museus passaram a estabelecer presença online, utilizando recursos digitais para fins educativos, de pesquisa e entretenimento (Silva, 2021).

Exemplos internacionais ilustram o potencial dessas práticas. O Museum of Science, em Boston, incorporou tecnologias digitais desde 1995, enquanto o projeto *Australian Museums Online* consolidou-se como importante portal de pesquisa. Embora a experiência física em museus continue insubstituível, o ambiente digital oferece novas possibilidades de interação cultural, algo que se tornou ainda mais relevante durante a pandemia da covid-19, quando o distanciamento social exigiu a reformulação das estratégias digitais das instituições.

O Riga Motor Museum, na Letônia, é um exemplo de inovação nesse sentido: por meio de RA, projeções interativas e mapeamento de vídeo, o museu proporciona experiências imersivas que ampliaram seu reconhecimento internacional. No Brasil, embora grandes museus tenham avançado no uso das TIC, muitos ainda enfrentam barreiras estruturais, como escassez de financiamento e falta de pessoal capacitado, o que limita a expansão de experiências digitais interativas. A digitalização, portanto, representa uma estratégia essencial para que os museus se adaptem à era digital, ampliem seu alcance e mantenham sua relevância diante de públicos cada vez mais conectados (Silva, 2021).

Além de preservar o patrimônio para as futuras gerações, a digitalização amplia o acesso à cultura para pessoas que, de outro modo, não teriam condições de visitar os espaços físicos. Essa prática supera os limites dos espaços expositivos tradicionais, permitindo que coleções sejam exploradas virtualmente por um número ilimitado de visitantes. Destacam-se nesse cenário o Museu do Louvre, com visitas virtuais às suas principais exposições, e a plataforma *Google Arts & Culture*, que oferece tours digitais por museus e galerias ao redor do mundo.

As visitas virtuais a museus e sítios históricos, possibilitadas

por realidade virtual e aumentada, vêm transformando a maneira como o patrimônio cultural é apresentado e consumido. Essas tecnologias permitem visualizar reconstruções históricas, interagir com artefatos e explorar contextos culturais de forma envolvente e educativa. Um exemplo expressivo é o aplicativo *Timelooper*, que oferece ao usuário a possibilidade de visualizar locais históricos em diferentes períodos, proporcionando uma compreensão profunda da evolução dos territórios.

Outro recurso importante são os aplicativos móveis, que cumprem papel estratégico na mediação entre turistas e cultura local. Por meio de algoritmos de recomendação e geolocalização, esses aplicativos sugerem atrações, eventos e experiências culturais com base nas preferências do usuário. Oferecem ainda recursos como mapas interativos, guias de áudio e realidade aumentada, enriquecendo a experiência de visita. Aplicativos como *Culture Trip* e *Field Trip* são exemplos de como as TIC podem fornecer informações personalizadas e em tempo real, incentivando um turismo mais informado, sensível e conectado ao território visitado.

A transmissão ao vivo de eventos culturais é outra ferramenta poderosa para ampliar o alcance da cultura nos DTIs. Concertos, festivais,

peças teatrais e manifestações populares podem ser transmitidos para públicos globais, democratizando o acesso e promovendo a participação remota. Essa estratégia beneficia artistas, organizadores e espectadores, permitindo maior visibilidade, engajamento e senso de comunidade. Plataformas como *YouTube Live* e *Facebook Live*, com seus chats interativos, possibilitam que os espectadores façam perguntas, comentem e compartilhem impressões em tempo real.

Apesar de todos esses avanços, a integração da cultura aos DTIs apresenta desafios importantes. Um dos principais é a preservação da integridade cultural. Há o risco de que a digitalização e a exposição excessiva transformem tradições e símbolos locais em produtos descontextualizados, esvaziando seus significados originais. É fundamental, portanto, que os profissionais da cultura e da tecnologia atuem em conjunto, garantindo que as representações digitais respeitem a integridade das expressões culturais, valorizando-as sem descaracterizá-las.

Outro desafio é a inclusão digital. Embora as TIC ampliem o acesso à cultura, elas também podem acentuar desigualdades, sobretudo em contextos onde o acesso à internet e a dispositivos ainda é limitado. A exclusão digital pode impedir que parte significativa da população,

especialmente nas comunidades locais, participe plenamente das iniciativas de DTIs. Por isso, é necessário que os projetos contemplem medidas de acessibilidade tecnológica, capacitação e fortalecimento de competências digitais, assegurando que a transformação digital no turismo seja verdadeiramente inclusiva e democrática.

A digitalização e o uso inteligente das TIC nos DTIs não devem ser vistos apenas como recursos técnicos, mas como instrumentos de mediação cultural e inclusão social, capazes de conectar passado, presente e futuro em experiências significativas. Orientadas por princípios éticos e de sustentabilidade, essas tecnologias podem contribuir para o fortalecimento das identidades locais, para a ampliação da valorização do patrimônio cultural e para a configuração do turismo como um vetor de preservação e de promoção dos direitos culturais, do reconhecimento das diferenças e da circulação socialmente mais equilibrada dos bens simbólicos.

2.1 Ferramentas tecnológicas para a promoção cultural

A RA e a RV emergem como ferramentas transformadoras na promoção cultural, especialmente no contexto dos DTIs. Essas tecnologias oferecem oportunidades únicas para enriquecer a experiência

do visitante, possibilitando um envolvimento mais profundo com o patrimônio cultural e histórico de uma região.

A RA, ao sobrepor informações digitais ao ambiente físico, permite que os visitantes de um DTI interajam com elementos culturais de maneira inovadora. Por exemplo, ao visitar um museu ou um sítio arqueológico, o visitante pode utilizar dispositivos móveis para visualizar reconstruções históricas, acessar informações adicionais sobre artefatos ou participar de experiências interativas que complementam o contexto físico. Essa capacidade de adicionar camadas de informação e narrativa melhora a compreensão e o apreço pelos bens culturais, além de incentivar maior exploração e engajamento com o local.

Já a RV proporciona experiências imersivas completas, transportando o usuário para ambientes virtuais que simulam locais históricos e culturais. A tecnologia pode recriar eventos do passado, permitindo que o visitante “vivencie” momentos históricos ou explore réplicas digitais de espaços inacessíveis fisicamente. Isso não apenas enriquece o conteúdo educacional, mas também amplia o alcance da promoção cultural, permitindo que pessoas de diferentes partes do mundo acessem e apreciem o patrimônio cultural de um DTI, superando barreiras físicas e geográficas.

A integração da RA e da RV nos DTIs também impulsiona o desenvolvimento econômico e a sustentabilidade dos destinos. Ao oferecer experiências únicas e memoráveis, essas tecnologias atraem um público diversificado e fomentam o turismo responsável. Além disso, a análise dos dados de interação dos usuários com essas ferramentas fornece informações valiosas para a gestão e a conservação dos recursos culturais, permitindo adaptar as ofertas culturais às preferências do público e promover ações mais eficazes de preservação.

Portanto, ao incorporar a realidade aumentada e a realidade virtual, os DTIs não apenas preservam e promovem sua herança cultural, mas também inovam na forma como os visitantes interagem com a cultura, criando experiências educativas, significativas e emocionantes.

Nesse contexto, a digitalização e os aplicativos têm desempenhado um papel cada vez mais importante na preservação e promoção do patrimônio cultural, como evidencia o projeto *MuseuVR*. Esse projeto combina digitalização tridimensional e realidade virtual para criar ambientes interativos e imersivos, possibilitando que os usuários explorem obras culturais de maneira inovadora.

A digitalização 3D, utilizando técnicas como laser, luz estruturada ou fotogrametria, permite a criação de réplicas digitais fiéis de artefatos históricos. Esses modelos podem ser manipulados virtualmente de diversos ângulos, ampliando a acessibilidade ao acervo e garantindo a preservação digital do patrimônio. No *MuseuVR*, as peças digitalizadas incluem monumentos e obras de arte que os usuários podem visualizar, rotacionar e explorar com liberdade (Resende; Silva, 2021).

Aplicativos desenvolvidos com plataformas como Unity potencializam essas digitalizações, criando exposições virtuais que enriquecem a experiência do visitante. Além da visualização tridimensional, esses aplicativos integram imagens, vídeos e textos informativos, acessíveis por meio de totens interativos ou dispositivos móveis. Essa abordagem moderniza a apresentação do patrimônio, promovendo a educação patrimonial de forma lúdica e envolvente.

A utilização de interfaces naturais, como sensores de movimento, torna a interação mais intuitiva e fluida, permitindo que os usuários manipulem objetos digitais com gestos. Isso aumenta a imersão, tornando a experiência mais cativante, principalmente para públicos jovens e escolares. A realidade virtual, portanto, deixa de ser apenas

uma ferramenta de visualização e passa a ser um meio eficaz de criação de experiências educativas ricas, acessíveis globalmente e livres das limitações geográficas.

Podemos assim resumir que projetos como o *MuseuVR* demonstram o imenso potencial das tecnologias digitais para transformar a forma como interagimos com o patrimônio cultural, tornando-o mais acessível, interativo e educativo. Quando alinhadas a princípios de preservação e inclusão, as tecnologias imersivas nos DTIs oferecem um novo paradigma para a valorização da cultura em escala local e global.

2.2 Visitas a museus e sítios históricos virtuais: acessibilidade e inclusão

Nos últimos anos, temos testemunhado um avanço contínuo nas tecnologias voltadas à gestão e utilização da informação. Essa transformação digital não apenas transformou processos, mas também redefiniu a forma como interagimos com o conhecimento e com o patrimônio cultural. Desde a popularização dos conceitos de “sociedade da informação” e “tecnologia da informação”, nas décadas de 1970 e 1980, até os sistemas atuais baseados em inteligência artificial e aprendizado de máquina, a evolução tem sido profunda e acelerada (Kerssens, 2018). Hoje,

essas tecnologias não apenas automatizam tarefas complexas, como também auxiliam na tomada de decisões a partir da análise de grandes volumes de dados (*big data*), promovendo transformações significativas nos comportamentos sociais, econômicos e culturais.

Um reflexo claro desse impacto é observado na atuação de museus e instituições culturais, que, desde o início dos anos 2000, vêm incorporando tecnologias digitais em seus processos. A criação de museus virtuais, por exemplo, tem democratizado o acesso a acervos históricos e artísticos, ultrapassando os limites físicos tradicionais. Avanços mais recentes, como a RA, a RV e os jogos educativos, enriqueceram ainda mais a experiência do visitante, promovendo um engajamento mais profundo com o patrimônio.

A implementação dessas tecnologias, entretanto, não ocorre de forma uniforme nem isenta de desafios. Projetos como o *iPatrimônio* ilustram iniciativas autônomas que buscam simplificar e ampliar o acesso à informação cultural e patrimonial. Sem vínculo institucional e autofinanciado, o *iPatrimônio* georeferencia milhares de bens culturais por todo o Brasil, preenchendo lacunas deixadas por instituições públicas e privadas que, muitas vezes, ainda carecem de presença digital adequada (Soster *et al*, 2021).

Nesse cenário, a adoção de tecnologias digitais para a reconstrução do acervo do Museu Nacional do Brasil, após o incêndio de 2018, representa um marco exemplar. A tragédia destruiu cerca de 90% do acervo da instituição, gerando perdas irreparáveis para a ciência e a cultura nacional (Garcia, 2018). Fundado em 1818 por D. João VI, o Museu Nacional, incorporado à Universidade Federal do Rio de Janeiro desde 1946, sempre desempenhou um papel fundamental na pesquisa científica e na preservação do patrimônio natural e cultural do país (Gobira; Portugal, 2022).

Diante da magnitude da tragédia, a resposta da instituição foi apostar em estratégias digitais inovadoras para resgatar e preservar sua memória. Em colaboração com o Instituto Nacional de Tecnologia e outras entidades, foram utilizadas tecnologias como fotogrametria, escaneamento a laser, ultrassonografia e modelagem 3D, possibilitando a digitalização precisa das peças remanescentes e a criação de réplicas virtuais e físicas. Um exemplo emblemático é o crânio de Luzia, fóssil humano de importância mundial, que havia sido digitalizado antes do incêndio e pôde ser parcialmente reconstruído com base nos vestígios encontrados nos escombros.

Paralelamente, o Museu Nacional lançou mão de estratégias de

envolvimento social e colaboração aberta, como o uso do *crowdsourcing*, engajando comunidades locais e internacionais na coleta de registros, imagens e relatos. Essa mobilização social foi fundamental para ampliar o alcance das ações de recuperação e para consolidar o papel do museu como agente de educação, memória e ciência em tempos digitais (Motta, 2020). A combinação entre tecnologia e participação pública não apenas contribuiu para reconstruir parte do acervo, como também ampliou o entendimento coletivo sobre a importância da preservação do patrimônio cultural.

Outro aspecto relevante da transformação digital no campo da cultura é a acessibilidade proporcionada pelas visitas virtuais. Museus e sítios históricos em todo o mundo vêm utilizando tecnologias de RA e RV para criar experiências imersivas, permitindo que os usuários explorem exposições e locais de relevância cultural sem sair de casa. Isso não apenas facilita o acesso a pessoas com mobilidade reduzida ou impossibilitadas de viajar, como também estende o alcance das instituições culturais para um público global (Li *et. al*, 2023; Trunfio *et. al*; 2022).

O Museu do Louvre, em Paris, é um dos exemplos mais emblemáticos dessa tendência. Suas visitas virtuais permitem que qualquer

pessoa, em qualquer lugar do mundo, explore obras icônicas como a Mona Lisa ou a Vênus de Milo por meio de plataformas digitais. De maneira semelhante, o *Google Arts & Culture* oferece visitas virtuais a museus e galerias de arte ao redor do planeta, utilizando imagens em alta resolução que capturam com precisão os detalhes das obras, ampliando as possibilidades de fruição e educação patrimonial (Martinez; Lopes, 2025).

Essas inovações tecnológicas, ainda que não substituam a experiência física, possibilitam novos modelos de interação com a cultura, democratizando o acesso, promovendo a preservação e redefinindo os paradigmas de visitação e aprendizagem. O futuro da cultura digital está sendo moldado agora, por meio de projetos que integram tecnologia, participação social e responsabilidade patrimonial, pilares fundamentais dos Destinos Turísticos Inteligentes.

2.3 Desafios na integração da cultura nos DTI

Um dos principais desafios na integração da cultura nos DTIs é a resistência de parte das comunidades locais às mudanças tecnológicas. Muitas vezes, há receio de que a digitalização e a comercialização da cultura possam comprometer sua autenticidade e seu valor intrínseco.

Por isso, torna-se essencial garantir a fidedignidade e a integridade dos objetos digitais acessados, assegurando que eles não percam sua identificação e localização originais ao longo do tempo, mesmo diante das frequentes migrações entre suportes, formatos e versões. Isso inclui preservar o conteúdo, o layout e as funcionalidades originais dos objetos digitais, o que, segundo Formeton e Gracioso (2020), nem sempre é feito de forma adequada.

É igualmente relevante envolver ativamente as comunidades locais no processo de desenvolvimento dos DTIs, garantindo que suas vozes sejam ouvidas e que os benefícios econômicos, sociais e culturais sejam distribuídos de maneira equitativa. A integração entre tecnologias avançadas e princípios de sustentabilidade tem constituído a base conceitual do que hoje se denomina Cidades Inteligentes e Sustentáveis (*Smart Sustainable Cities – SSC*). Essas cidades buscam não apenas equilibrar o crescimento econômico com a proteção ambiental, mas também utilizar a inovação tecnológica como ferramenta para melhorar a qualidade de vida de seus habitantes.

Um dos pilares centrais das SSC é a adoção de sistemas de economia circular, que visam ao uso eficiente dos recursos naturais e à minimização de resíduos. Esse modelo não

apenas favorece a sustentabilidade ambiental, como também fomenta a criação de empregos verdes e estimula a inclusão social. A abordagem holística das SSC permite adaptar políticas e estratégias às especificidades de cada território urbano. Em algumas localidades, isso pode significar investir em infraestrutura verde, como parques urbanos e telhados vivos, enquanto em outras o foco recai sobre a mobilidade urbana sustentável, com transporte público eficiente e estímulo ao uso de veículos elétricos, elementos que também podem beneficiar e dinamizar o turismo inteligente.

Além disso, as SSC valorizam a participação cidadã e a governança inclusiva como componentes essenciais do desenvolvimento urbano sustentável. O uso de plataformas digitais e de consultas públicas tem fortalecido o engajamento dos moradores nas decisões que moldam suas comunidades, promovendo um sentimento de pertencimento e de responsabilidade compartilhada (Santos, 2022).

No contexto do turismo sustentável, os ambientes inteligentes promovem práticas éticas e eficientes de gestão de recursos, incentivando a população local a se engajar em iniciativas de sustentabilidade. Campanhas em redes sociais, por exemplo, estimulam os moradores a compartilharem boas

práticas ambientais e a divulgar valores éticos, contribuindo para uma cultura coletiva de preservação. A instalação de medidores inteligentes de energia e água permite aos residentes monitorarem e otimizar seu consumo, gerando não apenas economia financeira, mas também impactos ambientais positivos. Edifícios sustentáveis, por sua vez, reduzem a pegada de carbono e os custos operacionais, ao passo que sistemas de gestão inteligente de resíduos promovem o reaproveitamento de materiais e a educação ambiental.

A Governança Inteligente desempenha papel estratégico nesse processo, ao fomentar a transparência e a participação pública na alocação de recursos e na definição de prioridades locais. O acesso fácil a informações públicas relevantes aumenta a confiança nas instituições e encoraja uma gestão compartilhada

3. Considerações finais

A integração da cultura DTIs representa uma evolução significativa na forma como o turismo é concebido, gerido e experienciado. Ao combinar tradição e inovação tecnológica por meio das Tecnologias da Informação e Comunicação, os DTIs não apenas enriquecem a experiência dos visitantes, como também contribuem de maneira

entre governo e sociedade civil (Bearfield; Bowman, 2017). Canais de comunicação comunitária, especialmente os digitais, são fundamentais para responder de forma ágil e ética às demandas da população, além de combater ativamente a desinformação e fortalecer a integridade das informações circulantes.

Assim, a integração articulada entre Economia Inteligente, Turismo Inteligente, Meio Ambiente Inteligente e Governança Inteligente configura uma abordagem sistêmica que visa transformar os destinos turísticos em comunidades mais resilientes, sustentáveis, inclusivas e eticamente comprometidas. Essa convergência amplia a qualidade de vida dos residentes, promove maior justiça socioambiental e estabelece bases sólidas para o desenvolvimento duradouro dos DTIs.

efetiva para o desenvolvimento sustentável e a valorização do patrimônio cultural dos territórios turísticos.

A utilização de TIC tem permitido uma ampla gama de aplicações inovadoras, como visitas virtuais a museus e sítios históricos, aplicativos móveis com informações personalizadas sobre a história e a cultura

locais, e digitalização de acervos que tornam o patrimônio acessível globalmente. Ferramentas como a RA e a RV têm revolucionado a maneira como os visitantes interagem com o patrimônio, ao proporcionar experiências imersivas, educativas e emocionalmente envolventes. Esses recursos também ampliam o alcance do turismo, oferecendo alternativas inclusivas para pessoas com restrições físicas ou geográficas.

No entanto, é relevante reconhecer os desafios que acompanham a adoção dessas tecnologias, sobretudo no que se refere à preservação da autenticidade cultural, à inclusão digital e à adequação da infraestrutura local. Há o risco de que a digitalização e a comercialização excessiva da cultura descontextualizem as tradições e comprometam seu valor simbólico. Além disso, disparidades no acesso às TICs podem gerar exclusão, impedindo que parte da população local participe ativamente das iniciativas e se beneficie delas.

Por isso, é importante que os DTIs busquem o equilíbrio entre inovação e identidade, assegurando que as representações digitais respeitem e valorizem as culturas locais. Esse processo exige a colaboração estreita entre desenvolvedores de tecnologia, gestores culturais, comunidades e pesquisadores, de modo a garantir que a transformação digital ocorra com base em princípios de

equidade, sustentabilidade e respeito à diversidade cultural.

Nesse horizonte, a sustentabilidade cultural emerge como uma dimensão central. Embora a sustentabilidade ambiental tenha historicamente recebido maior atenção, cresce a consciência de que a preservação e o fortalecimento das práticas culturais locais são igualmente vitais. Os DTIs têm o potencial de não apenas proteger o patrimônio, mas também revitalizar identidades culturais em um mundo globalizado e frequentemente homogeneizante. Ao transformar os destinos em espaços educativos dinâmicos, que promovem o engajamento comunitário e o orgulho cultural, os DTIs podem fortalecer os laços sociais e gerar impactos positivos de longo prazo.

A educação patrimonial e a participação ativa das comunidades locais tornam-se, assim, elementos-chave para o sucesso dos DTIs. Não se trata apenas de atrair visitantes, mas de consolidar processos colaborativos que envolvam a população na gestão do patrimônio e na construção de experiências turísticas autênticas. Essa abordagem contribui para um modelo de turismo mais consciente, inclusivo e sustentável.

Em conclusão, a cultura como pilar dos DTIs representa uma oportunidade estratégica para transformar

o turismo em um instrumento de valorização, preservação e reinvenção do patrimônio cultural. A integração das TICs, quando orientada por princípios éticos e sustentáveis, amplia as possibilidades de acesso, interpretação e fruição do patrimônio por públicos diversos. Ao mesmo tempo, impõe o desafio de construir soluções tecnológicas

que não apenas otimizem a gestão turística, mas também respeitem e fortaleçam as tradições culturais. O futuro dos DTIs depende, portanto, de uma ação coordenada entre inovação tecnológica, responsabilidade cultural e participação social, configurando um novo paradigma de turismo para o século XXI.

Referências

BEARFIELD, D. A.; BOWMAN, A. O. Can you find it on the web? An assessment of municipal e-government transparency. **The American Review of Public Administration**, v. 47, n. 2, p. 172-188, 2017.

FORMENTON, D.; GRACIOSO, L. DE S. Preservação Digital: desafios, requisitos, estratégias e produção científica. **RDBC: Revista Digital de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, v. 18, p. e020012, 2020.

GARCIA, Cecília. **Incêndio no Museu Nacional é perda irreparável para a educação, patrimônio e memória do país**. Educação e Território, 4 set. 2018. Disponível em: <https://educacaoeterritorio.org.br/reportagens/incendio-museu-nacional-e-perda-irreparavel-para-educacao-patrimonio-e-memoria-pais/>. Acesso em: 9 abr. 2025.

GOBIRA, P.; PORTUGAL, P. R.. O museu em chammas: a perda do patrimônio e as tecnologias digitais sob a luz de um incêndio. **Revista Brasileira de Literatura Comparada**, v. 24, n. 46, p. 21-30, jan. 2022.

KERSSENS, Niels. The Database 'Revolution': The Technological and Cultural Origins of the Big-data-based Mindset in American Management, 1970s-1980s. **Tijdschrift voor Mediageschiedenis**, v. 21, n. 2, p. 7-29, 2018.

LI, Jingjing; WIDER, Walton; OCHIAI, Yoichi; FAUZI, Muhammad Ashraf. A bibliometric analysis of immersive technology in museum exhibitions: exploring user experience. **Frontiers in Virtual Reality**, v. 4, p. 1240562, 2023.

MARTINEZ, Lis Yana de Lima; LOPES, Ricardo Cortez. MUSEUS VIRTUAIS E PATRIMÔNIO CULTURAL: um estudo de caso do Google Arts & Culture. **Convergências: estudos em Humanidades Digitais**, [S. l.], v. 1, n. 7, p. 86–99, 2025.

MOTTA, F. M. de V.; SILVA, R. A. R. da. A adoção de tecnologias digitais na reconstrução do Patrimônio: relato da experiência do Museu Nacional, Brasil. **Informação & Sociedade**, v. 30, n. 2, 2020.

OECD. **Tourism and the Creative Economy**. Paris: OECD Publishing, 2014. (OECD Studies on Tourism). Disponível em: <https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>. Acesso em: 1 fev. 2025.

RESENDE, G.M.; SILVA, F P. da. Museuvr: Uma Aplicação Em Realidade Virtual E Digitalização Tridimensional Voltada Ao Patrimônio Cultural Museuvr: A Cultural Heritage Application In Virtual Reality With Three-Dimensional Scanning. **Revista Eletrônica Ventilando Acervos**, n. 1, p. 23-36, 2021.

RICHARDS, G.; MARQUES, L. A. Criatividade e turismo: A formação de recursos criativos como estratégia para o desenvolvimento turístico. **Revista de Turismo & Desenvolvimento**, v. 17/18, p. 95-105, 2012.

SANTOS, É. L. DOS *et al.* Cidades inteligentes e sustentáveis: percepções sobre a cidade de Curitiba/PR a partir dos planos plurianuais de 2014 a 2021. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 14, 2022.

SILVA, A. F. Pandemia, museu e virtualidade: a experiência museológica no “novo normal” e a ressignificação museal no ambiente virtual. **Anais do Museu Paulista: História e Cultura Material**, v. 29, p. e54, 2021.

SOSTER, Sandra Schmitt; GONÇALVES, Pedro Henrique; BORGES, Ariane Magda. Tecnologias Digitais aplicadas ao Patrimônio Cultural e ao Turismo. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 21, n. 2, p. 127-139, 2021.

TRUNFIO, Mariapina; JUNG, Timothy; CAMPANA, Salvatore. Mixed reality experiences in museums: exploring the impact of functional elements of the devices on visitors’ immersive experiences and post-experience behaviours. **Information & Management**, v. 59, n. 8, p. 103698, 2022.

TUROK, I. The Distinctive City: Pitfalls in the Pursuit of Differential Advantage. *Environment and Planning A*: **Economy and Space**, v. 41, n. 1, p. 13-30, jan. 2009.

Capítulo 6

Felicidade Interna Bruta (FIB) e os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs)

Janaildo Soares de Sousa

Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará (IFCE)

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-3380-5660>

Lattes do autor: <http://lattes.cnpq.br/8626949696642416>

1. Introdução

O conceito de Felicidade Interna Bruta (FIB) foi desenvolvido no Butão na década de 1970 como uma alternativa ao Produto Interno Bruto (PIB), propondo uma perspectiva inovadora para compreender o desenvolvimento a partir do bem-estar e da felicidade das pessoas, em vez de se restringir a indicadores econômicos tradicionais. Desde sua formulação pelo rei *Jigme Singye Wangchuck*, a FIB ganhou reconhecimento internacional e passou a integrar debates acadêmicos, governamentais e institucionais sobre modelos de desenvolvimento centrados no ser humano. Autores como Ura *et al.* (2012), ao detalhar os nove domínios do índice, contribuíram significativamente para disseminar seus fundamentos metodológicos e fortalecer sua adoção em políticas públicas, ampliando as possibilidades de mensuração do progresso e da qualidade de vida. No campo do turismo, especialmente no âmbito dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), a FIB vem sendo incorporada como métrica complementar que aprofunda as discussões sobre desenvolvimento sustentável e suas repercussões territoriais.

No contexto dos DTIs, essa convergência entre bem-estar, sustentabilidade e inovação tecnológica torna-se

particularmente relevante. Conforme definem Buhalis e Amaranggana (2014), os DTIs são territórios que utilizam tecnologias avançadas, como Internet das Coisas (IoT), big data e inteligência artificial, para qualificar a experiência turística, otimizar a gestão urbana, ampliar a sustentabilidade e melhorar o bem-estar das comunidades locais. Sigala (2018) reforça que tais tecnologias, quando integradas de forma estratégica, permitem decisões mais informadas, sistemas de monitoramento contínuo e serviços personalizados, beneficiando residentes e visitantes. No Brasil, esse movimento tem se intensificado com a ampliação de políticas públicas voltadas ao turismo inteligente. Estudos como o de Comaru *et al.* (2024), ao analisar Fortaleza como Destino Turístico Inteligente, evidenciam que a aplicação articulada de inovação, governança e tecnologias digitais contribui diretamente para a melhoria da qualidade de vida urbana e para o fortalecimento da sustentabilidade local, aproximando a lógica dos DTIs dos princípios centrais da FIB.

Pesquisas realizadas por Beni (2019) e Gandara (2020) demonstram que o uso de tecnologias inteligentes não apenas moderniza a infraestrutura urbana, mas também promove inclusão social, preservação cultural e desenvolvimento econômico, elementos

que dialogam diretamente com os pilares da Felicidade Interna Bruta, como vitalidade comunitária, cultura, boa governança e padrão de vida.

No cenário internacional, cidades como Barcelona, Amsterdã e Cingapura tornaram-se referências consolidadas em Destinos Turísticos Inteligentes ao implementarem soluções tecnológicas que criam ambientes turísticos interativos, seguros e sustentáveis. Segundo Buhalis e Amaranggana (2014), essas iniciativas não apenas melhoram a experiência dos visitantes, mas também elevam o bem-estar dos residentes, reforçando a ideia de que inovação digital e qualidade de vida devem avançar de forma integrada. Esses exemplos internacionais demonstram que a articulação entre a Felicidade Interna Bruta e os DTIs pode potencializar estratégias urbanas mais humanizadas, integradas e orientadas ao futuro.

A integração entre FIB e DTIs revela contribuições significativas para o turismo sustentável e para o desenvolvimento urbano contemporâneo. A primeira reside na capacidade de promover um desenvolvimento turístico equilibrado. A incorporação dos valores da FIB orienta o uso das tecnologias inteligentes para harmonizar crescimento econômico, proteção ambiental e coesão social, garantindo que a

inovação permaneça subordinada ao bem-estar humano. A segunda contribuição relaciona-se à melhoria da qualidade de vida da população local. Políticas de mobilidade inteligente, gestão eficiente de resíduos, segurança ampliada e infraestrutura digital robusta não apenas requalificam os destinos turísticos, como elevam o padrão de vida dos moradores, especialmente quando associadas a indicadores que mensuram bem-estar emocional e social. A terceira contribuição refere-se à personalização da experiência turística. O uso de análise de dados e inteligência artificial permite identificar perfis, preferências e comportamentos dos visitantes, oferecendo experiências mais alinhadas às suas expectativas e culturalmente significativas. Quando orientadas pelos valores da FIB, essas experiências

tornam-se emocionalmente relevantes, fortalecendo vínculos afetivos com os destinos.

A articulação entre Felicidade Interna Bruta e Destinos Turísticos Inteligentes configura uma perspectiva inovadora e promissora para o turismo contemporâneo. Ao mesmo tempo em que aproveita o potencial tecnológico para aprimorar a gestão e a vivência turística, essa abordagem mantém como foco primordial o bem-estar das pessoas, a sustentabilidade e a equidade social. A reflexão aqui desenvolvida demonstra que é plenamente possível conceber destinos que sejam simultaneamente inteligentes, sustentáveis e felizes, reafirmando o turismo como instrumento estratégico de transformação social, cultural e ambiental.

2. Conceito de Felicidade Interna Bruta: definição e origens

O conceito de Felicidade Interna Bruta (FIB) foi desenvolvido como uma alternativa ao Produto Interno Bruto (PIB) no Butão, na década de 1970. O indicador busca mensurar o progresso de uma nação a partir do bem-estar e da felicidade de seus cidadãos, em contraste aos modelos tradicionais que avaliam o desenvolvimento exclusivamente por métricas econômicas. A ideia foi introduzida pelo então rei Jigme

Singye Wangchuck, que defendia que o desenvolvimento econômico deveria estar em equilíbrio com as dimensões espiritual, emocional, social e ambiental da vida humana. Assim, a FIB tornou-se uma diretriz estruturante das políticas públicas do país, expressando o compromisso de construir uma sociedade justa e equitativa, na qual a qualidade de vida tenha primazia sobre o simples crescimento econômico.

A formulação da FIB dialoga com debates mais amplos sobre as limitações do PIB como medida de progresso. Stiglitz, Sen e Fitoussi (2009) argumentam que métricas econômicas convencionais não capturam adequadamente aspectos centrais da vida humana, como bem-estar subjetivo, coesão social e integridade ambiental, comprometendo a construção de políticas públicas eficazes. Easterlin (2010) reforça essa crítica ao demonstrar que aumentos na renda nem sempre geram maior felicidade, indicando que o bem-estar depende de fatores que extrapolam a esfera econômica. Essa crítica é compartilhada por autores da economia ecológica e do desenvolvimento humano, como Daly (1996) e Max-Neef (1995), que defendem abordagens capazes de integrar dimensões ambientais, sociais e culturais ao conceito de desenvolvimento.

Os fundamentos metodológicos da FIB foram detalhados por Ura *et al.* (2012), que sistematizaram os nove domínios que compõem o índice, incluindo bem-estar psicológico, saúde, educação, cultura, governança, vitalidade comunitária, diversidade ecológica, uso do tempo e padrões de vida. A obra de Ura e colaboradores contribuiu significativamente para a consolidação da FIB como instrumento de política pública e referência internacional. Upadhyay (2016) destaca

que essa perspectiva representa um marco no debate sobre alternativas ao desenvolvimento economicista, ao propor um paradigma holístico, inclusivo e sustentável, no qual o progresso humano depende da harmonia entre aspectos materiais e imateriais da vida.

Trabalhos de autores como Layard (2005) e Boff (2019) também oferecem suporte conceitual à FIB ao enfatizarem a centralidade das emoções, das relações comunitárias, da espiritualidade e da sustentabilidade ecológica na construção de sociedades mais felizes e equilibradas. Para esses autores, modelos de desenvolvimento que desconsideram essas dimensões tendem a aprofundar desigualdades, crises ambientais e sofrimentos sociais, confirmando a relevância de indicadores que valorizem o bem-estar integral.

Assim, a criação da FIB no Butão não representa apenas uma política pública inovadora, mas uma mudança paradigmática na compreensão do desenvolvimento. Ao integrar dimensões econômicas, sociais, culturais, ambientais e subjetivas, a FIB tornou-se referência global e contribuiu para ampliar o debate sobre qualidade de vida, sustentabilidade e bem-estar, inspirando novas metodologias avaliativas em diversos países e setores, inclusive no turismo e na gestão de territórios inteligentes.

2.1 Indicadores da FIB

A FIB está estruturada em quatro pilares fundamentais: desenvolvimento socioeconômico sustentável e equitativo, preservação e promoção dos valores culturais, conservação ambiental e boa governança (Braun, 2012). Esses pilares se desdobram em nove domínios que, articulados entre si, fornecem uma visão abrangente e integrada do bem-estar humano. Essa concepção dialoga com transformações recentes no campo do desenvolvimento, especialmente com agendas internacionais de avaliação da qualidade de vida que buscam superar a centralidade do Produto Interno Bruto (PIB). Para Helliwell, Layard e Sachs (2019), o bem-estar deve ser entendido como objetivo legítimo das políticas públicas, ampliando a compreensão sobre progresso e desenvolvimento humano.

O primeiro domínio, bem-estar psicológico, avalia elementos como satisfação com a vida, equilíbrio emocional, espiritualidade e resiliência. Esse campo tem ganhado destaque em estudos sobre felicidade e qualidade de vida, que enfatizam fatores como otimismo, sentido de propósito e saúde mental como dimensões essenciais do bem-estar individual e coletivo. O domínio da saúde abrange indicadores físicos e mentais, acesso a serviços e práticas preventivas, aproximando-se de abordagens contemporâneas que

compreendem a saúde como um processo integral e interdependente das condições sociais e ambientais.

O domínio uso do tempo considera o equilíbrio entre trabalho, vida familiar e lazer, reconhecendo que o tempo livre, o descanso e as relações interpessoais são componentes centrais do bem-estar. Essa perspectiva encontra respaldo em debates internacionais sobre qualidade de vida, que indicam que o tempo dedicado a atividades significativas é determinante para a satisfação pessoal e para a vitalidade comunitária. No domínio da educação, avaliam-se o acesso, a qualidade e a relevância do ensino, valorizando a aprendizagem ao longo da vida. Essa abordagem dialoga com autores como Sen, para quem o desenvolvimento humano depende da ampliação das capacidades das pessoas e do fortalecimento de sua autonomia. Avaliam-se acesso, qualidade e relevância do ensino, valorizando a aprendizagem ao longo da vida. Essa abordagem dialoga com autores como Sen, para quem o desenvolvimento humano depende da ampliação das capacidades das pessoas e do fortalecimento de sua autonomia.

O domínio diversidade cultural e resiliência mede a participação em práticas culturais, a preservação do patrimônio e a capacidade das comunidades de manter suas

tradições diante das pressões da globalização. Smith (2015) reforça que a vitalidade cultural é essencial para a construção de identidades fortes e para o fortalecimento da coesão social. A boa governança constitui outro domínio fundamental, avaliando transparência institucional, participação cidadã, confiança no governo e respeito aos direitos civis e políticos. Dredge e Jenkins (2007) argumentam que uma governança participativa e integrada é indispensável para a formulação de políticas de desenvolvimento mais eficazes, democráticas e sustentáveis.

O domínio vitalidade comunitária abrange a força dos laços sociais, o apoio mútuo entre os moradores e o sentimento de pertencimento. Goodwin e Santilli (2009) destacam que comunidades coesas são mais resilientes e capazes de enfrentar desafios sociais e ambientais de forma colaborativa. Já o domínio diversidade ecológica e resiliência avalia a qualidade ambiental, o uso sustentável dos recursos naturais e a consciência ecológica da população, alinhando-se às discussões de Bramwell e Lane (2013), que defendem a sustentabilidade como princípio estruturante do turismo e do desenvolvimento contemporâneo.

Por fim, o domínio padrão de vida avalia renda, segurança material, habitação e acesso a bens e serviços essenciais. Embora a Felicidade Interna

Bruta não coloque o aspecto econômico como eixo central, reconhece que a estabilidade financeira constitui um componente indispensável da qualidade de vida, conforme demonstram Ura et al. (2012) ao estruturar o Índice de Felicidade Interna Bruta.

A FIB tem sido reconhecida internacionalmente como uma abordagem inovadora de mensuração do desenvolvimento, inspirando iniciativas que buscam integrar o bem-estar à formulação de políticas públicas. A Organização das Nações Unidas, por exemplo, passou a reconhecer a felicidade como um objetivo legítimo do desenvolvimento humano e incentiva a adoção de indicadores que contemplem dimensões sociais, ambientais e emocionais, ampliando o debate global sobre bem-estar e progresso (Helliwell; Layard; Sachs, 2019).

Essa mudança de perspectiva representa uma transformação profunda na forma como compreendemos o desenvolvimento. Ao colocar o bem-estar das pessoas no centro do planejamento e da avaliação das políticas públicas, a FIB oferece um caminho para modelos mais justos, humanos e sustentáveis. Em um cenário marcado por desafios sociais, ambientais e econômicos cada vez mais complexos, essa abordagem se destaca como uma alternativa consistente ao paradigma tradicional baseado exclusivamente no crescimento econômico, reafirmando a

possibilidade de construção de sociedades mais equilibradas, inclusivas e orientadas à felicidade coletiva.

A consolidação desse paradigma, no entanto, não se restringe ao Butão. Nas últimas décadas, diversos países e organizações internacionais têm demonstrado crescente interesse em incorporar indicadores de bem-estar às suas políticas de desenvolvimento. Exemplos de nações que adotaram, adaptaram ou se inspiraram na FIB revelam como esse modelo tem influenciado reformas institucionais, elaboração de políticas públicas e novas métricas de avaliação do progresso social. A seguir, apresentam-se alguns desses casos, destacando como diferentes contextos nacionais têm reinterpretado e aplicado os princípios da Felicidade Interna Bruta.

2.2 Exemplos de países que adotaram a FIB como medida de progresso

O Butão constitui o exemplo mais emblemático de um país que adotou a Felicidade Interna Bruta (FIB) como eixo central de seu modelo de desenvolvimento. Desde a criação do indicador pelo rei Jigme Singye Wangchuck, na década de 1970, o país passou a estruturar suas políticas públicas com base nos quatro pilares e nos nove domínios da FIB, orientando sua estratégia nacional para a promoção do bem-estar integral. Conforme destacam

Ura *et al.* (2012), esse modelo combina dimensões psicológicas, sociais, culturais, ambientais e econômicas de forma integrada, reconhecendo que o progresso humano não pode ser reduzido a métricas puramente financeiras.

A conservação ambiental constitui um dos compromissos mais evidentes da política de Estado butanesa. O país mantém mais de 70% de seu território coberto por florestas e consagra, em sua Constituição, a preservação ecológica como princípio estruturante de seu modelo de desenvolvimento. Essa orientação converge com as reflexões de Bramwell e Lane (2013), segundo as quais a sustentabilidade depende da harmonização entre crescimento econômico, proteção dos ecossistemas e bem-estar das populações.

Ao mesmo tempo, o Butão investe de maneira consistente na valorização da cultura, preservando práticas tradicionais, festivais e expressões religiosas que reforçam a identidade butanesa e sustentam a vitalidade comunitária. Goodwin e Santilli (2009) argumentam que comunidades com laços sociais fortes, práticas culturais dinâmicas e um elevado senso de pertencimento tendem a apresentar maior resiliência social e melhores indicadores de bem-estar coletivo, elementos claramente presentes no modelo butanês.

O sucesso e a singularidade da FIB despertaram o interesse de outros países e instituições multilaterais. Em 2011, a Organização das Nações Unidas reconheceu oficialmente a felicidade como objetivo universal e recomendou que os Estados-membros incorporassem métricas de bem-estar às políticas públicas, reforçando a necessidade de indicadores alternativos ao PIB tradicional (Helliwell; Layard; Sachs, 2019). Esse movimento sinaliza uma mudança paradigmática na visão global do desenvolvimento, alinhando-se a críticas como as de Banister (2008), que ressalta a urgência de modelos mais centrados nas pessoas, e não apenas em parâmetros econômicos.

Entre as experiências internacionais contemporâneas, a Nova Zelândia destaca-se pela implementação do *Wellbeing Budget*, lançado em 2019 sob a liderança da primeira-ministra Jacinda Ardern. Esse orçamento inovador prioriza áreas como saúde mental, redução da pobreza infantil, enfrentamento das desigualdades e fortalecimento de comunidades vulneráveis. Trata-se de uma política pública que desloca o foco exclusivo do crescimento econômico para uma perspectiva mais ampla de qualidade de vida, consonante com reflexões de Kotler e Keller (2016) sobre o papel das políticas de bem-estar no fortalecimento de sociedades mais equilibradas.

Na Europa, a Escócia vem consolidando um modelo semelhante por meio do *National Performance Framework*, que utiliza indicadores abrangentes relacionados ao meio ambiente, educação, saúde, segurança econômica e relações sociais. Essa abordagem guarda afinidade com os princípios de governança integrada discutidos por Dredge e Jenkins (2007) e com as análises de Buhalis e Amaral (2016), que defendem modelos de planejamento baseados em inclusão, participação social e visão sistêmica.

Essas experiências demonstram que a adoção de modelos alternativos de desenvolvimento, inspirados na Felicidade Interna Bruta, não se restringe a países pequenos ou culturalmente homogêneos. Pelo contrário, trata-se de uma tendência internacional em expansão, comprometida com respostas mais humanas, equitativas e sustentáveis aos desafios contemporâneos. Como discutem Hjalager e Hall (2017), o século XXI exige inovações profundas na forma como as sociedades definem e mensuram o progresso, incorporando dimensões culturais, ambientais, sociais e emocionais. Ao colocar o bem-estar das pessoas no centro das políticas públicas, os países que adotam a FIB demonstram que é possível construir modelos de desenvolvimento mais resilientes, inclusivos e orientados ao florescimento humano em sentido amplo.

Ao evidenciar a emergência de novos paradigmas de desenvolvimento centrados no bem-estar, essas experiências internacionais reforçam a relevância de se compreender como diferentes setores, especialmente o turismo, podem incorporar tais princípios de maneira estratégica. Esse movimento torna-se ainda mais pertinente diante da crescente digitalização das cidades e da incorporação de tecnologias inteligentes à gestão dos territórios. Nesse contexto, os Destinos Turísticos Inteligentes surgem como espaços privilegiados para explorar a convergência entre inovação tecnológica e bem-estar humano, ao articularem infraestrutura, governança, sustentabilidade e participação social em uma lógica integrada.

Assim, compreender a relação entre a Felicidade Interna Bruta e os DTIs permite avançar na análise de como o turismo inteligente pode contribuir para elevar a qualidade de vida das populações locais, ampliando a capacidade dos territórios de promover experiências mais significativas, inclusivas e alinhadas aos valores que sustentam a felicidade coletiva. É a partir dessa perspectiva que se desenvolve o próximo tópico, dedicado a examinar como os princípios da FIB dialogam com o modelo de DTIs e de que maneira o turismo inteligente pode se tornar um vetor efetivo de bem-estar nos destinos turísticos.

2.3 Relação dos DTIs com a FIB e o impacto do Turismo Inteligente no bem-estar das populações locais

Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) representam uma transformação significativa no campo do turismo contemporâneo, ao integrarem tecnologias digitais avançadas e princípios de sustentabilidade para criar ambientes turísticos mais eficientes, inclusivos e orientados ao bem-estar. Conforme discutem Buhalis e Amaranggana (2014), os DTIs distinguem-se pela capacidade de articular tecnologias como Internet das Coisas (IoT), big data, inteligência artificial e plataformas digitais interativas, promovendo uma interação fluida entre turistas, empresas e comunidades locais. Essas tecnologias não apenas personalizam a experiência dos visitantes, como também aprimoram a gestão dos recursos e fortalecem a governança dos destinos.

Além da infraestrutura tecnológica, os Destinos Turísticos Inteligentes fundamentam-se em valores associados à sustentabilidade ambiental, à inclusão social, à acessibilidade universal e à participação cidadã. Gretzel *et al.* (2015) argumentam que iniciativas de turismo inteligente devem ser concebidas não apenas para qualificar a experiência turística, mas também para melhorar efetivamente a qualidade de vida dos moradores, ampliando a resiliência urbana e

promovendo maior justiça territorial. Complementarmente, Sigala (2018) aponta que o uso estratégico de dados em tempo real permite a tomada de decisões mais informadas, a personalização de serviços e o monitoramento contínuo das dinâmicas do destino, contribuindo tanto para a satisfação dos visitantes quanto para a eficiência da gestão pública.

Nesse cenário, a articulação entre o modelo de DTIs e os princípios da Felicidade Interna Bruta (FIB) apresenta-se como uma abordagem inovadora e integradora. A FIB, ao considerar dimensões como bem-estar psicológico, vitalidade comunitária, diversidade cultural, boa governança e sustentabilidade ambiental, fornece um marco teórico robusto para orientar políticas turísticas que valorizem o ser humano e a comunidade acima de indicadores econômicos isolados. Sirgy *et al.* (2011) reforçam que políticas orientadas ao bem-estar tendem a aprimorar a qualidade de vida de forma multidimensional, característica que converge diretamente com a lógica dos DTIs.

A implementação de Destinos Turísticos Inteligentes alinhados aos domínios da Felicidade Interna Bruta contribui de maneira significativa para o desenvolvimento econômico sustentável, uma vez que a digitalização de processos, o fomento a empreendimentos inovadores e a qualificação da infraestrutura urbana

ampliam oportunidades de trabalho e fortalecem ecossistemas empreendedores. Paralelamente, tais iniciativas repercutem positivamente no cotidiano das comunidades residentes, que passam a usufruir de melhorias em mobilidade urbana, gestão ambiental, acessibilidade e prestação de serviços públicos, conforme destacam Buhalis e Amaranggana (2014). Essa convergência evidencia que destinos inteligentes não se destinam apenas aos turistas, mas contribuem para tornar as cidades mais habitáveis, equitativas e sustentáveis.

Outro aspecto central da relação entre DTIs e o bem-estar local refere-se à valorização da participação cidadã. Ritchie e Crouch (2003) argumentam que a governança participativa é indispensável para garantir que a população local influencie decisões estratégicas, fortalecendo o sentimento de pertencimento e promovendo coesão social. Da mesma forma, autores como Boes, Buhalis e Inversini (2016) evidenciam que novas tecnologias contribuem para preservar e difundir o patrimônio cultural e ambiental por meio de ferramentas como realidade aumentada, geolocalização e digitalização de acervos, ampliando o acesso à memória coletiva e promovendo educação patrimonial.

A segurança urbana e a sensação de conforto também são intensificadas nos Destinos Turísticos Inteligentes. Como observa Ávila

(2015), sistemas inteligentes de monitoramento, iluminação pública adaptativa e respostas de emergência automatizadas contribuem para a criação de ambientes mais seguros, tanto para visitantes quanto para moradores, aumentando a sensação de bem-estar e reduzindo vulnerabilidades urbanas.

Assim, a articulação entre Destinos Turísticos Inteligentes e Felicidade Interna Bruta representa um esforço integrado para repensar o turismo e o desenvolvimento urbano a partir de uma perspectiva ética, humana e sustentável. Ao utilizar a tecnologia não como fim em si mesma, mas como instrumento para promover equidade, participação social, resiliência territorial e felicidade coletiva, os DTIs emergem como modelos capazes de inspirar políticas públicas inovadoras. Esses destinos reafirmam que o futuro do turismo não se constrói apenas com dados, dispositivos e algoritmos, mas fundamentalmente com pessoas, valores e territórios vivos, que encontram no bem-estar compartilhado o seu horizonte de desenvolvimento.

2.4 Integração de FIB e DTIs em destinos específicos

A integração entre os conceitos de Felicidade Interna Bruta (FIB) e Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) tem adquirido centralidade nos debates contemporâneos

sobre desenvolvimento sustentável, inovação territorial e bem-estar coletivo. A FIB propõe uma ruptura epistemológica em relação ao paradigma do Produto Interno Bruto, ao colocar o bem-estar humano como métrica fundamental do progresso. Conforme detalham Ura et al. (2012), a FIB estrutura-se em pilares éticos, sociais, culturais e ambientais que orientam políticas públicas para além de resultados puramente econômicos.

Os DTIs, por sua vez, emergem como uma evolução no campo do turismo, baseando-se na aplicação intensiva de tecnologias avançadas para promover sustentabilidade, personalização da experiência turística e qualificação da gestão territorial. Buhalis e Amaranggana (2014) destacam que a incorporação de Internet das Coisas, *big data*, inteligência artificial e plataformas digitais permite criar destinos mais eficientes, acessíveis e competitivos, ao mesmo tempo em que melhora a governança e a qualidade de vida da população residente.

A sinergia entre FIB e DTIs revela-se estratégica para a construção de destinos mais humanos, resilientes e tecnologicamente integrados. Ao articular inovação digital com princípios de equidade, diversidade cultural, vitalidade comunitária e responsabilidade socioambiental, essa integração amplia as possibilidades

de desenvolver experiências turísticas capazes de promover bem-estar tanto para visitantes quanto para residentes. Experiências internacionais, como as de Barcelona e Copenhague, demonstram que estratégias de turismo inteligente podem dialogar diretamente com os domínios da FIB ao priorizar inclusão social, sustentabilidade e melhoria da qualidade de vida urbana, conforme destacam Gretzel et al. (2015).

A operacionalização dessa integração exige abordagens múltiplas e complementares. A ampliação da infraestrutura tecnológica constitui um dos pilares fundamentais, permitindo o uso de redes de comunicação avançadas, sensores urbanos, plataformas interativas e sistemas de análise de dados em tempo real, como apontam Buhalis e Amaranggana (2014). Paralelamente, políticas públicas orientadas aos princípios da FIB reforçam o compromisso com saúde, educação, cultura, segurança e sustentabilidade ambiental, alinhando o planejamento turístico às condições essenciais de bem-estar e prosperidade humana, conforme propõem Ura e colaboradores (2012).

Ferramentas como big data e inteligência artificial possibilitam oferecer experiências personalizadas, gerando maior engajamento e satisfação dos visitantes, como observam Gretzel e Sigala (2016). Da mesma forma, a participação

cidadã na governança do turismo contribui para fortalecer vínculos comunitários, legitimar políticas públicas e orientar o desenvolvimento turístico de forma inclusiva. Esse protagonismo social, discutido por Boes, Buhalis e Inversini (2016), amplia o sentimento de pertencimento e garante que os benefícios da atividade turística sejam distribuídos de maneira mais equitativa.

O monitoramento contínuo das políticas de turismo inteligente, por meio de indicadores específicos, assegura que as estratégias implementadas possam ser avaliadas, ajustadas e aprimoradas com base em evidências, conforme argumentam Del Chiappa e Baggio (2015). A educação e a capacitação de profissionais e residentes ampliam a compreensão sobre os benefícios e os desafios do uso de tecnologias emergentes, favorecendo a criação de uma cultura de inovação e sustentabilidade, como ressalta a Organização Mundial do Turismo (UNWTO, 2019). Parcerias público-privadas também desempenham papel essencial ao reunir diferentes atores e recursos para fomentar soluções inovadoras, como demonstram Sigala e Marinidis (2012).

A mobilidade inteligente e a infraestrutura digital têm papel determinante nesse processo. Sistemas de transporte inteligentes contribuem para reduzir

impactos ambientais e aumentar a eficiência urbana, conforme destacam Cohen e Hopkins (2019). Da mesma forma, tecnologias de monitoramento ambiental fortalecem a proteção dos ecossistemas em destinos turísticos, como discutem Hall, Prayag e Amore (2017). A preservação da cultura local, por sua vez, pode ser fortalecida por recursos como digitalização do patrimônio, realidade aumentada e georreferenciamento, que ampliam o acesso e o conhecimento sem risco de descaracterização, como argumenta Richards (2018).

Exemplos concretos evidenciam o potencial dessa integração. O Botão, pioneiro na adoção da Felicidade Interna Bruta como diretriz nacional, tem incorporado tecnologias digitais ao monitoramento ambiental, à gestão dos fluxos turísticos e à participação social, ampliando sua capacidade de alinhar felicidade, sustentabilidade e inovação, conforme demonstram Zangmo (2018), Verma (2017) e Rinzin, Vermeulen e Glasbergen (2007).

Barcelona, considerada uma referência mundial em Destinos Turísticos Inteligentes, adotou soluções baseadas em big data, sensores urbanos e inteligência artificial para monitorar o turismo em tempo real, mitigar os impactos do turismo de massa e qualificar políticas de mobilidade e inclusão

social, como discutem Almirall, Lee e Majchrzak (2016) e Del Chiappa e Baggio (2015).

Medellín, na Colômbia, transformou sua dinâmica urbana por meio da inovação tecnológica, da inclusão digital e da mobilidade inteligente, gerando avanços significativos tanto para moradores quanto para visitantes, conforme relatam Betancourt e García (2017) e Brand e Dávila (2011).

No distrito de Smart Kalasatama, em Helsinque, a participação comunitária, o uso de energia renovável, a gestão inteligente de resíduos e os sistemas de monitoramento em tempo real demonstram que cidades inteligentes também podem ser estruturadas para promover felicidade e bem-estar, conforme analisam Maenpää e Lindholm (2015).

Esses exemplos demonstram que a convergência entre Felicidade Interna Bruta e Destinos Turísticos Inteligentes representa não apenas uma inovação conceitual, mas uma transformação profunda no modo de compreender, planejar e organizar o turismo contemporâneo. Ao colocar a qualidade de vida, a equidade social e a sustentabilidade ambiental no centro das decisões, essa abordagem amplia o papel do turismo como vetor de desenvolvimento ético, sustentável e inclusivo para o século XXI.

Diante dessas experiências internacionais, torna-se evidente que a articulação entre tecnologia, inovação social e bem-estar humano inaugura um novo paradigma para o turismo global. Embora nenhum dos destinos analisados, tanto no cenário internacional quanto no brasileiro, adote formalmente a Felicidade Interna Bruta como métrica aplicada ao turismo, a aproximação entre seus princípios e os modelos de Destinos Turísticos Inteligentes revela um campo promissor para experimentações futuras. A convergência entre bem-estar, sustentabilidade e transformação digital redefine critérios de sucesso e reposita o turismo como um setor estratégico para a promoção da qualidade de vida, da justiça social e da sustentabilidade ambiental.

Essa mudança de perspectiva abre espaço para reflexões mais profundas sobre como indicadores orientados ao bem-estar podem ser incorporados a diferentes realidades territoriais, especialmente em um país marcado por elevada diversidade social, econômica e cultural como o Brasil. Embora a FIB ainda não tenha sido aplicada de forma direta na gestão turística, sua estrutura multidimensional oferece referenciais valiosos para pensar formas mais amplas e humanas de avaliar políticas públicas e orientar processos decisórios.

Nesse contexto, os Destinos Turísticos Inteligentes brasileiros, atualmente em processo de transformação, configuram-se como ambientes particularmente propícios para aproveitar, de maneira experimental, a integração de indicadores inspirados na FIB à metodologia DTI. Ao associar métricas de bem-estar ao monitoramento inteligente dos destinos, abre-se a possibilidade de qualificar a gestão pública, aprimorar a experiência turística e ampliar os impactos positivos do turismo sobre as comunidades residentes. Tal perspectiva dialoga diretamente com os princípios da FIB, que propõem um modelo alternativo de progresso baseado em bem-estar, coesão social, conservação cultural e equilíbrio ambiental (Ura et al., 2012). A seguir, analisam-se os DTIs brasileiros em processo de transformação e seu potencial para incorporar, de maneira inovadora, indicadores de felicidade e desenvolvimento humano ao modelo DTI brasileiro.

Os Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) vêm ganhando protagonismo no Brasil à medida que diferentes cidades adotam tecnologias emergentes e modelos inovadores de gestão para qualificar a experiência turística, fortalecer a governança e promover o bem-estar das populações locais. Esse movimento de transformação abre espaço para a

adaptação e criação de metodologias inspiradas na Felicidade Interna Bruta (FIB), ampliando o potencial dos DTIs como instrumentos de desenvolvimento sustentável, inclusivo e centrado nas pessoas. Como destacam Buhalis e Amaranggana (2014), os DTIs constituem ecossistemas nos quais tecnologias digitais, governança participativa e estratégias de sustentabilidade convergem para transformar profundamente a relação entre turistas, residentes e gestores públicos. Tal perspectiva dialoga diretamente com os princípios da FIB, que propõem um modelo alternativo de progresso baseado em bem-estar, coesão social, conservação cultural e equilíbrio ambiental (Ura *et al.*, 2012).

Na região Nordeste, São Luís, no Maranhão, apresenta forte potencial para integrar metodologias de Destinos Turísticos Inteligentes com práticas orientadas ao bem-estar. Seu centro histórico, reconhecido como Patrimônio Mundial, possibilita a aplicação de tecnologias voltadas ao monitoramento de visitantes, à digitalização do patrimônio cultural e à análise da experiência turística, favorecendo a preservação da identidade local e o fortalecimento do sentimento de pertencimento comunitário, aspectos apontados por Richards (2018) como fundamentais para destinos sustentáveis. Santos e Mendes (2019) ressaltam

que tais iniciativas podem ampliar a vitalidade cultural da cidade, em consonância com o domínio de diversidade cultural e resiliência da Felicidade Interna Bruta.

Recife também desponta como um destino com elevado potencial para integrar a FIB ao contexto dos DTIs. Soluções de mobilidade inteligente, coleta de dados ambientais e aplicativos baseados em geolocalização qualificam a experiência turística e fortalecem o planejamento urbano. Conforme observam Costa e Gomes (2020), o uso de tecnologias aplicadas à mobilidade urbana contribui para reduzir desigualdades territoriais e melhorar o bem-estar dos residentes, alinhando-se tanto aos pilares da FIB quanto às diretrizes internacionais de turismo inteligente descritas por Gretzel *et al.* (2015).

No Sudeste, o Rio de Janeiro já opera sistemas de big data, videomonitoramento e plataformas de informação em tempo real, especialmente durante grandes eventos turísticos. Fernandes *et al.* (2020) destacam que essas tecnologias, quando articuladas a políticas de inclusão e participação social, podem contribuir significativamente para aumentar a segurança, o conforto e a satisfação dos visitantes, reforçando dimensões como boa governança e vitalidade comunitária, centrais na FIB. Como apontam Hall, Prayag e Amore (2017), a gestão inteligente

dos fluxos turísticos é determinante para reduzir impactos negativos e promover sustentabilidade.

Curitiba mantém papel de destaque no cenário nacional pela tradição em planejamento urbano inovador. A cidade tem implementado sistemas de transporte inteligente, gestão integrada de resíduos e plataformas participativas que conectam moradores e visitantes. Silva e Rocha (2021) e Ribeiro *et al.* (2020) ressaltam que tais iniciativas ampliam a coesão social, fortalecem a governança e promovem qualidade de vida, reafirmando a compatibilidade entre os princípios da FIB e os eixos de sustentabilidade e inovação dos DTIs. Essa convergência encontra suporte na literatura de Hjalager e Hall (2017), para quem a inovação social e tecnológica é essencial para promover destinos resilientes e humanizados.

Santos, no litoral paulista, evidencia potencial para reforçar práticas de sustentabilidade vinculadas ao turismo náutico por meio de monitoramento inteligente, aplicativos informativos e gestão de resíduos baseada em tecnologias digitais. Almeida e Pereira (2018) indicam que a integração dessas soluções pode minimizar impactos ambientais e criar condições mais equitativas para o desenvolvimento turístico, dialogando com os pilares ecológicos e comunitários defendidos pelo modelo da FIB.

Foz do Iguaçu já utiliza sistemas avançados de controle de visitantes e monitoramento ambiental no Parque Nacional do Iguaçu. Estudos como os de Dias, Corrêa e Moraes (2018) sugerem que a intensificação de práticas de educação ambiental, inclusão social e governança participativa pode ampliar a resiliência comunitária e gerar impactos mais duradouros na qualidade de vida local, em consonância com a abordagem de bem-estar integral proposta por Ura *et al.* (2012).

Salvador tem avançado na adoção de iniciativas de DTI, como Wi-Fi público em áreas turísticas, câmeras de monitoramento e aplicativos culturais. Entretanto, seu maior potencial está na articulação dessas soluções com a economia criativa afro-brasileira, elemento central da identidade local. Oliveira, Carvalho e Silva (2019) argumentam que políticas culturais participativas fortalecem laços comunitários, estimulam a criatividade e contribuem diretamente para o bem-estar, alinhando-se aos domínios de vitalidade comunitária e diversidade cultural da FIB.

Gramado, no Rio Grande do Sul, apresenta uma dinâmica turística fortemente sazonal. Souza e Ribeiro (2020) defendem que a adoção de ferramentas de big data e IA pode orientar estratégias de distribuição equilibrada dos fluxos turísticos, contribuindo para

sustentabilidade econômica e social. Essa abordagem encontra respaldo nos estudos de Del Chiappa e Baggio (2015), que destacam a importância de dados inteligentes para decisões baseadas em evidências em destinos turísticos.

Fortaleza tem investido de forma consistente na construção de um ecossistema digital voltado ao turismo. A disponibilização de Wi-Fi gratuito, o uso de sensores ambientais e o desenvolvimento de aplicativos de informação turística constituem avanços importantes. Carvalho e Azevedo (2019) e documentos estratégicos da Prefeitura de Fortaleza (2020) ressaltam que esses investimentos podem ser potencializados quando articulados à inclusão social, à valorização cultural e à participação comunitária, princípios que ecoam diretamente os domínios estruturantes da FIB.

Esses exemplos demonstram que os destinos brasileiros caminham em diferentes ritmos e estágios na implementação da metodologia DTI, mas todos apresentam potencial significativo para integrar elementos da FIB no campo do turismo. A convergência entre tecnologia, bem-estar e sustentabilidade representa um salto qualitativo na gestão turística, reforçando a possibilidade de construir destinos mais humanos, resilientes e orientados ao bem viver. Ao incorporar

indicadores inspirados na FIB, os DTIs brasileiros podem ampliar a capacidade de promover experiências turísticas mais significativas, fortalecer a coesão social e consolidar territórios comprometidos com o desenvolvimento humano integral.

Essa reflexão evidencia que os DTIs brasileiros, apesar de se encontrarem em fases distintas de maturidade, compartilham um potencial transformador: a capacidade de incorporar dimensões do bem-estar humano às suas estratégias de inovação e gestão territorial. Ao integrar os princípios da FIB às práticas dos DTIs, esses destinos ampliam não apenas sua eficiência tecnológica, mas principalmente sua vocação para promover qualidade de vida, inclusão social e sustentabilidade ambiental. Essa convergência entre tecnologia e bem-estar inaugura uma nova etapa na evolução da política turística nacional, na qual indicadores de felicidade, participação comunitária e coesão social passam a assumir papel central na formulação de ações e na avaliação de resultados.

Com base nessas possibilidades, torna-se fundamental analisar como a integração entre a FIB e a metodologia DTI pode gerar benefícios concretos tanto para os turistas quanto para os residentes, contribuindo para destinos mais equilibrados, acolhedores e orientados ao florescimento humano em sentido amplo.

2.5 Benefícios da integração da FIB e a Metodologia DTI: turistas e residentes

A integração entre a Felicidade Interna Bruta aplicada ao turismo e a metodologia dos Destinos Turísticos Inteligentes constitui um caminho inovador e promissor para a construção de territórios mais sustentáveis, inclusivos e orientados ao bem-estar coletivo. A FIB propõe uma compreensão ampliada do progresso, fundamentada em dimensões como bem-estar psicológico, vitalidade comunitária, preservação cultural, sustentabilidade ambiental e boa governança. Quando articulada à lógica dos DTIs, marcada pelo uso estratégico de tecnologias digitais, soluções inteligentes e processos de gestão orientados por dados, essa perspectiva ganha densidade e alcance.

Ao unir indicadores qualitativos de felicidade com ferramentas tecnológicas de inteligência territorial, essa integração potencializa os efeitos positivos do turismo tanto para visitantes quanto para residentes. Ela qualifica a experiência turística, aprimora a gestão urbana, fortalece a participação social, estimula a inovação e valoriza as identidades locais. Trata-se de uma convergência estratégica que reposiciona os destinos turísticos como espaços de desenvolvimento humano integral, capazes de promover bem-estar, equidade e sustentabilidade de maneira articulada e contínua.

2.6 Benefícios da aplicação da FIB para os destinos turísticos, visitantes e turistas

Entre os benefícios mais evidentes dessa convergência entre FIB no turismo e DTIs está a possibilidade de proporcionar uma experiência turística personalizada e enriquecedora. A utilização de tecnologias como aplicativos móveis, realidade aumentada, inteligência artificial e *big data* permite adaptar as ofertas turísticas aos interesses e necessidades de cada visitante, oferecendo recomendações em tempo real sobre atrações, eventos, gastronomia e serviços. Essa personalização qualifica a jornada do turista, promovendo maior engajamento emocional e satisfação com o destino (Buhalis; Amaranggana, 2015). Além disso, os avanços em conectividade e acessibilidade digital, como redes de *Wi-Fi* públicas, sistemas de navegação georreferenciada e interfaces multilíngues, tornam os destinos mais acolhedores, especialmente para públicos internacionais ou com demandas específicas de mobilidade (Gretzel *et al.*, 2015).

Outro aspecto fundamental refere-se à segurança e ao conforto, dimensões diretamente relacionadas ao bem-estar promovido pela FIB. A adoção de tecnologias de monitoramento inteligente, sistemas de vigilância e alertas em tempo real eleva

o padrão de proteção, criando um ambiente seguro tanto para visitantes quanto para residentes (Boes; Buhalis; Inversini, 2016). Esses elementos, integrados de forma ética e transparente, contribuem para fortalecer o vínculo entre inovação tecnológica e felicidade coletiva, consolidando destinos mais humanos, resilientes e responsivos.

2.7 Benefícios da aplicação da FIB no setor do turismo para os residentes

A integração entre Felicidade Interna Bruta (FIB) e Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs) revela um conjunto amplo de benefícios para destinos, visitantes e comunidades locais, apontando para um novo paradigma no planejamento e na gestão do turismo. Entre os ganhos mais evidentes está a capacidade de proporcionar experiências turísticas altamente personalizadas e emocionalmente significativas. O uso de aplicativos móveis, realidade aumentada, inteligência artificial e big data permite ajustar recomendações e serviços aos interesses específicos de cada visitante, fornecendo informações em tempo real sobre atrações, eventos, transporte, gastronomia e serviços públicos. Como destacam Buhalis e Amaranggana (2015), essa personalização intensifica o engajamento do turista e aumenta substancialmente sua satisfação com o destino.

Avanços em conectividade e acessibilidade digital, como redes públicas de Wi-Fi, sistemas de navegação georreferenciada e interfaces multilíngues, tornam os destinos mais inclusivos e acolhedores. Gretzel *et al.* (2015) enfatizam que tais ferramentas ampliam a autonomia dos turistas e facilitam a circulação em contextos urbanos complexos, beneficiando especialmente visitantes internacionais, idosos e pessoas com deficiência.

A segurança é outro elemento diretamente relacionado ao bem-estar promovido pela FIB e fortemente apoiado pelos DTIs. Tecnologias de monitoramento inteligente, câmeras integradas, algoritmos preditivos e sistemas de alerta em tempo real aumentam a sensação de proteção entre visitantes e moradores. Boes, Buhalis e Inversini (2016) demonstram que ambientes mais seguros reforçam a confiança coletiva e contribuem para o bem-estar social. Cox, Holland e Wester (2016) também ressaltam que a segurança constitui uma das bases da competitividade turística contemporânea, sendo indispensável para atrair novos fluxos e consolidar os existentes.

A integração entre FIB e DTIs traz benefícios ambientais significativos. Tecnologias de sensores ambientais, monitoramento de ecossistemas, controle inteligente de resíduos e medição de impactos contribuem

para conservar paisagens naturais, reduzir a pressão sobre áreas frágeis e preservar recursos fundamentais à qualidade ambiental do destino. Hall, Prayag e Amore (2017) demonstram que sistemas inteligentes de gestão ambiental ampliam a resiliência dos territórios e fortalecem práticas sustentáveis alinhadas ao domínio de diversidade ecológica da FIB.

Os benefícios também se estendem às comunidades residentes. A FIB valoriza dimensões como vitalidade comunitária, boas relações sociais, cultura e participação cidadã. Quando esses princípios são combinados com a governança inteligente dos DTIs, criam-se condições favoráveis para a coesão social e para o fortalecimento das identidades locais.

Borges (2017) observa que modelos de turismo orientados para o bem-estar tendem a promover maior engajamento social, estimular a participação em decisões coletivas e gerar vínculos territoriais mais fortes. Nesse contexto, a tecnologia atua como instrumento de democratização e transparência, contribuindo para processos decisórios mais inclusivos e representativos.

A convergência entre FIB e DTIs também impulsiona o desenvolvimento econômico sustentável. Richards (2018) destaca que experiências turísticas baseadas em

autenticidade cultural e criatividade geram produtos de maior valor agregado e estimulam economias locais diversificadas e inovadoras. Braga (2019) e Pereira (2021) reforçam que políticas de desenvolvimento voltadas ao bem-estar social são capazes de promover economias mais resilientes, inclusivas e adaptadas às realidades territoriais.

Outro benefício relevante é a redução de tensões entre residentes e turistas, frequentemente observada em destinos de alta visitação. A inteligência territorial, por meio de análise de dados e previsão de fluxos, permite distribuir melhor os visitantes, controlar capacidades de carga, reduzir impactos negativos e garantir maior harmonia na convivência urbana. Ribeiro e Mendes (2020) mostram que destinos que utilizam dados para organizar o turismo conseguem equilibrar interesses econômicos e qualidade de vida, reduzindo conflitos e aumentando a satisfação de todos os envolvidos.

A governança turística também se fortalece quando FIB e DTIs são articulados. Enquanto a FIB preza pela boa governança, participação cidadã e transparência, os DTIs introduzem processos decisórios baseados em evidências, monitoramento contínuo e articulação intersetorial. UNWTO (2019) e Del Chiappa e Baggio (2015)

demonstram que estruturas de governança inteligente melhoram a eficiência dos serviços, qualificam a gestão pública e aumentam a legitimidade das políticas de turismo.

Em síntese, a integração entre a FIB e os DTIs amplia a capacidade dos destinos de promover felicidade, bem-estar, sustentabilidade e inovação de maneira estruturada e contínua. Ao incorporar indicadores de bem-estar psicológico, cultura, vitalidade comunitária, sustentabilidade e boa governança à inteligência territorial, os destinos tornam-se mais humanos, resilientes e preparados para os desafios contemporâneos do turismo. Helliwell, Layard e Sachs (2019) reforçam que

políticas orientadas ao bem-estar resultam em sociedades mais estáveis, harmoniosas e inovadoras, fundamento que se alinha diretamente ao turismo como ferramenta estratégica de desenvolvimento humano integral.

Essa convergência entre bem-estar e tecnologia reposiciona o turismo como força transformadora, capaz de produzir experiências mais significativas para os visitantes e promover qualidade de vida, justiça social e sustentabilidade nos territórios que os recebem. Trata-se de um caminho promissor para destinos comprometidos com o bem viver e com um futuro mais equilibrado e inclusivo.

3. Considerações finais

Este estudo teve como propósito analisar a relação entre a Felicidade Interna Bruta (FIB) aplicada ao setor do turismo e a metodologia dos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), identificando avanços teóricos e práticos que apontam para um novo paradigma de desenvolvimento turístico. A revisão realizada evidenciou que a incorporação de tecnologias inteligentes aos destinos, quando articulada a indicadores de bem-estar, constitui uma via promissora para transformar o turismo em um campo orientado à sustentabilidade, à inclusão e à qualidade de vida.

A convergência entre os princípios da FIB e as diretrizes dos DTIs mostrou potencial para gerar impactos significativos em três dimensões centrais. A primeira refere-se à promoção de um desenvolvimento turístico mais equilibrado e sustentável, capaz de harmonizar inovação tecnológica, preservação ambiental, valorização cultural e gestão eficiente de recursos. A segunda diz respeito à melhoria concreta da qualidade de vida dos residentes, uma vez que soluções inteligentes aplicadas ao transporte, à segurança, ao saneamento, à acessibilidade

e à conectividade digital repercutem diretamente no cotidiano das comunidades anfitriãs. A terceira dimensão envolve o enriquecimento das experiências turísticas, possibilitado pela personalização dos serviços, pela mediação cultural qualificada e pelo uso de tecnologias que ampliam o engajamento, o conforto e a satisfação dos visitantes.

A adoção da FIB no contexto do turismo, no entanto, requer adaptações metodológicas que considerem as particularidades da experiência turística. Diferentemente do modelo original, que atribui pesos iguais a todas as dimensões, o turismo demanda a identificação da relevância específica de cada domínio a partir da percepção dos visitantes. Nesse sentido, metodologias de avaliação participativa e técnicas de ponderação tornam-se fundamentais para selecionar indicadores consistentes e construir métricas aplicáveis aos diferentes perfis e motivações dos turistas. Essa adaptação fortalece a precisão dos instrumentos de mensuração e aumenta sua capacidade de orientar políticas públicas.

A análise realizada permite concluir que integrar FIB e DTIs representa uma oportunidade estratégica para reposicionar o turismo como vetor de desenvolvimento humano e ecológico. Ao deslocar o foco exclusivo do crescimento econômico e incorporar dimensões como

bem-estar psicológico, vitalidade comunitária, sustentabilidade ambiental e boa governança, essa abordagem amplia o alcance social do turismo e fortalece sua capacidade de promover justiça social, resiliência e florescimento humano.

Com base nos resultados observados, recomenda-se que estudos futuros se concentrem em três frentes principais: aprofundar a análise dos impactos das tecnologias emergentes na qualidade das experiências turísticas e no bem-estar dos indivíduos; desenvolver comparações entre destinos em diferentes contextos socioterritoriais a fim de identificar práticas exitosas e desafios na integração de indicadores de FIB; e explorar a viabilidade de incorporar métricas de felicidade às políticas públicas de turismo, por meio de metodologias participativas capazes de adaptar, validar e ponderar indicadores de acordo com as especificidades dos destinos.

Essas perspectivas contribuem para consolidar um novo paradigma de turismo, mais alinhado à ética do cuidado, à sustentabilidade ambiental, à inclusão social e ao bem viver. Integrar tecnologia e felicidade revela-se, assim, não apenas possível, mas necessário para a construção de territórios turísticos capazes de promover vidas mais plenas, saudáveis e significativas para todas as pessoas envolvidas em sua dinâmica.

Este estudo teve como objetivo analisar a relação entre a FIB, com foco no setor do turismo, e os DTIs, examinando os avanços recentes em pesquisas nacionais e internacionais. A partir de uma revisão de literatura, buscou-se compreender como a aplicação de tecnologias inteligentes em destinos turísticos pode contribuir para o bem-estar dos indivíduos e a felicidade coletiva, promovendo um modelo de desenvolvimento turístico mais sustentável, inclusivo e centrado nas pessoas.

A integração entre os princípios da FIB e a metodologia DTI demonstrou potencial para gerar benefícios relevantes em três dimensões fundamentais: o fortalecimento de um desenvolvimento turístico sustentável e equilibrado; a elevação da qualidade de vida dos residentes; e o enriquecimento das experiências turísticas. Ao utilizarem tecnologias avançadas, como *big data*, IA, IoT e plataformas digitais, os DTIs tornam possível a gestão eficiente de recursos, a redução de impactos ambientais e a preservação da cultura local. Quando articuladas aos pilares da FIB, essas práticas contribuem para a construção de destinos mais resilientes, atraentes e comprometidos com o bem-estar coletivo.

A melhoria da infraestrutura urbana, impulsionada por soluções inteligentes como transporte público

eficiente, gestão automatizada de resíduos e conectividade digital, favorece tanto os moradores quanto os visitantes. Nesse contexto, a FIB atua como orientadora para garantir que tais inovações estejam alinhadas com a promoção da saúde emocional, da coesão social e da justiça espacial, colocando o bem viver no centro da governança turística. Da mesma forma, a personalização da experiência dos turistas por meio de tecnologias emergentes não apenas qualifica os serviços prestados, como também promove experiências mais significativas, memoráveis e emocionalmente enriquecedoras.

Contudo, para que a aplicação da FIB no contexto do turismo seja eficaz, é necessário adaptar suas dimensões e indicadores ao perfil e às expectativas dos turistas. Isso implica reconhecer que, diferentemente da abordagem original da FIB, que atribui pesos iguais a todas as dimensões, no turismo é recomendável mensurar a importância relativa de cada dimensão com base na percepção dos próprios visitantes. Ainda que os indicadores devam refletir a visão do turista, é essencial contar com a contribuição de especialistas para organizar e validar esse processo de forma estruturada. Para isso, metodologias como o método Delphi e a Análise Hierárquica dos Processos (AHP) tornam-se ferramentas fundamentais: o método

Delphi, ao reunir especialistas de forma sistemática e iterativa, permite selecionar os indicadores mais relevantes e adequados; enquanto o AHP contribui para atribuir pesos diferenciados às dimensões, de acordo com sua relevância percebida. Dessa forma, é possível construir indicadores mais ajustados à realidade dos destinos turísticos e às motivações dos viajantes, garantindo maior robustez, aplicabilidade e alinhamento aos objetivos do desenvolvimento turístico orientado ao bem-estar.

A partir dessa análise, pode-se afirmar que a articulação entre FIB e DTIs representa uma estratégia inovadora e promissora para transformar o turismo em vetor de desenvolvimento humano e ecológico, superando paradigmas tradicionais baseados exclusivamente no crescimento econômico. Para aprofundar esse campo de investigação, recomenda-se que estudos futuros se debruçem sobre três frentes principais: i) analisar o impacto de tecnologias emergentes, como realidade aumentada, inteligência artificial e

gêmeos digitais, na personalização e na qualidade das experiências turísticas, avaliando seu efeito direto sobre os indicadores de FIB; ii) realizar estudos comparativos entre destinos turísticos inteligentes em diferentes contextos territoriais, identificando boas práticas, barreiras e soluções aplicadas para incorporar a felicidade e o bem-estar como métricas centrais de sucesso; e iii) explorar a viabilidade e a eficácia da integração de indicadores de FIB nas políticas públicas de turismo, com base em metodologias participativas como o Delphi e o AHP, verificando como esses indicadores podem ser adaptados, ponderados e utilizados para medir e melhorar a sustentabilidade e a qualidade de vida nos destinos.

Tais perspectivas não apenas ampliam o escopo teórico e metodológico do campo, como também contribuem para a consolidação de um novo paradigma de turismo, mais sensível, inteligente e humano, orientado pela busca de uma vida digna, feliz e sustentável para todas as pessoas envolvidas nos territórios turísticos.

Referências

ALMEIDA, João; PEREIRA, Lucas. Turismo sustentável e gestão inteligente em destinos náuticos. **Revista Brasileira de Turismo**, v. 12, n. 3, p. 45–62, 2018.

ALMIRALL, Esteve; LEE, Melissa; MAJCHRZAK, Ann. Open innovation in smart cities: civic participation and co-created governance. **Government Information Quarterly**, v. 33, n. 2, p. 196–206, 2016.

BANISTER, David. The sustainable mobility paradigm. **Transport Policy**, v. 15, n. 2, p. 73–80, 2008.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. São Paulo: Senac, 2019.

BETANCOURT, Javier; GARCÍA, Felipe. Urban innovation and social transformation in Medellín. **Journal of Urban Development**, v. 5, n. 2, p. 22–41, 2017.

BOES, Kim; BUHALIS, Dimitrios; INVERSINI, Alessandro. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. In: **ENTER 2016 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism**. Springer, 2016.

BOFF, Leonardo. **Felicidade Interna Bruta: uma proposta de desenvolvimento sustentável**. Petrópolis: Vozes, 2019.

BORGES, Vicente Paulo. Felicidade, políticas públicas e desenvolvimento turístico: uma proposta para o Polo Costa do Delta. **Revista Turismo & Desenvolvimento**, n. 27–28, p. 1611–1626, 2017.

BRAGA, Renata. Desenvolvimento local e bem-estar como estratégia turística. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 19, n. 2, p. 56–74, 2019.

BRAMWELL, Bill; LANE, Bernard. Tourism and sustainable development: evolving global approaches. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 21, n. 3, p. 1–18, 2013.

BRAND, Peter; DÁVILA, Julio. Mobility innovation and social equity in Medellín. **International Journal of Urban Sustainable Development**, v. 3, n. 1, p. 13–28, 2011.

BRAUN, Alejandro Adler. **Gross National Happiness in Bhutan: A Living Example of an Alternative Approach to Progress**. Bhutan GNH Centre, 2012.

BUHALIS, Dimitrios. Marketing the competitive destination of the future. **Tourism Management**, v. 21, n. 1, p. 97–116, 2000.

BUHALIS, Dimitrios; AMARAL, Fernando. Tourism governance: critical issues and future trends. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 3, n. 2, p. 1–8, 2016.

BUHALIS, Dimitrios; AMARANGGANA, Anna. Personalization and smart experiences in tourism. **Tourism Review**, v. 70, n. 2, p. 123–138, 2015.

BUHALIS, Dimitrios; AMARANGGANA, Anna. Smart tourism destinations. In: **Information and Communication Technologies in Tourism 2014**. Springer, p. 553–564, 2014.

CARVALHO, Helena; AZEVEDO, Danilo. Fortaleza inteligente: planejamento urbano e transformação digital. **Revista Nordestina de Turismo**, v. 15, n. 1, p. 88–104, 2019.

COHEN, Scott; HOPKINS, Debbie. Autonomous vehicles and smart mobility. **Journal of Transport Geography**, v. 78, p. 45–52, 2019.

COMARU, Lucas et al. Fortaleza como destino turístico inteligente: desafios e oportunidades de gestão. **Cidades Verdes**, v. 12, n. 38, 2024.

COSTA, Mariana; GOMES, Bruno. Mobilidade urbana inteligente e turismo sustentável em Recife. **Revista Brasileira de Gestão Urbana**, v. 12, p. 77–95, 2020.

COX, Caroline; HOLLAND, Christina; WESTER, Kurt. Public safety and security in tourism. **Journal of Tourism and Hospitality Management**, v. 24, n. 3, p. 1–15, 2016.

DALY, Herman. **Beyond growth: the economics of sustainable development**. Boston: Beacon Press, 1996.

DEL CHIAPPA, Giacomo; BAGGIO, Rodolfo. Data intelligence and smart destinations. In: **Information and Communication Technologies in Tourism**. Springer, 2015.

DIAS, João; CORRÊA, Victor; MORAES, Ana. Turismo e conservação ambiental em Foz do Iguaçu. **Revista de Turismo Contemporâneo**, v. 6, n. 2, 2018.

DREDGE, Dianne; JENKINS, John. **Tourism planning and policy**. Brisbane: Wiley, 2007.

EASTERLIN, Richard. Happiness, growth and public policy. **Economic Inquiry**, v. 51, n. 1, p. 1–15, 2010.

FERNANDES, Luiz et al. Big data e gestão turística no Rio de Janeiro. **Revista Brasileira de Inteligência Urbana**, v. 4, n. 1, p. 55–72, 2020.

GANDARA, José. **Turismo inteligente e inovação social no Brasil**. Curitiba: UFPR, 2020.

GOODWIN, Harold; SANTILLI, Romina. Community-based tourism: a success? **ICRT Occasional Paper**, n. 11, p. 1–37, 2009.

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

GRETZEL, Ulrike; SIGALA, Marianna. Tourism and big data. **Tourism Management Perspectives**, v. 18, p. 22–30, 2016.

HALL, Michael; PRAYAG, Girish; AMORE, Alberto. Tourism and resilience. **Annals of Tourism Research**, v. 64, p. 1–13, 2017.

HELLIWELL, John; LAYARD, Richard; SACHS, Jeffrey. **World Happiness Report 2019**. New York: UN, 2019.

HJALAGER, Anne-Mette; HALL, Michael. Tourism Innovation. In: **Journal of Sustainable Tourism**, v. 25, n. 1, p. 1–10, 2017.

LAYARD, Richard. **Happiness: lessons from a new science**. London: Penguin, 2005.

ÁVILA, Antonio. L. **Smart tourism destinations: governance and innovation**. SEGITTUR, 2015.

MAENPÄÄ, Anna; LINDHOLM, Maria. Smart Kalasatama: experimental smart city district. **Helsinki Urban Studies**, v. 12, p. 75–98, 2015.

MAX-NEEF, Manfred. **Human scale development**. New York: Apex Press, 1995.

OLIVEIRA, Raquel; CARVALHO, Lucas; SILVA, Denise. Economia criativa e turismo cultural em Salvador. **Revista de Estudos Urbanos**, v. 18, p. 99–118, 2019.

PEREIRA, Fábio. Bem-estar e desenvolvimento em políticas turísticas. **Turismo em Análise**, v. 32, n. 3, p. 411–430, 2021.

PREFEITURA DE FORTALEZA. **Plano de turismo inteligente de Fortaleza**. Fortaleza, 2020.

RIBEIRO, Carla; MENDES, Júlia. Inteligência territorial e gestão de fluxos turísticos. **Revista Lusófona de Turismo**, v. 12, p. 210–230, 2020.

RIBEIRO, Tiago et al. Governança inteligente e cidades inovadoras. **Revista Gestão Pública**, v. 8, p. 33–49, 2020.

RICHARDS, Greg. Cultural tourism: a review. **Tourism Management**, v. 70, p. 263–281, 2018.

RINCZIN, Karma; VERMEULEN, Walter; GLASBERGEN, Pieter. Environmental governance in Bhutan. **Mountain Research and Development**, v. 27, n. 1, p. 21–27, 2007.

SANTOS, Maria; MENDES, Felipe. Patrimônio cultural e experiência turística em São Luís. **Cultura & Turismo**, v. 11, n. 2, p. 44–61, 2019.

SEN, Amartya. **Development as freedom**. New York: Alfred Knopf, 1999.

SIGALA, Marianna. Social media and smart tourism. **Tourism Management**, v. 67, p. 145–156, 2018.

SIGALA, Marianna; MARINIDIS, Ioannis. ICT, innovation and tourism development. **Tourism Review**, v. 67, n. 1, p. 55–70, 2012.

SILVA, Eduardo; ROCHA, Carlos. Inovação urbana e destinos inteligentes: o caso de Curitiba. **Cadernos Metr pole**, v. 23, p. 355–374, 2021.

SMITH, Melanie. **Issues in cultural tourism studies**. London: Routledge, 2015.

SOUZA, Amanda; RIBEIRO, Jonas. Sazonalidade e inteligência turística em Gramado. **Revista Brasileira de Turismo**, v. 14, n. 2, p. 201–220, 2020.

STIGLITZ, Joseph; SEN, Amartya; FITOUSSI, Jean-Paul. **Report by the Commission on the Measurement of Economic Performance and Social Progress**. Paris: OECD, 2009.

UNWTO. **International guidelines for smart tourism destinations**. Madrid: UNWTO, 2019.

UPADHYAY, Rajesh. Gross National Happiness and development alternative. **Journal of Bhutan Studies**, v. 34, p. 45–66, 2016.

URA, Karma; ALKIRE, Sabina; ZANGMO, Tshoki; WANGDI, Karma. **A short guide to Gross National Happiness Index**. Thimphu: Centre for Bhutan Studies, 2012.

VERMA, Rahul. Bhutan’s model of happiness and sustainable development. **Asian Development Review**, v. 34, n. 2, p. 88–107, 2017.

WANG, Dan; XIANG, Zheng. The new landscape of mobile tourism. **Journal of Travel Research**, v. 51, n. 5, p. 611–630, 2012.

ZANGMO, Tshoki. Digital innovation and happiness in Bhutan. **Bhutan Research Journal**, v. 5, p. 55–75, 2018.

Capítulo 7

Ecossistemas para suporte aos Destinos Turísticos Inteligentes: uma revisão sistemática

Jairo Jeronimo Coelho de Souza Filho

Universidade do Vale do Itajaí, Campus Itajaí (UNIVALI)
Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0009-0001-0342-5923>
Lattes do autor: <https://lattes.cnpq.br/8013855147462859>

Sara Joana Gadotti dos Anjos

Universidade do Vale do Itajaí, Campus Itajaí (UNIVALI)
Orcid ID da autora: 0000-0002-6546-4960
Lattes da autora: <http://lattes.cnpq.br/6577619488007785>

Helen Rita Menezes Coutinho

Universidade Estadual do Amazonas (UEA)
Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0001-7205-5914>
Lattes da autora: <http://lattes.cnpq.br/1225223721394034>

1. Introdução

O conceito de ecossistema, que contemporaneamente tem sido utilizado em uma ampla variedade de contextos, tem sua origem na aplicação a sistemas biológicos (Autio; Thomas, 2014; Gomes *et al.*, 2018; Moore, 1993). No campo do turismo, esse conceito tem sido incorporado em abordagens da literatura relacionadas à estratégia, inovação e empreendedorismo (Gomes *et al.*, 2018), ganhando destaque especialmente nas áreas de estratégia e gestão organizacional (Adner, 2006).

No mundo corporativo, com organizações cada vez mais especializadas, uma instituição isoladamente costuma não dispor de todos os recursos internos necessários para o

desenvolvimento e a implementação de inovações (Adner; Kapoor, 2010; Talmar *et al.*, 2018). Por isso, torna-se fundamental contar com a contribuição de diferentes stakeholders, internos e externos, para a construção de uma proposta de valor compartilhada em todo o ecossistema (Talmar *et al.*, 2018).

Na área da gestão, o ecossistema caracteriza-se como uma rede de organizações interligadas, conectadas ou que operam em torno de uma estrutura ou plataforma tecnológica, produzindo bens e serviços de valor (Autio; Thomas, 2014; Senyo *et al.*, 2019). A metáfora dos ecossistemas biológicos inspirou a introdução do termo “ecossistema empresarial” no campo da gestão. Moore (1993) foi um dos pioneiros ao utilizar esse termo para descrever um conjunto de agentes e usuários que contribuem para o desempenho de uma organização. Desde então, muitos gestores, formuladores de políticas públicas e acadêmicos passaram a adotá-lo. Essa adoção mostrou-se apropriada, já que, assim como os organismos biológicos, as organizações estão inseridas em ambientes complexos e interdependentes. Em consonância com suas raízes biológicas, o termo “ecossistema empresarial” reflete uma abordagem mais holística e sistêmica do ambiente de negócios.

O turismo consolidou-se como uma das maiores indústrias geradoras de

emprego no mundo, reunindo diversos agentes heterogêneos. Um dos principais fatores por trás desse crescimento é o avanço das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC) (Buhalis; Law, 2008; Buhalis; O’connor, 2005). Sendo um setor fortemente orientado por dados, como informações sobre clientes, variações nas expectativas dos visitantes e número de turistas, o turismo tem sido transformado pelos avanços tecnológicos rumo ao que se denomina turismo inteligente.

Gretzel *et al.* (2015) buscaram definir e apresentar uma visão geral dos pressupostos fundamentais do conceito de turismo inteligente. Identificaram três componentes centrais: destinos inteligentes, ecossistemas empresariais inteligentes e experiências inteligentes, todos apoiados por camadas de criação, processamento e compartilhamento de dados. Os autores também destacam que a Internet das Coisas (IoT) está pavimentando o caminho para a construção de ecossistemas inteligentes no turismo, ao viabilizar a conectividade entre dispositivos e sistemas, os quais podem ser personalizados pelos próprios viajantes.

Diante desse contexto, o presente texto busca apresentar uma revisão sistemática da literatura sobre o papel dos ecossistemas como suporte aos destinos turísticos inteligentes (DTIs), identificando os principais

temas relacionados à temática. Procura, ainda, responder às seguintes questões: Qual é o estado da arte, em junho de 2024, das pesquisas sobre ecossistemas aplicados ao suporte a destinos turísticos inteligentes? Quais tendências e lacunas são percebidas nas investigações sobre esse tema?

Para compreender a relação entre ecossistemas de inovação e o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes, este estudo adotou uma revisão sistemática da literatura. A investigação foi conduzida na base de dados *Scopus*, utilizando critérios como idioma (inglês),

acesso aberto e abrangência temática. A busca envolveu os termos “destinos turísticos inteligentes”, “ecossistemas” e “inovação”, resultando em 78 artigos inicialmente selecionados. Após triagem por relevância e citações, 54 artigos compuseram a análise final. A etapa analítica foi conduzida com o software *VOSviewer*, que permitiu mapear as relações entre os principais termos, autores e temas por meio de análise de cocitação e agrupamento temático, possibilitando identificar as principais tendências, lacunas e conexões entre os conceitos de inovação, ecossistema e turismo.

2. Turismo inteligente e ecossistemas digitais: interações, tendências e lacunas de pesquisa

A base do turismo inteligente consiste na coleta e uso de dados sobre o ambiente e na melhoria das condições para a tomada de decisão nas dimensões ecológica, social e econômica, fundamentando-se em noções de sustentabilidade, alta qualidade de vida, crescimento e desenvolvimento econômico (Nam; Pardo, 2011, p. 283; Gretzel *et al.*, 2015a). Como consequência, a maioria dos componentes do turismo passa a ser integrada com base em novos conceitos, como destino inteligente, hotel inteligente e turista inteligente. Entre as principais aplicações, destacam-se aplicativos

móveis, quiosques interativos, tecnologias de voz e vestíveis, inteligência artificial (IA), realidade aumentada (RA) e realidade virtual (RV) (Yalcinkaya *et al.*, 2018b). Além disso, serviços baseados em localização e georreferenciamento (Nguyen *et al.*, 2017), blockchain (Nam *et al.*, 2019), laboratórios vivos (GulmonT *et al.*, 2017) e economia compartilhada (Arslan Ayazlar, 2018) são considerados avanços significativos das TIC aplicados à indústria do turismo.

Segundo Del Chiappa e Baggio (2015), o conceito de destino turístico inteligente é emergente e deriva do conceito de cidade inteligente.

Esta última é caracterizada por um funcionamento orientado ao futuro, pautado em seis dimensões principais, economia, pessoas, governança, mobilidade, meio ambiente e qualidade de vida, e construída a partir da combinação inteligente de recursos e atividades autônomas, com cidadãos conscientes e engajados (Giffinger *et al.*, 2007). Enquanto a cidade inteligente tem foco nos cidadãos, o destino inteligente busca aprimorar a experiência turística por meio das TIC (Boes; Buhalis; Inversini, 2015). As dimensões de um destino turístico inteligente exigem fundamentos como liderança, capital humano, empreendedorismo, inovação e capital social, os quais devem ser apoiados por aplicações tecnológicas e infraestrutura de TICs robusta.

Ecosistemas são geralmente definidos como comunidades de organismos que interagem entre si e com seus ambientes (Thefreedictionary, 2015), sendo descritos como redes complexas formadas pela interdependência de recursos. McCormack (2011) esclarece que, assim como outros sistemas, os ecossistemas são compostos por elementos, interconexões e uma função ou finalidade. No entanto, são sistemas especiais, pois seus elementos são agentes inteligentes, autônomos e adaptativos, frequentemente organizados em comunidades que se

ajustam conforme novos elementos são introduzidos ou removidos. Boley e Chang (2007) identificam quatro elementos críticos em ecossistemas: interação/engajamento; equilíbrio; atores fracamente acoplados com objetivos comuns; e auto-organização. Isso significa que os agentes, individualmente ou em grupo, estabelecem relações simbióticas para ampliar benefícios e alcançar metas compartilhadas; que as interações locais influenciam o comportamento do sistema como um todo; e que o equilíbrio sistêmico é essencial para evitar seu colapso. As relações e interdependências asseguram o uso eficaz e sustentável dos recursos.

Considerar os ecossistemas em sua totalidade, em vez de focar em atores ou elementos específicos, proporciona uma visão mais holística. Essa perspectiva reconhece que pequenas mudanças podem gerar grandes impactos, valoriza a complexidade das interações, enfatiza a dinâmica das transformações e destaca a importância da infraestrutura e do ambiente físico que sustentam o sistema (Gretzel *et al.*, 2015).

No mundo dos negócios, o termo “ecossistema” descreve as relações entre entidades econômicas, como produtores, distribuidores, consumidores e órgãos governamentais, que, por meio da concorrência e/ou cooperação, viabilizam a criação e a

distribuição de produtos e serviços (Investopedia, 2015).

Mill e Morrison (2002) afirmam que a ideia de ecossistema turístico não é nova, uma vez que a produção de experiências turísticas sempre demandou ampla coordenação e colaboração entre diversos agentes da indústria e instituições públicas. A fragilidade dessas conexões pode ser observada na dificuldade em definir quem realmente integra a indústria do turismo e como mensurar seu valor econômico. A forte dependência dos sistemas turísticos em relação à infraestrutura digital também já é reconhecida há bastante tempo (Sheldon, 1997).

3. Resultados e discussão

A pesquisa incluiu todos os tipos de documentos, resultando em 54 registros, dos quais 79,93% são artigos científicos, 12,96% capítulos de livros e os demais correspondem a outras formas de materiais disponíveis.

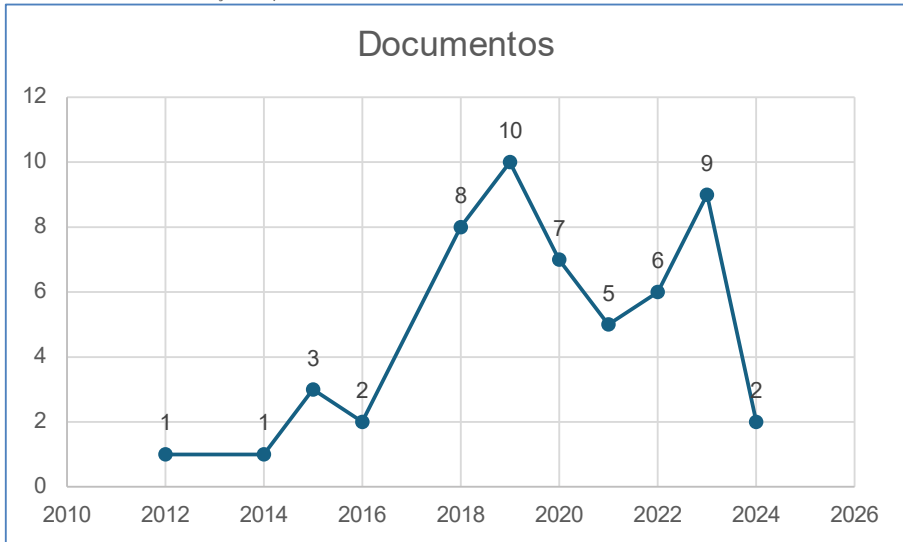
Em relação ao ano de publicação, conforme demonstra o Gráfico 1, o tema ecossistema de inovação em turismo é relativamente recente.

O impacto criativo e disruptivo das inovações tecnológicas nos ecossistemas turísticos tem sido objeto de análise tanto no contexto da Web 1.0 (Werthner; Klein, 1999) quanto da Web 2.0 (Benckendorff; Sheldon; Fesenmaier, 2014). As tecnologias da informação e comunicação são essenciais nesses ecossistemas, pois conectam os diversos atores que agregam valor às experiências turísticas.

Nesta revisão, foram encontrados diversos estudos voltados a ecossistemas específicos, embora nenhum tenha tratado, como foco central, os ecossistemas aplicados ao suporte de destinos turísticos inteligentes.

A primeira publicação acadêmica relevante para este estudo data de 2012, com um aumento significativo a partir de 2018, atingindo seu pico em 2019. Após uma queda nos anos marcados pela pandemia da Covid-19, observa-se um novo crescimento em 2023, indicando uma retomada do interesse acadêmico sobre o tema.

Gráfico 1 – Publicações por ano



Fonte: Base Scopus, Jun de 2024.

Os resultados obtidos na base de dados Scopus indicam que 26 países publicaram ao menos um documento sobre ecossistemas de inovação no turismo. Desses, cinco países publicaram cinco ou mais artigos, oito publicaram entre três e quatro artigos, e treze publicaram entre um e dois artigos. O Gráfico 2 apresenta os 13 países que publicaram três ou mais trabalhos. No topo

da lista está a Espanha, com 10 publicações, seguida pela Itália, com 9, e pelo Reino Unido, com 7. Essa distribuição evidencia uma concentração significativa de publicações no continente europeu, o que pode ser explicado pela origem e liderança da Europa na adoção e implementação de práticas associadas a destinos turísticos inteligentes.

Gráfico 2 – Publicações por país

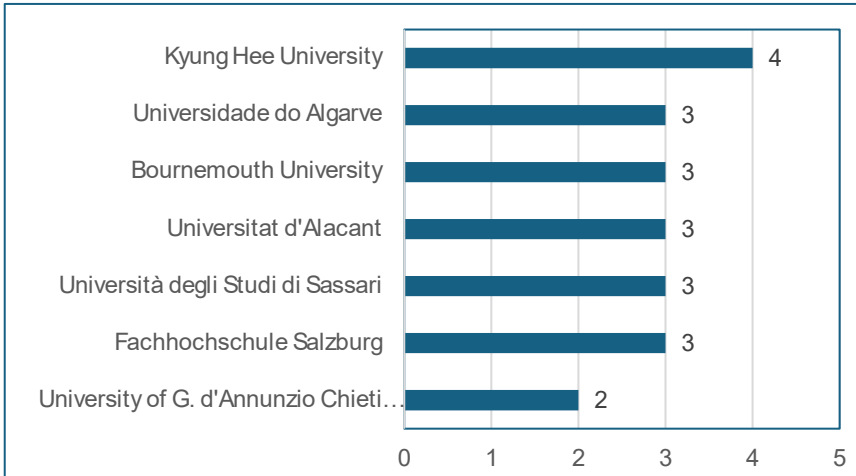
Fonte: Base Scopus, Jun de 2024.

Das universidades afiliadas mais produtivas, identificou-se que sete instituições publicaram dois ou mais artigos, conforme apresentado no Gráfico 3. A Kyung Hee University, da Coreia do Sul, lidera com quatro publicações voltadas para ecossistemas de turismo inteligente. Em seguida, com três publicações cada, destacam-se a Universidade do Algarve (Portugal), a Bournemouth University (Reino Unido), a Universitat d'Alacant (Espanha), a Università di Sassari (Itália) e a Fachhochschule Salzburg (Áustria).

Com relação aos principais referenciais citados nos artigos analisados, destacam-se cinco obras com maior número de citações. O

artigo *Smart Tourism: Foundations and Development*, de Gretzel et al. (2015), foi o mais citado, com 1.089 citações, e aborda o conceito de turismo inteligente, além de discutir temas relacionados a ecossistemas de turismo, ecossistemas de serviços e ecossistemas de turismo inteligente. Em segundo lugar, com 463 citações, ficou *Conceptual Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems*, também de Gretzel et al. (2015), que descreve e ilustra a ideia de um ecossistema de turismo inteligente, fundamentando-se em conceitos de tecnologias inteligentes, cidades inteligentes e turismo inteligente para propor novas formas de criação, troca e consumo de valor no ecossistema.

Gráfico 3 – Publicações por afiliação



Fonte: Base Scopus, Jun de 2024.

O terceiro artigo mais citado foi *Technology in tourism – from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article*, de Buhalis (2020), com 416 citações. Essa obra defende que a tecnologia revoluciona o setor do turismo, influenciando diretamente as estratégias e a competitividade das organizações e destinos turísticos. O autor enfatiza o caráter transformador e disruptivo da tecnologia, que integra os diferentes atores nos ecossistemas de serviços turísticos em benefício de todos.

Nasequência, o artigo *Technological Disruptions in Services: Lessons from Tourism and Hospitality*, de Buhalis et al. (2020), realiza uma revisão crítica sobre as tecnologias disruptivas

no gerenciamento de serviços e sua influência na transformação dos processos de cocriação de valor, destacando o papel das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) na promoção dessa cocriação entre os diversos atores do ecossistema.

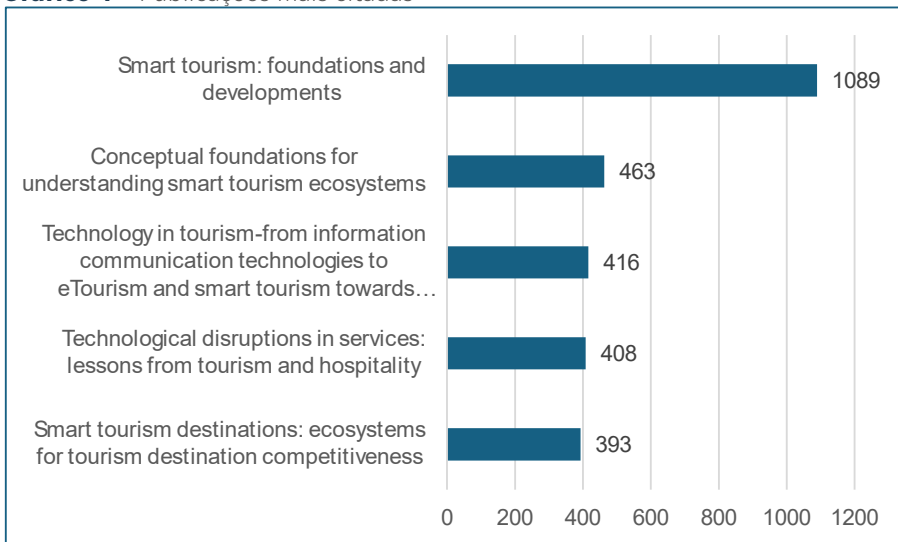
Por fim, o artigo *Smart Tourism Destinations: Ecosystems for Tourism Destination Competitiveness*, de Boes et al. (2016), com 393 citações, centra-se na lógica dominante de serviço e explora os principais componentes da inteligência, propondo uma estrutura voltada ao desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes a partir da perspectiva de ecossistemas.

Em todas as publicações mais citadas, os ecossistemas de turismo, ecossistemas de serviços,

ecossistemas de turismo inteligente, cidades inteligentes e a revolução tecnológica são apontados como

ferramentas fundamentais para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes e eficazes (Gráfico 4).

Gráfico 4 – Publicações mais citadas



Fonte: Base Scopus, Jun de 2024.

O Gráfico 5 apresenta a tendência entre o número de publicações e o volume de citações ao longo do tempo. No período de 2012 a 2016, foram identificadas 7 publicações que geraram um total de 2.376 citações. Já entre 2017 e junho de 2024, ocorreram 47 publicações, com 2.015 citações. O pico de citações foi registrado em 2015, quando apenas três artigos acumularam, juntos, 1.818 citações. Dois desses artigos, ambos de Gretzel *et al.* (2015), ocupam as primeiras posições entre os mais citados: *Smart Tourism: Foundations and Developments*, com 1.089 citações, e *Conceptual*

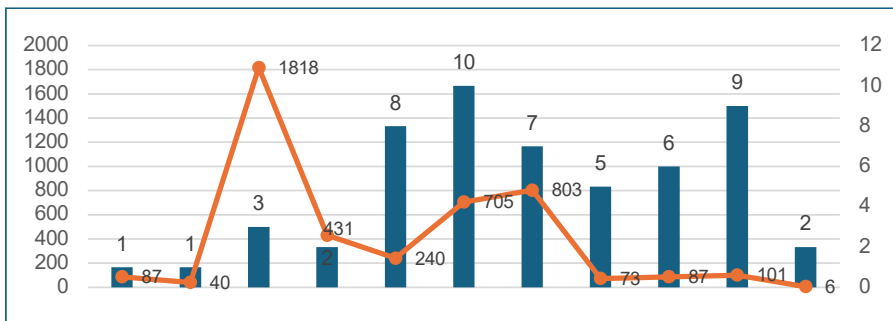
Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems, com 463 citações, conforme descrito anteriormente. O terceiro artigo de destaque é *Knowledge Transfer in Smart Tourism Destinations: Analyzing the Effects of a Network Structure*, de Del Chiappa e Baggio (2015), com 266 citações.

Considerando os oito principais autores com, no mínimo, duas publicações cada, foi possível estabelecer uma correlação entre a produtividade e o número de citações. O autor mais prolífico é D. Buhalis, com cinco artigos e um total de

1.289 citações. Seus trabalhos abordam: o serviço dominante nos ecossistemas de destinos turísticos inteligentes (2016); os ecossistemas de serviços integrados e a tecnologia disruptiva dos dispositivos autônomos (2019); a natureza transformacional e disruptiva da tecnologia no turismo (2020); o papel da IoT no desenvolvimento de ecossistemas

sensíveis, flexíveis e adaptativos (2022); e uma revisão sistemática sobre cidades inteligentes, turismo inteligente e ecossistemas de negócios ágeis em destinos em rede (2023). Suas pesquisas acompanham as inovações tecnológicas e as tendências emergentes nos ecossistemas turísticos.

Gráfico 5 – Publicações e Citações: Tendências



Fonte: Base Scopus, Jun de 2024.

Destaca-se também a contribuição de Gretzel *et al.* (2015), com quatro publicações, incluindo o artigo mais citado deste estudo: *Smart Tourism: Foundations and Development*, com 1.089 citações. Suas produções concentram-se nos fundamentos e nas estruturas conceituais dos ecossistemas de turismo inteligente.

Quanto aos periódicos com maior número de publicações sobre o tema, a revista *Sustainability* (Switzerland) lidera em volume, com cinco artigos, mas aparece

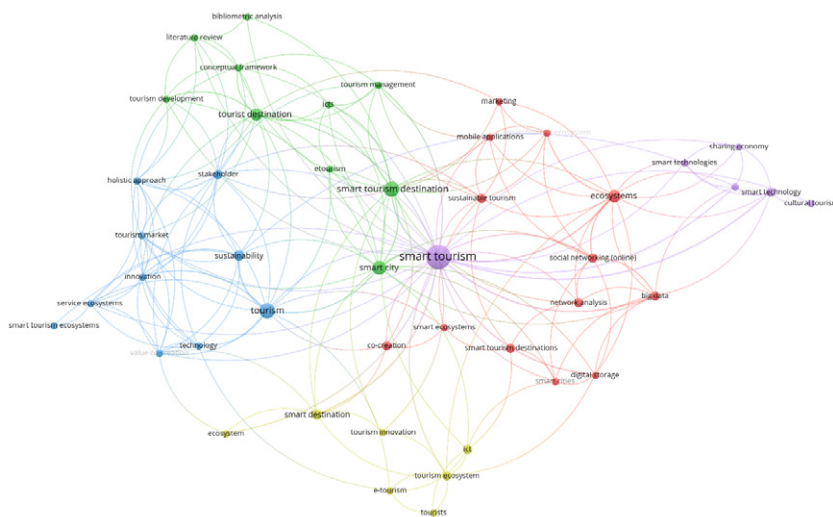
apenas na sétima posição em número de citações (150). Por outro lado, o periódico *Electronic Markets* ocupa a primeira posição em número de citações (1.089), embora tenha publicado apenas um artigo sobre o tema, justamente o de Gretzel *et al.* (2015).

A análise realizada com o algoritmo do software *VOSviewer* resultou na identificação de uma rede composta por cinco estruturas intelectuais do domínio “ecossistemas de suporte a destinos turísticos inteligentes”. A Figura 1 apresenta os

principais termos e suas conexões com palavras-chave secundárias, além das relações entre elas. Cada cor representa um cluster temático, enquanto o tamanho dos nós indica o grau de centralidade de determinada referência: círculos maiores

identificam termos altamente centrais e influentes na constituição do campo. Termos mais afastados indicam menor frequência de citação, embora ainda componham o ecossistema conceitual analisado.

Figura 1 – Clusters: Rede de palavras-chave



Fonte: Elaborado pelos autores via VOSviewer, 2024.

O Quadro 1 apresenta, de forma mais didática, os clusters individualizados, indicando o termo principal, os termos secundários

associados e suas respectivas cores, conforme a segmentação temática identificada na análise de coocorrência.

Quadro 1 – Composição dos Clusters

CLUSTERS			
Nº	TEMAS		COR
	PRINCIPAIS	SECUNDÁRIOS	
1	ecossistemas (ecosystems)	big data, cocriação, armazenamento digital, ecossistemas, marketing, aplicações móveis, análise de redes, cidades inteligentes, ecossistemas inteligentes, destinos turísticos inteligentes, ecossistema de turismo inteligente, redes sociais (online), turismo sustentável	
2	destino turístico inteligente (smart tourism destination)	análise bibliométrica; quadro conceitual; eturismo; TIC; revisão da literatura; cidade inteligente; destino turístico inteligente; desenvolvimento do turismo; gerência de Turismo; destino turístico	
3	turismo (tourism)	abordagem holística; inovação; ecossistemas de serviços; ecossistemas turísticos inteligentes; parte interessada; sustentabilidade; tecnologia; turismo; mercado turístico; cocriação de valor	
4	destino inteligente (smart destination)	e-turismo; ecossistema; TIC; destino inteligente; ecossistema turístico; inovação turística; turistas	
5	turismo inteligente (smart tourism)	turismo cultural; inovação aberta; economia compartilhada; tecnologias inteligentes; tecnologia inteligente; turismo inteligente	

Fonte: Elaborado pelos autores.

O Cluster Vermelho (1) é liderado pela palavra-chave ecossistemas e reúne termos como *big data*, cocriação, armazenamento digital, marketing, aplicativos móveis, análise de redes, cidades inteligentes, ecossistemas inteligentes, destinos turísticos inteligentes, ecossistema de turismo inteligente, redes sociais (online) e turismo sustentável. Esse cluster ocupa posição central na pesquisa, refletindo artigos voltados à temática dos ecossistemas. Destacam-se, nesse agrupamento, os estudos de Gretzel *et al.* (2015), especialmente *Smart Tourism: Foundations and Development* e *Conceptual Foundations for Understanding Smart Tourism Ecosystems*, que discutem a relação entre turismo inteligente, ecossistemas de turismo e de serviços. Outros autores relevantes no cluster

incluem Perfetto (2018), Sigala (2015) e Lee *et al.* (2019). O Cluster Verde (2) tem como foco os destinos turísticos inteligentes, agregando termos como análise bibliométrica, quadro conceitual, e-turismo, TIC, revisão da literatura, cidade inteligente, desenvolvimento do turismo e gestão de destinos. Entre as publicações mais relevantes está o artigo de Boes *et al.* (2016), que propõe uma estrutura baseada na lógica de serviço dominante para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes. Autores como Bariele *et al.* (2015), Del Chiappa *et al.* (2016), Buhalis *et al.* (2024), Troisi *et al.* (2020), Ammirato *et al.* (2016), Ishwaran *et al.* (2019) e Hurtado-Palomino *et al.* (2023) também contribuem significativamente para esse núcleo temático.

O Cluster Azul (3) concentra-se na temática turismo e abrange termos como abordagem holística, inovação, ecossistemas de serviços, ecossistemas turísticos inteligentes, stakeholders, sustentabilidade, tecnologia, mercado turístico e cocriação de valor. Esse agrupamento reforça a centralidade dos ecossistemas na discussão sobre tecnologia, inovação e sustentabilidade. Entre os destaques está o artigo de Buhalis (2020), que explora o impacto transformador e disruptivo das tecnologias no turismo, integrando stakeholders nos ecossistemas de serviços turísticos. Também se destacam os trabalhos de Gretzel *et al.* (2015), Tsaih e Hsu (2018), Choi *et al.* (2021), Kim *et al.* (2020), Samora-Arvela *et al.* (2020) e Zamyatina *et al.* (2021).

O Cluster Amarelo (4), centrado no termo destino inteligente, agrega palavras-chave como e-turismo, TIC, ecossistema turístico, inovação turística e turistas. Entre as publicações relevantes, destacam-se *Smart Tourism Experiences: Conceptualisation, Key Dimensions and Research Agenda* (Femenia-Serra; Neuhofer, 2018), que propõe uma definição holística da experiência turística inteligente, e *The Digital Revolution in the Travel and Tourism Industry* (Pencarelli, 2020), que discute os impactos da transformação digital no turismo e as distinções entre Turismo 4.0 e turismo inteligente. Outros autores citados incluem

Fabry e Blanchet (2019), Garanti (2023) e Trinchi e Spyriadis (2019).

Por fim, o Cluster Roxo (5) é estruturado em torno do termo turismo inteligente, incluindo palavras como turismo cultural, inovação aberta, economia compartilhada, tecnologias inteligentes e inteligência artificial. O artigo de destaque é *Artificial Intelligence in Smart Tourism: A Conceptual Framework* (Tsaih; Hsu, 2018), que propõe uma estrutura conceitual para a aplicação da IA no turismo inteligente, visando integração organizacional e otimização de desempenho. Autores como Gretzel *et al.* (2015), Buhalis (2020), Kim *et al.* (2020) e Femenia-Serra *et al.* (2018) também aparecem neste cluster.

A Figura 2, gerada pelo VOSviewer, apresenta uma análise temporal da ocorrência das palavras-chave. Quanto mais amarela a coloração do termo, mais recente é sua aparição na literatura. Destaca-se o termo *smart ecosystem* como um dos mais recentes e promissores, surgindo com maior frequência a partir de 2022, conforme evidenciado também no Cluster Vermelho. O termo inovação em turismo também desponta como tendência emergente, apontando para novas direções na pesquisa sobre ecossistemas e destinos turísticos inteligentes.

presentes, ainda que não organizados sob um modelo formal. Isso evidencia a necessidade de construção e consolidação de um ecossistema estruturado que articule esses elementos de maneira integrada, promovendo maior eficiência e solidez no desenvolvimento dos destinos.

O segmento turístico é, por natureza, complexo e interdependente, o que reforça a importância dos ecossistemas como instrumentos fundamentais para sua evolução. A integração entre agentes diversos é condição necessária para o crescimento sustentável e inovador do setor. Assim, torna-se imprescindível o aprofundamento das investigações acadêmicas que permitam delinear com maior precisão o estado da arte sobre ecossistemas de suporte aos

destinos turísticos inteligentes e sua real contribuição para o desenvolvimento do turismo.

A relevância desta investigação reside justamente na identificação da lacuna científica e na valorização da construção conceitual de ecossistemas específicos para o setor. Trata-se de um estudo introdutório, que não identificou revisões sistemáticas anteriores sobre o tema “ecossistemas para suporte a destinos turísticos inteligentes”. Como perspectiva para pesquisas futuras, recomenda-se a ampliação do escopo metodológico, com inclusão de palavras-chave complementares, outras bases de dados científicas e intervalos de tempo mais extensos, de modo a enriquecer e aprofundar o conhecimento sobre o tema.

Referências

ADNER, R.; KAPOOR, R. Value creation in innovation ecosystems: how the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. **Strategic Management Journal**, v. 31, p. 306-333, 2010.

ARSLAN AYAZLAR, R. Sharing economy and its reflections to tourism industry. **Gaziantep University Journal of Social Sciences**, v. 17, n. 3, p. 1186-1202, 2018.

ASPIRANTI, T. *et al.* Bibliometric review of corporate governance of Islamic financial institutions through AI-based tools. **International Journal of Professional Business Review (JPBReview)**, v. 8, n. 4, p. 1-30, 2023

AUTIO, E.; NAMBIAN, S.; THOMAS, L. D. W.; WRIGHT, M. Digital resources, spatial resources and the genesis of entrepreneurial ecosystems. **Strategic Entrepreneurship Journal**, p. 72-95, 2018.

BENCKENDORFF, P.; SHELDON, P.; FESENMAIER, D. R. **Tourism information technology**. Oxford, UK: CAB International, 2014.

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.

BOLEY, H.; CHANG, E. **Digital ecosystems**: principles and semantics. In: IEEE International Conference on Digital Ecosystems and Technologies, 2007, Cairns, Australia. Anais... Ottawa: IEEE, 2007.

BUHALIS, D. Drivers of e-Tourism. In: **Handbook of e-Tourism**. Cham: Springer International Publishing, p. 1-17, 2021.

BUHALIS, D. *et al.* Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality. **Journal of Service Management**, v. 30, n. 4, p. 484-506, 2019.

BUHALIS, D. Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. **Tourism Review**, v. 75, n. 1, p. 267-272, 2020.

BUHALIS, D.; LAW, R. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet – the state of eTourism research. **Tourism Management**, v. 29, n. 4, p. 609-623, 2008.

BUHALIS, D.; O’CONNOR, P. Information communication technology revolutionizing tourism. **Tourism Recreation Research**, v. 30, n. 3, p. 7-16, 2005.

BUHALIS, D.; O’CONNOR, P.; LEUNG, R. Smart hospitality: from smart cities and smart tourism towards agile business ecosystems in networked destinations. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 35, n. 1, p. 369-393, 2023.

BUHALIS, D.; PAPATHANASSIS, A.; VAFEIDOU, M. Smart cruising: smart technology applications and their diffusion in cruise tourism. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, v. 13, n. 4, p. 626-649, 2022.

CACHO, N.; LOPES, F.; CAVALCANTE, E.; SANTOS, I. A smart city initiative: the case of Natal. In: **2016 IEEE International Smart Cities Conference (ISC2)**. IEEE, p. 1-7, 2016.

CHEN, S. C. I.; LIU, C. Factors influencing the application of connected health in remote areas, Taiwan: a qualitative pilot study. **International Journal of Environmental Research and Public Health**, v. 17, n. 4, p. 1282, 2020.

DEL CHIAPPA, G.; BAGGIO, R. Knowledge transfer in smart tourism destinations: analyzing the effects of a network structure. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 4, n. 3, p. 145-150, 2015.

GOMES, L. A. De V.; FACIN, A. L. F.; SALERNO, M. S.; IKENAMI, R. K. Unpacking the innovation ecosystem construct: evolution, gaps and trends. **Technological Forecasting and Social Change**, v. 136, p. 30-48, 2018.

GRETZEL, U.; SIGALA, M.; XIANG, Z.; KOO, C. Smart tourism: foundations and developments. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 179-188, 2015a.

GRETZEL, U.; WERTHNER, H.; KOO, C.; LAMSFUS, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**, v. 50, p. 558-563, 2015.

GRETZEL, U.; WERTHNER, H.; KOO, C.; LAMSFUS, C. Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. **Computers in Human Behavior**, v. 50, p. 558-563, 2015b.

MCCORMACK, R. **Digital ecosystems**: a framework for online business. *Bitstrategist.com*, 15 jun. 2011. Acesso em: 26 jan. 2024.

MILL, R. C.; MORRISON, A. M. **The Tourism System**. Kendall/Hunt, Dubuque, Iowa, 2002.

MOORE, J. F. Predators and prey: a new ecology of competition. **Harvard Business Review**, v. 71, p. 75-86, 1993.

NAM, K.; DUTT, C.; CHATHOTH, P.; KHAN, M. S. Blockchain technology for smart city and smart tourism: latest trends and challenges. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, v. 26, n. 4, 2019.

NAM, T.; PARDO, T. A. Conceptualizing smart city with dimensions of technology, people, and institutions. In: **The Proceedings of the 12th Annual International Conference on Digital Government Research**. College Park, 2011.

NGUYEN, T. T.; CAMACHO, D.; JUNG, J. E. Identifying and ranking cultural heritage resources on geotagged social media for smart cultural tourism services. **Personal and Ubiquitous Computing**, v. 21, n. 2, p. 267-279, 2017.

SENYO, P. K.; LIU, K.; EFFAH, J. Digital business ecosystem: literature review and a framework for future research. **International Journal of Information Management**, v. 47, p. 52-64, 2019.

TALMAR, M.; WALRAVE, B.; PODOYNITSYNA, K. S.; HOLMSTREOM, J.; ROMME, A. G. L. **Mapping, analyzing and designing innovation ecosystems**: the ecosystem pie model. Long Range Planning [Preprint], 2018.

THEFREEDICTIONARY. Ecosystem. **The Free Dictionary**, 2015. Disponível em: <http://www.thefreedictionary.com/ecosystem>. Acesso em: 26 jan. 2024.

VAN ECK, N.; WALTMAN, L. Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. **Scientometrics**, v. 84, n. 2, p. 523-538, 2010.

WERTHNER, H.; KLEIN, S. **Information technology and tourism**: a challenging relationship. Springer-Verlag Wien, 1999.

YALCINKAYA, P.; ATAY, L.; KARAKAS, E. Smart tourism applications. *Gastroia: Journal of Gastronomy and Travel Research*, v. 2, n. 2, p. 35-52, 2018.

Capítulo 8

Destinos Turísticos Inteligentes: mapeamento temático da produção científica no Brasil (2019 - 2024)

Maione Rocha de Castro Cardoso

Professora e pesquisadora da Universidade Estadual do Ceará

Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0003-4090-7355>

Lattes da autora: <https://lattes.cnpq.br/3202012278974010>

Francisco Laércio Pereira Braga

Professora e pesquisadora da Universidade Estadual do Ceará

Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0003-3145-2838>

Lattes do autor: <https://lattes.cnpq.br/7076516474858419>

Laura Mary Marques Fernandes

Professora e pesquisadora da Universidade Estadual do Ceará

Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0001-8769-6781>

Lattes da autora: <https://lattes.cnpq.br/3941479209132567>

1. Introdução

O turismo é uma atividade socioeconômica e cultural que tem evoluído e se transformado ao longo do tempo. Pode-se considerar o turismo como o ato de visitar, usufruir, explorar e conhecer lugares, povos e culturas diferentes, por razões diversas. O turista é aquele agente econômico que permanece em um destino diferente de sua residência por mais de 24 horas e menos de um ano, buscando lazer ou descanso, de acordo com suas preferências, curiosidades, vontades e desejos, conforme sua disponibilidade de recursos como tempo e dinheiro. Em função disso, o local de recepção tende a ofertar bens e serviços que atendam às expectativas dos viajantes, suprimindo suas necessidades de consumo e oferecendo os mais variados produtos turísticos (Castro, 2003).

Na década de 1990, surge o termo *smart city* ou cidade inteligente, vinculado ao desenvolvimento urbano, do qual deriva o conceito de destinos turísticos inteligentes (DTIs), caracterizados por promoverem inovação, competitividade, melhoria da qualidade de vida e da experiência turística (Barcia, 2020).

Entretanto, o turismo também trouxe impactos importantes à comunidade receptora, como questões culturais, sociais, econômicas e ambientais. As transformações provocadas pelo turismo nem sempre foram positivas, e em muitos destinos os efeitos negativos se sobressaíram. Isso gerou a necessidade de repensar a forma de promover o turismo, com vistas à melhoria da qualidade de vida da população local, à redução da dependência do fluxo turístico e da sazonalidade, e à busca por um novo padrão de desenvolvimento. Esse novo paradigma deve ser baseado na inovação, na tecnologia, na governança e na sustentabilidade, conforme propõe o modelo de DTIs.

É nesse contexto de contradições que se consolida a proposta de DTIs no Brasil, com destaque para as iniciativas do Ministério do Turismo e do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), que promovem ações voltadas à transformação de destinos turísticos tradicionais em DTIs,

incentivando a produção acadêmica sobre o tema, como é o caso deste estudo (Brasil, 2021).

O turismo inteligente pode ser entendido como um desdobramento do turismo tradicional, distinguindo-se por incorporar dimensões físicas e de governança ao ambiente digital. Isso promove novos níveis de inteligência nos sistemas turísticos, resultando em mudanças estruturais que transformam a forma como as experiências turísticas são vividas e consumidas (Gretzel *et al.*, 2015). Nesse cenário, os destinos buscam elementos que fortaleçam sua competitividade global por meio de estratégias e investimentos em infraestrutura voltados ao turismo inteligente e sustentável (Ödemiş, 2022).

As transformações demográficas e a dinamicidade da economia mundial, impulsionadas pelos avanços tecnológicos, estimulam os destinos turísticos a superarem desafios e explorarem novas oportunidades para alcançar um desenvolvimento econômico e social mais sustentável (Alcantud; Moreno, 2022). Um conceito emergente nesse cenário é o da “inteligência”, mais conhecido internacionalmente pela palavra *smart*, associada à conectividade e à inovação (Gretzel *et al.*, 2015), essencial para a competitividade e a sustentabilidade do turismo atual (Ödemiş, 2022).

Governos como os da China e da Coreia do Norte investiram fortemente na construção de infraestrutura tecnológica para apoiar o turismo inteligente, em um caminho distinto do europeu, onde tais iniciativas emergiram de projetos de cidades inteligentes, posteriormente adaptados ao turismo (Hwang; Park; Hunter, 2015; Gretzel *et al.*, 2015). Já na Austrália, a governança inteligente se tornou um eixo central do turismo inteligente, com ênfase no uso de tecnologias para transformar as dimensões econômica e social dos destinos (Gretzel *et al.*, 2015).

A expressão “destino turístico inteligente” (DTI), ainda pouco implementada na prática e desafiadora no plano conceitual (Gretzel *et al.*, 2015; Gretzel; Mendonça, 2019) passou a ganhar destaque na literatura especializada a partir da década de 2010, especialmente após a pandemia da Covid-19, que ocasionou mudanças profundas nas estruturas produtivas e nos empregos formais de diversos destinos, como evidenciado na Espanha (Gelter; Lexhagen; Fuchs, 2021; Alcantud; Moreno, 2022).

A amplitude conceitual dos DTIs evidencia a transversalidade do turismo, exigindo uma gestão integrada que ultrapassa os limites do setor turístico, envolvendo inovação, sustentabilidade e impactos positivos tanto para residentes quanto para visitantes (Brasil, 2021).

O conceito de turismo inteligente pressupõe um turista ativo, participativo e que aprende no contexto digital e organizacional dos destinos inteligentes. Assim, o turista ganha maior liberdade e atua como co-criador da experiência, contribuindo com a comunidade de visitantes (Safaa; Bedard, 2016). Isso o torna, sob essa perspectiva, menos limitado e mais engajado (Safaa; Bedard, 2022).

Essa temática é também de grande relevância no Brasil, onde há diretrizes nacionais voltadas à transformação de destinos turísticos tradicionais em DTIs. Em 2021, teve início um projeto de cooperação com a Espanha, visando adaptar ao contexto brasileiro a metodologia da *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas* (SEGITTUR), aplicada aos municípios participantes (Brasil, 2021).

A atualidade e a pertinência do tema, somadas ao contexto ambiental, social, econômico e político brasileiro, abrem caminho para pesquisas voltadas à análise do conceito de DTI e dos pilares que sustentam a gestão turística (Governança, Acessibilidade Universal, Sustentabilidade, Inovação, Promoção e Marketing, Mobilidade e Transporte, Tecnologia, Criatividade e Segurança), bem como às possibilidades de implementação do modelo no país.

Nesse contexto, esse capítulo apresenta uma pesquisa cujo objetivo foi analisar as principais contribuições dos estudos brasileiros sobre destinos turísticos inteligentes, publicados entre 2019 e 2024 em periódicos nacionais. Para isso, foi adotada a metodologia de revisão sistemática da literatura, com seleção das considerações finais dos artigos para análise de conteúdo por meio do software *Iramuteq*. Os resultados obtidos visam subsidiar políticas públicas e privadas voltadas ao desenvolvimento de DTIs no Brasil.

1.1 Mapeamento das publicações no Brasil sobre DTI

Esta seção está organizada em duas subseções, com o objetivo de proporcionar uma melhor compreensão da pesquisa bibliográfica realizada neste estudo. Na primeira, apresenta-se uma caracterização geral dos artigos selecionados para análise, contemplando informações sobre os periódicos em que foram publicados, a classificação Qualis dessas revistas e as principais palavras-chave utilizadas como descritores. Na segunda subseção,

realiza-se uma análise aprofundada do conteúdo dos artigos priorizados, com base nos resultados obtidos por meio dos softwares *Iramuteq* e *UCINet*. Essa etapa visa identificar os avanços teóricos, as limitações dos estudos e a rede de colaboração entre os autores que vêm pesquisando sobre DTIs no Brasil nos últimos anos.

1.2 Caracterização dos textos selecionados sobre Destinos Turísticos Inteligentes

O processo de seleção dos estudos sobre DTIs resultou na identificação de vinte e dois artigos publicados entre 2019 e 2024 (Quadro 1). Esses estudos foram veiculados, majoritariamente, em periódicos com foco na área de turismo, sendo que apenas cinco deles (22,72%) estão classificados como periódicos Qualis A. Dentre os artigos selecionados, destaca-se a revista *Rosa dos Ventos*, que tem se consolidado como o principal veículo de publicação sobre a temática nos últimos anos, reunindo oito artigos do corpus textual, o que representa 36,36% do total.

Quadro 1 – Corpus textual segundo artigos selecionados (2019-2024)

CÓD.	Autores/Ano	Revista	Qualis
Artigo_1	(Mendes Filho; Mayer; Correa, 2022).	Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	A3
Artigo_2	(De Moraes Lima; Mendes Filho; Correa, 2021).	Marketing & Tourism	B1
Artigo_3	(Bonfato <i>et al.</i> , 2022).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_4	(Cezário; Silva-Melo, 2023).	GeoFronter	A4
Artigo_5	(Bárcia, 2020).	RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo	B1
Artigo_6	(Santos; Gândara, 2019).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_7	(De Moraes Lima; Mendes Filho, 2021).	Cenário: Revista Interdisciplinar em Turismo e Território	B2
Artigo_8	(Machado, 2020).	CULTUR-Revista de Cultura e Turismo	B1
Artigo_9	(Soares; Paes-Cesário; De Araújo, 2022).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_10	(Sampaio; Braga, 2023).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_11	(Albuquerque; Souza; De Araújo, 2024).	Marketing & Tourism	B1
Artigo_12	(Nunes; Medaglia; Stadler, 2020).	AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento	A4
Artigo_13	(Freitas; Mendes Filho, 2020).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_14	(Fernandes; Bernier, 2021).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_15	(Pinto; Nakatani, 2019).	Revista Turismo & Cidades	B4
Artigo_16	(Leite; Santos, 2020).	Revista Mbote	B4
Artigo_17	(Bonfato; Athiê; Pelegrinetti, 2019).	Revista Hospitalidade	A4
Artigo_18	(Hott Corrêa; Gosling, 2020).	Revista Hospitalidade	A4
Artigo_19	(Bregolin; Smiderle, 2022).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_20	(Pereira; Biz, 2023).	Rosa dos Ventos	B1
Artigo_21	(Sampaio; Braga, 2023).	Marketing & Tourism	B1
Artigo_22	(Hott Corrêa; Gosling; Gonçalves, 2019).	Revista Iberoamericana de Turismo	B1

Fonte: elaboração dos autores com dados da pesquisa (2024).

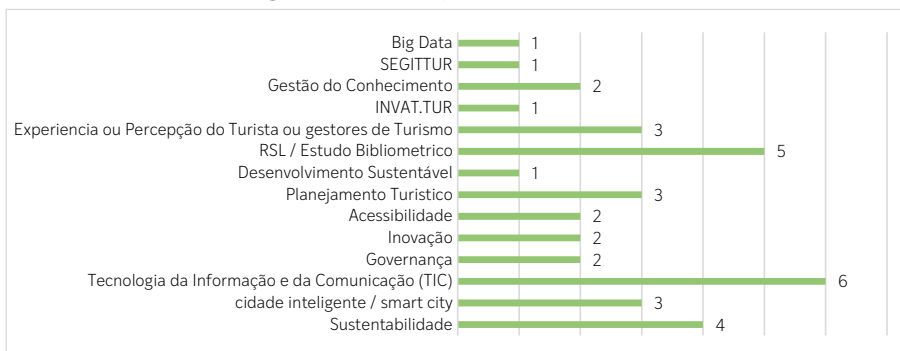
A análise das palavras-chave dos artigos selecionados, em articulação com os autores e suas abordagens — conforme as classes apresentadas anteriormente (Gráfico 1) —, permitiu relacioná-las às categorias e ramificações agrupadas pelo software *Iramuteq*. Dessa forma, foi possível observar as dimensões e/ou indicadores que compõem um DTI, destacando-se aqueles mais ou menos frequentes, além de evidenciar temas recorrentes, como estudos de caso e análises bibliométricas.

Constatou-se que 12 dos artigos são de natureza teórica e 10 apresentam abordagens empíricas, sendo a cidade de Natal/RN a mais citada, com três estudos focados nesse destino — possivelmente devido à presença de cursos de graduação e pós-graduação em turismo no estado do Rio Grande do Norte. Esses trabalhos demonstram que os pesquisadores vêm avançando na tentativa de identificar as conexões entre os destinos turísticos e o conceito de DTI. Merece destaque, ainda, um artigo que realiza uma comparação entre as cidades de Curitiba/PR e Málaga (Espanha).

Observou-se também que apenas dois artigos abordaram a percepção do turista em relação aos DTIs, evidenciando uma importante lacuna na produção científica sobre o tema. Além disso, dois estudos trataram da acessibilidade virtual, com foco no viajante com deficiência, e outros dois artigos mencionaram o INVAT. TUR como referência. Apenas um estudo citou o SERGITUR.

Com base no Gráfico 1, infere-se que os estudos realizados no Brasil sobre DTIs ainda carecem de aprofundamento em temáticas fundamentais para o avanço do turismo inteligente, responsável e sustentável. Considerando a urgência de promover o Desenvolvimento Sustentável (DS), alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e implementar a Agenda 2030, o turismo não pode ser tratado de forma isolada desses compromissos. Elementos como cidades inteligentes, governança e sustentabilidade constituem alicerces essenciais para a promoção do DS, como discutido por Mendes Filho, Mayer e Corrêa (2022); Bonfato, Athié e Pelegrinetti (2019); Caripuna, Moraes, Figueroa, Pontes e De Paula (2023); Machado (2020); e Cezário e Silva-Melo (2023).

Gráfico 1 – Frequências das palavras-chaves dos textos seleccionados na RSL (exceto DTIs, Turismo Inteligente e turismo)



Fonte: Elaboração dos autores com dados da pesquisa (2024).

Assim, a concepção de DTI, segundo a SEGITTUR (2015), apresenta aos municípios brasileiros uma série de desafios a serem superados. Nesse sentido, planejar e incorporar os ODS à gestão do turismo, bem como implementar os princípios dos DTIs nas cidades turísticas brasileiras, revela-se uma necessidade urgente. Essa realidade configura uma lacuna que deve ser explorada por pesquisas futuras, especialmente no que se refere ao caráter inovador dos DTIs, conforme destacado pela própria SEGITTUR (2015, p. 31):

inovador, consolidado em uma infraestrutura tecnológica de ponta, que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico, promove acessibilidade para todos, facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente e aumenta a qualidade da sua experiência no destino e melhora a qualidade de vida dos moradores.

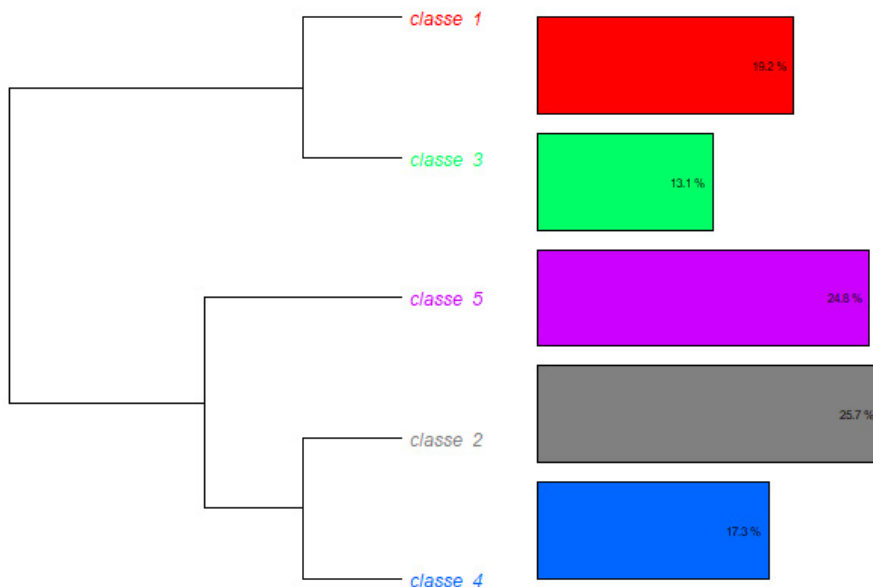
A metodologia de implementação dos DTIs envolve, frequentemente, a valorização seletiva de determinados indicadores em detrimento de outros. Enquanto as publicações internacionais tendem a enfatizar a gestão dos destinos, os estudos brasileiros priorizam, em grande medida, o aspecto informacional (Nunes; Medaglia; Stadler, 2020). Essa diferença de enfoque tem implicações diretas na conceituação e aplicação do termo DTI, uma vez que um município pode não atender plenamente a todos os indicadores previstos, e a ênfase excessiva em um ou outro aspecto pode comprometer a integridade e a completude da proposta. Diante disso, destaca-se, mais uma vez, a importância dos ODS e de suas metas como diretrizes fundamentais para orientar o alcance dos indicadores que estruturam os DTIs.

considerado como limite mínimo aceitável para a continuidade do processamento pelo software *Iramuteq* (Moura *et al.*, 2014). Esse procedimento permitiu a identificação de cinco classes de conteúdo com similaridades internas, sendo as classes 1 (vermelha) e 3 (verde) pertencentes a uma mesma ramificação, as classes 2 (cinza) e 4 (azul) agrupadas em outra, e a classe 5 (roxa) inserida nessa última ramificação, porém de forma mais isolada. Tal estrutura evidencia a existência de duas grandes linhas de discussão predominantes no corpus sobre DTIs.

A Figura 3, portanto, ilustra essa divisão, revelando que os artigos

agrupados nas classes 1 e 3 se concentram em análises sobre DTIs a partir de estudos de caso, metodologias de implementação com base em experiências internacionais, estudos bibliométricos e revisões sistemáticas voltadas à conceituação e aos parâmetros do conceito de DTI, conforme detalhado no Quadro 2. Já as classes 2, 4 e 5 enfocam principalmente os indicadores que contribuem para o desenvolvimento de um DTI, como Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC), governança, acessibilidade, sustentabilidade e gestão do turismo, além das percepções de turistas e gestores sobre o tema.

Figura 3 – Classificação Hierárquica Descendente (CHD) do corpus textual



Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da pesquisa (2024).

A Classe 1 é composta por seis artigos do corpus textual e se organiza em torno de temas centrais como o desenvolvimento de DTIs, o uso de tecnologias, a sustentabilidade, a governança e a gestão dos destinos (Quadro 2). No primeiro eixo de convergência, o desenvolvimento dos DTIs, destaca-se o estudo de Bonfato *et al.* (2022), que realiza uma análise de caso no município de Brotas (SP), identificando-o como um DTI emergente no Brasil. O trabalho propõe, ainda, um plano de ação voltado à melhoria dos indicadores de inteligência turística do destino.

Sampaio e Braga (2023), por sua vez, discutem o modelo INVAT.TUR, destacando sua aplicabilidade ao desenvolvimento turístico do Rio Grande do Norte e suas características de cidade inteligente. Ainda nessa linha, o estudo de De Moraes Lima e Mendes Filho (2021) contrapõe os atributos teóricos exigidos para a consolidação de um DTI à realidade prática do município de Natal /RN, contribuindo para alinhar o conceito com sua efetiva aplicação nos territórios turísticos brasileiros.

Quadro 2 – Classificação dos artigos selecionados segundo as ramificações nas discussões sobre DTIs (2019-2024)

Classe 1	Classe 2	Classe 3	Classe 4	Classe 5
Bonfato; Coletti; Hauck; Isaac (2022)	Mendes Filho; Mayer; Corrêa (2022)	Machado (2020)	De Moraes Lima; Mendes Filho; Correa (2021)	Santos; Gândara (2019)
De Moraes Lima; Mendes Filho (2021)	Cezário; Silva-Melo (2023)	Soares; Paes-Cesário; De Araújo (2022)	Bárcia (2020)	Fernandes; Bernier (2021)
Sampaio; Braga (2023)	Freitas; Mendes Filho (2020)	Sampaio; Braga (2023)	De Moraes Lima; Mendes Filho (2021)	Hott Corrêa; Gosling (2020)
Albuquerque; Souza; De Araújo (2024)	Pinto; Nakatani (2019)			Pereira; Biz (2023)
(Nunes; Medaglia; Stadler, 2020)	Leite; Santos (2020)			Hott Corrêa; Gosling; Gonçalves (2019)

Fonte: Elaboração dos autores com dados da pesquisa (2024).

A importância do uso da tecnologia se destaca como uma das principais palavras-chave nos estudos sobre DTIs. A conectividade é apontada como fator essencial, especialmente pelo papel estratégico desempenhado pelas empresas de tecnologia e inovação nesse contexto (Sampaio; Braga, 2023; Morais Lima; Mendes Filho, 2021). Bonfato *et al.* (2022) mencionam, por exemplo, a necessidade de criação de um site interativo pela Secretaria Municipal de Turismo, visando proporcionar uma experiência mais qualificada aos visitantes. Essa preocupação reforça a relevância de articular a atividade turística com a inovação em TICs, conforme discutido na literatura recente (Nunes; Medaglia; Stadler, 2020).

A sustentabilidade também se apresenta como dimensão recorrente nos estudos da Classe 1, sendo considerada fundamental tanto no modelo INVAT_TUR quanto nos modelos de DTI, ainda que existam poucos estudos aprofundando esse aspecto (Morais Lima; Mendes Filho, 2021; Sampaio; Braga, 2023). Para Bregolin e Smiderle (2022), a incorporação de recursos tecnológicos deve caminhar integrada à sustentabilidade, configurando-se como pilar estruturante no desenvolvimento de DTIs.

A governança — tema-chave nas pesquisas sobre DTI — e a gestão

de destinos são constantemente associadas à necessidade de elaboração de planos de ação com participação ativa de gestores públicos, comitês de governança e entidades representativas locais (Bonfato *et al.*, 2022; De Morais Lima; Mendes Filho, 2021; Sampaio; Braga, 2023). Nesse sentido, observa-se que uma gestão inovadora, participativa e eficiente é indispensável para o avanço dos DTIs no Brasil (Nunes; Medaglia; Stadler, 2020).

A Classe 2 reúne estudos que discutem as transformações necessárias para que destinos tradicionais se tornem DTIs (Quadro 2). A introdução de tecnologias inovadoras tem sido usada como estratégia para atrair turistas, aumentar a competitividade e qualificar a experiência dos visitantes (Mendes Filho; Mayer; Corrêa, 2022; Leite; Santos, 2020). Mendes Filho, Mayer e Corrêa (2022) ressaltam a importância de compreender a percepção dos turistas e incorporá-la ao processo decisório na formulação de estratégias para DTIs. Já Leite e Santos (2020) destacam que a reestruturação e implementação de equipamentos tecnológicos são etapas cruciais no processo de transição dos destinos. Ambos os estudos convergem na valorização do envolvimento dos setores público e privado como condição para o sucesso da transformação.

No que se refere à experiência dos turistas, o uso de tecnologias para desenvolver produtos e serviços, aliado ao planejamento urbano, figura como indicador de forte influência na percepção dos visitantes sobre os DTIs (Mendes Filho; Mayer; Corrêa, 2022; Cezário; Silva-Melo, 2023).

Um novo elemento emergente nos estudos da Classe 2 é a valorização das especificidades locais nos processos de implementação de DTIs. Tal abordagem permite soluções mais ajustadas às realidades de cada território e reforça a importância da cooperação entre os diversos atores — setor público, setor privado, ONGs e comunidades locais — como base para o sucesso dos projetos e para o desenvolvimento sustentável dos destinos (Mendes Filho; Mayer; Corrêa, 2022; Cezário; Silva-Melo, 2023; Freitas; Mendes Filho, 2020; Pinto; Nakatani, 2019).

A Classe 3 reúne três artigos que se aproximam pela abordagem conceitual do tema. Os autores destacam a necessidade de aprofundar a compreensão teórica dos DTIs, sugerindo novas pesquisas qualitativas sobre o tema. Dois desses estudos evidenciam a carência de reflexões sobre a relação entre DTI e experiência turística, sobretudo no que diz respeito à sustentabilidade (Machado, 2020; Soares; Paes-Cesário; De Araújo, 2022; Sampaio; Braga, 2023b).

Na Classe 4, os três artigos selecionados reforçam temas recorrentes já identificados nas demais classes, como a integração entre poder público e iniciativa privada, a promoção da participação comunitária e a necessidade de investimentos em tecnologia e inovação. Tais fatores são apontados como fundamentais para o fortalecimento da governança e a elevação da qualidade dos serviços turísticos (Lima; Mendes Filho; Corrêa, 2021; Bárcia, 2020). Assim como em outras classes, a governança é novamente reconhecida como eixo estruturante para os DTIs (BÁRCIA, 2020).

A Classe 5, composta por cinco estudos, destaca a importância da sustentabilidade ambiental para o desenvolvimento de destinos turísticos sustentáveis e competitivos (Quadro 2). Para tanto, torna-se indispensável a adoção de políticas e práticas que promovam a preservação ambiental (Santos; Gândara, 2019; Hott Corrêa; Gosling, 2020). Os estudos enfatizam ainda o impacto das TIC e da pandemia da Covid-19 no turismo, destacando que ambos aceleraram transformações tecnológicas no setor e impulsionaram a consolidação dos DTIs (Fernandes; Bernier, 2021; Pereira; Biz, 2023).

Nesta classe, ganha destaque também a relação entre os DTIs e o comportamento dos turistas, com ou sem deficiência, reforçando a noção de DTI como destino para todos,

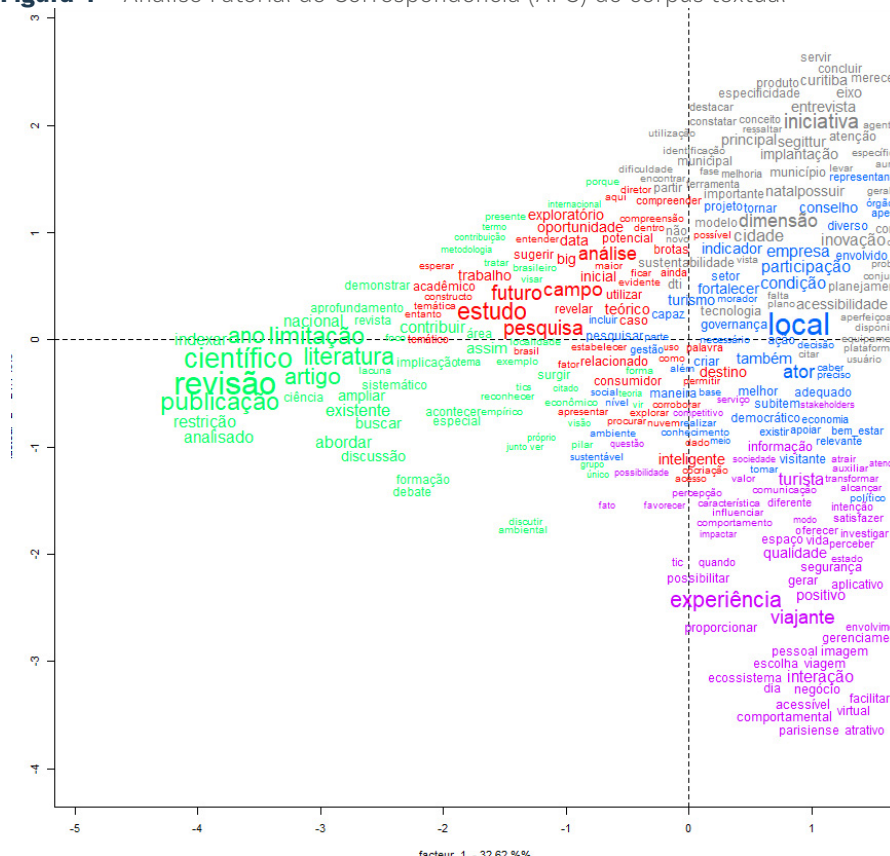
ou seja, destinos turísticos inclusivos (Fernandes; Bernier, 2021; Hott Corrêa; Gosling, 2020; Pereira; Biz, 2023).

Os destinos analisados nas regiões Centro-Oeste, Sul, Sudeste e Nordeste do Brasil ainda se encontram em estágios iniciais de implementação de diretrizes para se tornarem efetivamente DTIs. Assim, observa-se que os desafios identificados nos artigos das Classes 2 e 4 também se refletem nas demais, evidenciando a necessidade

de avanço em diversas dimensões, sobretudo em sustentabilidade (em seus três pilares) e em governança.

Por fim, a análise fatorial de correspondência (AFC), representada na Figura 4, evidencia a distribuição e a interação entre as classes por meio dos principais vocábulos evocados em cada ramificação dos subcorpos analisados, contribuindo para a compreensão das diferentes abordagens sobre DTIs na literatura brasileira recente.

Figura 4 – Análise Fatorial de Correspondência (AFC) do corpus textual



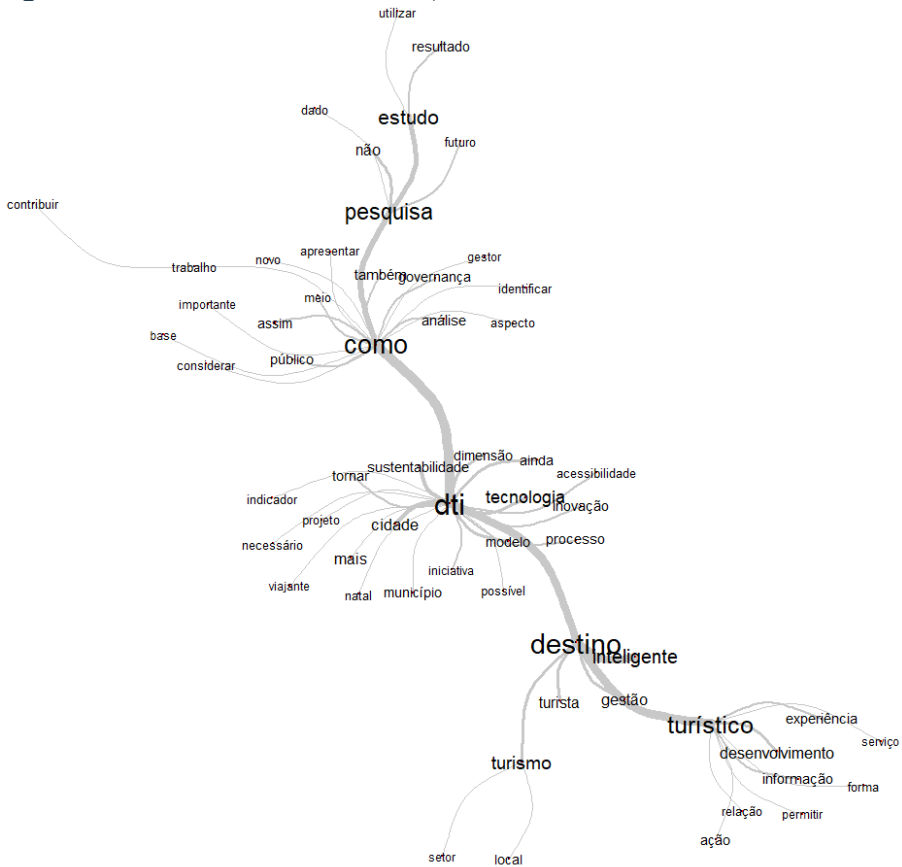
Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da pesquisa (2024).

Dessa maneira, é possível visualizar, por meio da nuvem de vocábulos das classes, uma divisão explícita entre os campos temáticos analisados. Observa-se, sobretudo, que as classes 3 (verde) e 5 (roxo) ocupam quadrantes distintos e não apresentam relações entre si, o que evidencia lacunas teóricas deixadas pelos estudos selecionados. Isso demonstra a incipiência de pesquisas científicas e empíricas voltadas à experiência dos viajantes, especialmente no que se refere aos aspectos positivos, à qualidade da experiência turística e à intenção de comportamento do turista. Constata-se, assim, a predominância de estudos teóricos e bibliográficos, os quais, embora relevantes, revelam limitações metodológicas e reforçam a necessidade de aprofundamento da literatura brasileira nesse campo.

Por outro lado, verifica-se que as classes 1 (vermelha), 2 (roxa) e 4 (azul) estão fortemente interligadas na região central do gráfico, indicando convergências temáticas. Esses estudos apresentam

contribuições similares, abordando elementos como governança, especificidades locais e a importância da participação dos atores locais na consolidação dos destinos turísticos inteligentes.

A Análise de Similitude (AS) do *corpus* textual evidenciou as conexões entre os vocábulos mais recorrentes (com 15 ou mais repetições), representadas sob a forma de uma “rede neural” ou “árvore de ligações” (Figura 5), conforme propõem Braga e Lima (2022). Essa rede de conexões revela o percurso discursivo dos estudos analisados, nos quais os DTIs ainda são predominantemente tratados como objeto de investigação acadêmica no contexto da literatura brasileira entre 2019 e 2024. Além disso, os DTIs aparecem associados às contribuições relacionadas à gestão turística, ao desenvolvimento dos destinos e à compreensão das experiências dos visitantes, especialmente por meio do uso de sistemas de informação e comunicação implementados nas localidades.

Figura 5 – Análise de Similitude do corpus textual

Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da pesquisa (2024).

Constatou-se, assim, que a sigla DTI ocupa posição central nos artigos analisados, sendo frequentemente associada a pilares fundamentais para sua criação e desenvolvimento: sustentabilidade, acessibilidade, inovação e tecnologia. É importante destacar que essa centralidade se deve, em parte, ao critério metodológico de

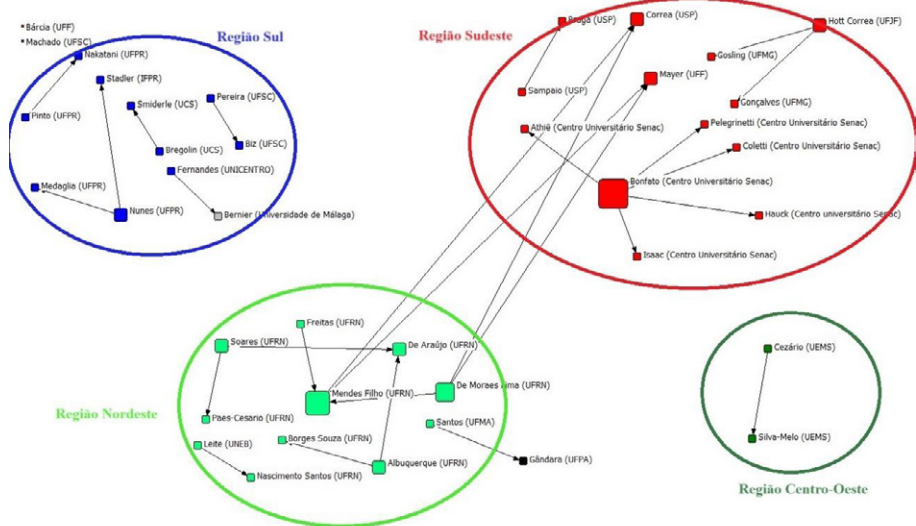
seleção dos artigos, os quais incluíam a expressão “destinos turísticos inteligentes” no título ou nas palavras-chave, o que naturalmente favoreceu sua recorrência e destaque nas argumentações dos textos.

A análise da rede de produções científicas sobre a temática DTIs, no período de 2019 a 2024, revela a concentração dos estudos em

centros e instituições de pesquisa de três regiões brasileiras. O maior destaque recai sobre a região Nordeste, com a Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) despontando como um dos principais polos de produção acadêmica na área. No Sudeste, sobressai o Centro Universitário Senac, em São Paulo, que reúne o maior número de pesquisadores com foco direto

nos DTIs. Já na região Sul, identificaram-se contribuições de pesquisadores vinculados à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) e à Universidade Federal do Paraná (UFPR), embora as parcerias acadêmicas ainda sejam incipientes e apresentem baixa conectividade entre os autores (Figura 6).

Figura 6 – Análise de rede de colaboração da produção científica selecionada (2019-2024)



Fonte: Elaboração dos autores a partir dos dados da pesquisa (2024).

Entretanto, observa-se também uma baixa conectividade entre os centros e instituições de pesquisa das diferentes regiões do país, o que indica que os estudos sobre os DTIs ainda estão em fase de consolidação no Brasil. Esse cenário representa um entrave à construção

de uma definição consensual sobre o conceito de DTI na realidade brasileira e, por conseguinte, limita o avanço das discussões sobre métodos, indicadores e dimensões necessários à criação e ao desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes no país.

Os dados revelam que a densidade da rede de colaboração entre os autores é de apenas 1,7%, o que evidencia que as conexões possíveis não têm sido exploradas de forma eficiente. Embora o conjunto analisado envolva 40 autores dedicados à temática dos DTIs, observa-se que as colaborações permanecem restritas a pequenos grupos institucionais. Esse baixo índice de densidade sugere que, mesmo com a publicação dos estudos em periódicos científicos, as informações e os conhecimentos permanecem concentrados nas instituições às quais os autores estão vinculados (Costa, 2003; Zhang, 2010), dificultando a circulação de ideias e a construção de referenciais comuns.

Essa constatação é reforçada pelo fato de que, entre os 22 artigos selecionados, apenas dois (9%) foram produzidos individualmente, os trabalhos de Bácia (2020) e Machado (2020), enquanto outros oito (40,9%) foram elaborados por duplas de pesquisadores, como: Fernandes e Bernier (2021); Lima e Mendes Filho (2021); Sampaio e Braga (2023); Cezário e Silva-Melo (2023); Santos e Gândara (2019); Leite e Nascimento Santos (2020); Bregolin e Smiderle (2022); Pinto e Nakatani (2019); Pereira e Biz (2023).

Dessa forma, os resultados deste estudo evidenciam a importância de fomentar diálogos e estabelecer

parcerias interinstitucionais entre pesquisadores de diferentes estados brasileiros que estejam aprofundando a temática dos DTIs. A ampliação dessas conexões pode contribuir para elevar tanto a quantidade quanto a qualidade das produções científicas sobre o tema. Ao integrar diferentes grupos de pesquisa por meio de colaborações, promovem-se trocas de experiências e informações que são fundamentais para qualificar os métodos, aprofundar os fundamentos teóricos e reduzir os vieses presentes nos estudos sobre DTIs no Brasil.

Outro ponto relevante diz respeito à ausência de instituições cearenses, como Uece, IFCE, UFC e Unifor, nas publicações analisadas sobre DTI em periódicos nacionais, conforme demonstrado na Figura 6. Essa lacuna chama atenção, especialmente diante do potencial turístico do Ceará e da atuação dessas instituições em pesquisas e formações voltadas ao turismo. O envolvimento ativo dessas universidades e institutos é fundamental para o fortalecimento de uma agenda de turismo inteligente, sustentável e inclusiva no estado e em toda a região Nordeste, contribuindo com diagnósticos e metodologias alinhadas às necessidades locais.

Por fim, é importante destacar que os artigos analisados não

abordam, de maneira expressiva, os desafios e limitações concretas para a implementação dos DTIs na realidade brasileira. As metodologias mais utilizadas, como as propostas por SEGITTUR e INVAT.TUR, foram originalmente desenvolvidas em contextos estrangeiros e, portanto, nem sempre dialogam

diretamente com as especificidades dos territórios nacionais. Iniciativas como os editais e projetos promovidos pelo Ministério do Turismo e o Sebrae, a partir de 2021, indicaram o grau de dificuldade, as limitações e os avanços relacionados à constituição de DTI no Brasil.

2. Considerações finais

O uso da tecnologia permeia diversas atividades relacionadas ao turismo. Na hotelaria, por exemplo, são utilizados programas de informática que otimizam a gestão de reservas e atendimentos. Agentes de turismo se adaptam constantemente ao papel de intermediários entre fornecedores e turistas, enquanto os próprios viajantes recorrem cada vez mais à internet para contratar e pagar por serviços, consultar informações sobre destinos e atrativos, além de compartilhar suas experiências em plataformas digitais. Essa transformação revela como a tecnologia tem impactado não apenas a operação das empresas do setor, mas também a forma como os turistas vivenciam suas viagens.

Diante desse cenário, o presente estudo teve como objetivo analisar as principais contribuições dos estudos brasileiros sobre os DTIs, publicados em periódicos

nacionais no período de 2019 a 2024. Por meio da aplicação do software *Iramuteq*, foi possível mapear a produção científica recente sobre o tema, identificando convergências teóricas e lacunas ainda não preenchidas. Uma das principais constatações é que, embora os estudos indiquem avanços nas discussões sobre os DTIs, trata-se ainda de um campo teórico incipiente, sobretudo no que diz respeito ao processo concreto de transformação de destinos turísticos em DTIs.

Os textos analisados mostram que alguns pesquisadores se dedicaram a identificar esse processo com base em indicadores relacionados aos ODS, como inovação, governança, acessibilidade e sustentabilidade. No entanto, observa-se que os gestores de destinos turísticos podem alcançar avanços em apenas alguns desses indicadores, sem necessariamente

atender ao conjunto completo de critérios exigidos para a caracterização de um DTI. Esse achado ressalta a complexidade da proposta de implementação de DTIs no Brasil.

A análise evidenciou quatro dimensões estratégicas recorrentes nos estudos, consideradas fundamentais para o desenvolvimento de destinos turísticos inteligentes: sustentabilidade, governança, acessibilidade universal e sistemas de informação baseados em tecnologias digitais. Essas dimensões devem orientar a construção de políticas públicas e estratégias de gestão voltadas à qualificação dos destinos turísticos.

No que se refere à rede de colaboração entre os pesquisadores da área, os resultados indicam uma estrutura ainda limitada e concentrada. As parcerias ocorrem predominantemente entre pesquisadores das regiões Nordeste, Sudeste e, em menor escala, Sul do país. A baixa conectividade entre autores de diferentes regiões aponta para a necessidade de fomentar redes de pesquisa interinstitucionais, a fim de ampliar a diversidade analítica e territorial das investigações sobre DTIs.

As contribuições dos estudos analisados para a literatura acadêmica são relevantes, oferecendo reflexões teóricas que devem compor a agenda de pesquisas futuras sobre DTIs no Brasil. Os autores apresentam elementos e indicadores que podem subsidiar o desenho de metodologias e políticas públicas voltadas à implementação de destinos turísticos inteligentes. Contudo, ainda há amplo espaço para novos estudos, especialmente oriundos de instituições de ensino e pesquisa de outras regiões, como é o caso do Ceará, que, apesar do potencial turístico, não aparece entre os polos produtores de conhecimento sobre o tema.

Ademais, destaca-se a carência de investigações voltadas à percepção dos turistas sobre sua experiência em destinos turísticos inteligentes. Compreender como os visitantes avaliam aspectos como inovação, acessibilidade, conectividade e sustentabilidade pode gerar subsídios valiosos para aprimorar a gestão dos destinos e torná-los mais alinhados às necessidades contemporâneas do turismo.

Referências

ALBUQUERQUE, T.; SOUZA, I. B.; DE ARAÚJO, M. V. P. Destino Turístico Inteligente, Turismo Inteligente, Revisão Sistemática, Estado da Arte. **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte - MG – Brasil, v. 9, n. 1, 2024.

ALCANTUD, A. F.; MORENO, B. G. Smart tourism destinations: the backbone of tourism recovery. **Smart Turismo**, v. 3, n. 2, p. 1-9, 2022.

ALEJANDRO, V. A. O.; NORMAN, A. G. **Manual introdutório à análise de redes sociais**. 2005. Disponível em: <http://www.aprende.com.pt;fotos;editor2;manual%20ARS%20%BTad%5D.pdf>. Acesso em: 10 fev. 2020.

BÁRCIA, L. C. Governança turística da cidade de Búzios: um estudo sobre um potencial destino turístico inteligente. **RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo**, v. 10, n. 1, p. 172-201, 2020.

BONFATO, A. C.; HAUCK, S. N. C.; ISAAC, V. R.; COLETTI, G. F. Proposta para fazer da Brotas, Brasil, um destino turístico inteligente, com base na análise de indicadores municipais. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, v. 14, n.4, p. 1132-1160, 2022.

BONFATO, A.C, ATHIÊ, A.A.R.; PELEGRINETTI, S.M. Diagnóstico do potencial para criação de destinos turísticos inteligentes no estado de São Paulo, Brasil. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. 16, n.3, p. 59-81, 2019.

BRAGA, F. L. P.; Lima, F. A. X. O desenvolvimento rural a partir de estudos e de trabalhos científicos brasileiros (2000-2019): análise lexical por meio do software Iramuteq. **Revista Econômica Do Nordeste**, v. 53, n.1, p. 26–44, 2022.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)**, 2021. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/destinos-turisticos-inteligentes-dti>. Acesso em: 08 jul. 2024.

BRASIL, Ministério do Turismo. **Brasil supera estimativa da OMT com chegada de cerca de 6 milhões de turistas em 2023**. Disponível em: <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasil-supera-estimativa-da-omt-com-chegada-de-cerca-de-6-milhoes-de-turistas-em-2023>. Publicado em 18/01/2024. Acesso em: 08 jul. 2024.

BREGOLIN, M.; SMIDERLE, M. D. Big data para a gestão de destinos turísticos inteligentes: Análise de ferramentas disponíveis no Brasil. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 14, n.3, 707-725, 2022.

CAMARGO, B. V.; JUSTO, A. M. IRAMUTEQ: um software gratuito para análise de dados textuais. **Revista Temas em Psicologia**, v. 21, n. 2, p. 513-518, 2013.

CARILLI, C. S. F.; ORENGO, G. A. S.; MACHADO, G. V.; SANTOS, L. D. R.; CORRIJO, L. S. S.; FREITAS, M. E. O.; COSTA, T. A.; AQUINO, R. L. Funcionalidades acadêmicas e científicas do Google. **Brazilian Journal of Implantology and Health Sciences**, v. 5, n. 3, p. 677-693, 2023.

CHAVES, M. M. N.; DOS SANTOS, A. P. R.; DOS SANTOSA, N. P., LAROCCA, L. M. Use of the Software IRAMUTEQ in Qualitative Research: An Experience Report. In: COSTA, A., REIS, L., NERI DE SOUSA, F., MOREIRA, A., LAMAS, D. (eds) Computer Supported Qualitative Research. **Studies in Systems, Decision and Control**, v. 71. Springer, Cham, 2017.

CASTRO, José Renato de César. As graves questões comportamentais referentes ao conceito de Turismo e de turista, nas quais se baseiam a antropologia e a sociologia, resolvem-se através da psicologia da Gestalt. **Revista Mal-Estar e Subjetividade**, v. 3, n. 1, p. 197-208, 2003.

COSTA, M. C. M. S. **Redes sociais intraorganizacionais informais e gestão: um estudo nas áreas de manutenção e operação da planta HYCO-8.** 223f. Dissertação (Mestrado Administração) – Pró-Reitoria de Pós-Graduação da Universidade Federal da Bahia, Camaçari, 2003.

DE MORAIS LIMA, D. S.; MENDES FILHO, L. Modelo INVATTUR: Indicadores relevantes para gestão de um destino turístico inteligente. Cenário: **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território**, [S. l.], v. 9, n. 2, p. 150–170, 2021.

DE MORAIS LIMA, D. S.; Mendes Filho, L.; Corrêa, C. H. W. Análise da cidade de Natal/RN como Destino Turístico Inteligente a partir do modelo INVAT. TUR. **Marketing & Tourism Review**. Belo Horizonte - MG - Brasil • v. 6, n. 1, 2021
NEECIM TUR – UFMG.

DE OLIVEIRA SANTOS, M. E.; DOS SANTOS, E. C. O Google Acadêmico como mecanismo de auxílio na construção de trabalhos científicos e correlato ao letramento informacional. In: SEMINÁRIO DE SABERES ARQUIVÍSTICOS, 8., 2017. Anais... João Pessoa: UFPB, p. 307–320, 2017.

FERNANDES, D. L.; BERNIER, E. T. Acessibilidade Virtual em destinos turísticos inteligentes: os casos de Curitiba (Brasil) e Málaga (Espanha). **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 13, n. 1, p. 2-15, 2021.

FREITAS, H. B. B. DE; MENDES FILHO, L. Iniciativas de destinos turísticos inteligentes na cidade de Natal-RN: uma abordagem qualitativa. **Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade**, v. 12, n. 4, p. 997-1009, 2020.

GELTER, J.; LEXHAGEN, M.; FUCHS, M. A meta-narrative analysis of smart tourism destinations: implications for tourism destination management. **Current Issues in Tourism**, v. 24, n. 20, p. 2860 – 2874, 2021.

GRETZEL, U.; DE MENDONÇA, M. C. Smart destination brands: Semiotic analysis of visual and verbal signs. **International Journal of Tourism Cities**, v. 5, n. 4, p. 560–580, 2019.

GRETZEL, U.; SIGALA, M.; XIANG, Z.; KOO, C. Smart tourism: foundations and developments. **Electron Markets, Springer**, 2015.

HOTT CORRÊA, S. C. H.; GOSLING, M. S. Destinos turísticos inteligentes na avaliação de pesquisadores e de profissionais do turismo nos setores público e privado. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, v. 17, n.2, p. 71-94, 2020.

HOTT CORRÊA, S. C.; GOSLING, M. S.; GONÇALVES, C. A. Destinos turísticos inteligentes: um estudo bibliométrico. **Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR**, Penedo, v. 9, n. 1, p.40-61, 2019.

HWANG, J.; PARK, H. Y.; HUNTER, W. C. Constructivism in smart tourism research: Seoul destination image. **Asia Pacific Journal of Information Systems**, v. 25, n. 1, p. 163–178, 2015.

LEITE, G. C.; NASCIMENTO SANTOS, N. O caminho a percorrer na evolução de destino turístico consolidado para DTI: o caso do município de Porto Seguro-Ba. **Revista Mbote**, Salvador, Bahia, v. 1, n.1, p.067-092, 2020.

MACHADO, L. A. N. Destinos Turísticos Inteligentes e desenvolvimento sustentável. **CULTUR-Revista de Cultura e Turismo**, v. 14, n. 01, 2020.

MENDES FILHO, L.; MAYER, V. F.; CORREA, C. H. W. Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, v. 16, p. e-2332, 2022.

NUNES, R. F.; MEDAGLIA, J.; STADLER, A. Destinos turísticos inteligentes e gestão do conhecimento: possíveis convergências. **AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento**, v. 9, n. 1, p.61-73, 2020.

ÖDEMIŞ, M. Smart Tourism Destinations: A Literature Review on Applications in Turkey's Touristic Destinations. In: **Optimizing Digital Solutions for Hyper-Personalization in Tourism and Hospitality**, Publisher: IGI Global2022.

PAGE, Matthew J. *et al.* A declaração PRISMA 2020: diretriz atualizada para relatar revisões sistemáticas. **Revista panamericana de salud publica**, v. 46, p. e112, 2023.

PEREIRA, L. DE C.; BIZ, A. A. Análise das inter-relações entre tecnologia da informação e comunicação e destinos turísticos inteligentes. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 15, n.1, p. 49-64, 2023.

PINTO, M. J. A.; NAKATANI, M. S. M. O papel do planejamento urbano no desenvolvimento de Curitiba em um destino inteligente. **Revista Turismo & Cidades**, São Luís, MA, v.1 n.2, 2019.

SAFAA, L.; BÉDARD, F. L'expérience des ateliers créatifs dans les riads de Marrakech comme antécédent de la satisfaction du visiteur, de l'image qu'il se fait de la destination et de son engagement envers la destination. In: Kadri, B. and Benhacine, J. **Tourisme et loisirs dans le Monde arabe**—Aménagement, développement, gestion et mise en valeur des territoires (l'Harmattan), 2016.

SAFAA, L.; SAOUALIH, A. Des technologies et des destinations touristiques intelligentes : entre rhétorique et expérimentation, **Études caribéennes** [En ligne], 51 | Avril 2022, mis en ligne le 15 avril 2022.

SAMPAIO, E. A. de A.; BRAGA, D. Destinos Turísticos Inteligentes: Domínio da produção científica e percursos das agendas de pesquisa. **Revista Rosa dos Ventos-Turismo e Hospitalidade**, v. 15, n. 2, 2023.

SAMPAIO, E.; BRAGA, D. C. Aproximação da produção científica entre cidades inteligentes e destinos turísticos inteligentes: síntese bibliométrica e estrutura teórica dos campos, **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte - MG, v. 8, n. 3, 2023b.

SANTOS, S. R. DOS; GÂNDARA, J. M. G. Experiência Turística em Destino Histórico no Nordeste Brasileiro sob o Viés de Destino Turístico Inteligente. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v. 11, n. 2, 2019 Universidade de Caxias do Sul, Brasil.

SEBRAE. **Destinos Turísticos Inteligentes**. Pequenos negócios protagonistas na criação de experiências memoráveis. 2021. Disponível em: <https://sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/destinosturisticosinteligentes>. Acesso em: 27 jun 2024.

SILVA CEZÁRIO, R. B.; SILVA-MELO, M. R. da. Destino Turístico Inteligente: diferencial competitivo para Campo Grande, Mato Grosso do Sul. **Geofronter**, [S. l.], v. 9, n. 1, 2023.

SOARES, R.; PAES-CESÁRIO, M. F.; DE ARAÚJO, M. V. P. Destinos turísticos inteligentes e a experiência dos turistas: revisão sistemática da literatura em periódicos brasileiros. **Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade**, v.14, n.3, p.726- 746, 2022.

TYAN, I.; YAGÜE, M.; GUEVARA-PLAZA, A. Blockchain Technology for smart tourism destinations. **Sustainability**, v. 12, 9715, p. 1-11, 2020.

WORLD ECONOMIC FORUM. **Travel & Tourism Development Index 2024**. May 2024

ZHANG, M. Social network analysis: history, concepts, and research. In FURTH, B. (ed.). **Handbook of social network**: Technologies and applications. New York: Springer, 2010.

Capítulo 9

La innovación como elemento clave de los Destinos Turísticos Inteligentes: una revisión conceptual

Saulo Ribeiro dos Santos

Profesor del Departamento de Turismo y Hostelería y de la Maestría Profesional em Administração Pública de la Universidade Federal do Maranhão. Profesor de la Maestría y Doctorado en Geografía, Natureza y Dinâmica del Espaço de la Universidade Estadual do Maranhão.
Orcid ID do autor: <https://orcid.org/0000-0002-6596-0016>

Marysol Castillo-Palacio

Profesora del Departamento de Gestión de Organizaciones de la Pontificia Universidad Javeriana (Cali – Colômbia). docente invitada del programa de Hospitalidad y Turismo de ITESO Universidad Jesuita de Guadalajara (México)
Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0003-0982-1190>

Angela Roberta Lucas Leite

Pesquisadora del Departamento de Turismo y Hostelería y de la Maestría Profesional em Administração Pública de la Universidade Federal do Maranhão.
Orcid ID da autora: <https://orcid.org/0000-0001-7356-5027>

1. Introducción

El territorio turístico está compuesto por elementos (clima, ciudades, naturaleza, paisaje, patrimonio, entre otros) que conforman el escenario del producto turístico. Por lo tanto, la calidad de estos elementos es lo que caracteriza toda la oferta de un determinado destino, haciéndola competitiva y diferenciándola de los demás (Vera Rebollo *et al.*, 2011).

En el turismo se justifica la necesidad de nuevos enfoques de la gestión de los destinos turísticos que consoliden el nuevo paradigma, los destinos inteligentes. Es decir, el territorio “inteligente” es como una base/referencia para el diseño de un destino turístico inteligente (Gretzel, 2018; Luque Gil; Zayas Fernández; Caro Herrero, 2015).

Las ciudades han comenzado a incluir el desarrollo de destinos turísticos inteligentes (*smart destinations*) incorporando la tecnología en todas las fases de la cadena de valor como estrategia para aumentar su ventaja competitiva en el mercado turístico (Khomsi, 2016; Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez, 2016). El destino inteligente es un territorio turístico que tiene un proyecto y un objetivo definido para crear un desarrollo sostenible basado en las limitaciones y capacidades locales mejorando la integración de la tecnología en toda la relación de creación de valor del destino, así como fortaleciendo y incorporando acciones innovadoras (Williams; Rodriguez; Makkonen, 2020) entre los gestores públicos y privados para promover una mayor competitividad del destino (Gajdošík, 2018; Gretzel *et al.*, 2015; Jovicic, 2017; Luque Gil; Zayas Fernández; Caro Herrero, 2015; Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez, 2016; Ivars Baidal *et al.*, 2017; Xiang;

Tussyadiah; Buhalis, 2015; Wang *et al.*, 2020).

Teniendo en cuenta esta definición y la dinámica de los destinos turísticos en colaboración con la innovación, el objetivo de este artículo consiste en construir un marco conceptual del destino turístico inteligente teniendo como base la innovación.

El modelo del marco conceptual permite comprender la necesidad e importancia de la innovación como elemento esencial para la mejora de la competitividad del destino turístico inteligente.

Para fundamentar este estudio de carácter teórico-conceptual, se utilizó el **método bibliométrico**, con base en consultas realizadas en las bases de datos Redalyc, Science Direct y Scopus. A partir de criterios específicos de búsqueda en torno a los **términos** “turismo inteligente”, “destino turístico inteligente”, “destino inteligente” e “innovación turística” y considerando publicaciones entre enero de 2015 y mayo de 2020, se identificaron 564 artículos. Tras un proceso de lectura y filtrado, se seleccionaron 13 artículos con mayor pertinencia a las variables del estudio, los cuales constituyen la base teórico-conceptual de la investigación.

En primer lugar, se contextualiza con la introducción, después se

describe la metodología, y en tercer lugar, se realiza una revisión de la literatura académica entre los años

2015 y 2020 en las principales bases de datos. Finalmente, se presentan las conclusiones.

2. La innovación como base de los Destinos Turísticos Inteligentes

Se identificó que el término destino turístico está evolucionando, ya que el crecimiento de los estudios sobre esta terminología es analizado por investigadores estadounidenses, europeos y latinos que pretenden estar fragmentados, incompleta y sin cierto sentido de orientación.

En una visión holística y sistémica (Pearce, 2014), el destino turístico es un área con límites físicos delimitados, que cuenta con atractivos naturales y/o artificiales (hechos por el hombre), en los que Cooper, Hall y Trigo (2011) afirman que este lugar cuenta con atractivos que motivan el desplazamiento del turista, haciendo que la oferta se estructure y dirija a fin de satisfacer la demanda.

La evolución del destino turístico presentada por Flores y Mendes (2014) es un proceso que surge como resultado de la configuración dinámica de las ciudades, la forma en que los sectores público y privado se relacionan con los turistas y las comunidades, debiendo adaptarse a los requerimientos del mercado, creando un proceso continuo de adaptación, como es el caso de los destinos turísticos inteligentes que

son una evolución del propio destino turístico.

Por tanto, en el contexto turístico surgen los destinos turísticos inteligentes, que según Khan *et al.* (2017) permite a la ciudad lograr una propuesta única en el mercado, haciendo única la experiencia turística. Por otro lado, la incorporación de tecnología (procesos e infraestructura) se convierte en un precursor para mejorar la eficiencia y eficacia en la prestación de servicios y oferta de productos, combinado con un modelo sustentable que además promueva la calidad de vida de los residentes (Ivars Baidal *et al.* 2017; Perles *et al.*, 2018).

En el contexto teórico y práctico de la evolución del destino se produce el surgimiento de destinos turísticos inteligentes que según Khan *et al.* (2017) permiten a la ciudad lograr una propuesta única en el mercado, haciendo que la experiencia (Fermentia-Serra; Neuhofer; Ivars-Baidal, 2018; Wang *et al.*, 2020) del turista sea única.

El turismo inteligente (o *smart tourism*) se constituye de múltiples

componentes: 1.) el destino inteligente, 2.) el ecosistema de negocios inteligentes y, 3.) la experiencia inteligente (Gretzel *et al.*, 2015). El concepto de destino inteligente o *smart destination* se puede considerar como parte del concepto de ciudades inteligentes (Khomsi, 2016), en el cual las diversas herramientas tecnológicas relacionadas, conectan a los grupos de interés del destino, entre ellos: instituciones gubernamentales, organizaciones gestoras del turismo, empresas prestadoras de servicios turísticos, comunidad local, visitantes y turistas, con el propósito de comunicarse, colaborar y compartir conocimiento (Xiang; Tussyadiah; Buhalis, 2015), para apoyar lo concerniente a la movilidad, disponibilidad y asignación de recursos, la sostenibilidad y la calidad de vida (Gretzel *et al.*, 2015).

El turismo inteligente implica múltiples componentes y capas de inteligencia que se apoyan en las TIC. Por otra parte, los destinos inteligentes se denominan ciudades inteligentes: aplican los principios de la ciudad inteligente a las zonas urbanas o rurales y no sólo tienen en cuenta la opinión de los residentes, sino también la de los turistas para apoyar la movilidad, la disponibilidad y asignación de recursos, la sostenibilidad y la calidad de vida de los residentes y visitantes (Gretzel *et al.*, 2015, p. 180).

De este modo, los destinos inteligentes pueden definirse como aquellos lugares donde están disponibles y se utilizan herramientas tecnológicas (p.e. infraestructura para las tecnologías de la comunicación y la información, el Internet de las cosas, sistemas de servicio de Internet, realidad virtual) para la oferta y la demanda, para co-crear valor, placer y experiencias para los turistas, así como, riqueza, utilidades y beneficios para las organizaciones y los destinos (Boes; Buhalis; Inversini, 2015, p. 394). Por lo tanto, un destino turístico inteligente (DTI) debe ser accesible a todos con el objetivo de facilitar la interacción y la integración del turista (Ivars Baidal *et al.* 2017, *apud* María Lucila, 2017, p. 215):

Pensar los destinos turísticos inteligentes como espacios comunes, interconectados, de convivencia, respeto y enriquecimiento mutuo entre turistas y residentes, requiere, sin dudas, de un cambio de paradigma. El desafío es hacia la co-gestión entre la pluralidad de actores que conforman/integran el sector turístico y la toma de decisiones consensuada y legitimada por los mismos, en un escenario en el cual la tecnología, la innovación, la sostenibilidad y la accesibilidad generen nuevas experiencias y modelos inclusivos para repensar el turismo.

La integración y coparticipación de todos los interesados es lo que promueve el desarrollo del concepto de DTI basado en una red de información interconectada de base tecnológica que da lugar a la innovación y la creación para que los agentes amplíen, mejoren y diversifiquen sus productos y servicios, así como el destino en su conjunto.

Las tecnologías de la información y la comunicación son, probablemente, el sistema nervioso central del organismo ciudad inteligente, siempre, claro está, que las guíe un espíritu sostenible, social e integrador, pues no hay que olvidar que las TIC no son un fin en sí mismas, sino un medio para la promoción de una buena gobernanza. Por ello, se requiere, en primer lugar, que las autoridades políticas y administrativas definan objetivos claros en relación con su utilización y que orienten a los distintos actores (*stakeholders*) dentro del Gobierno (López de Ávila, 2015, p. 27).

Por esto mismo, Sigalat-Signes *et al.* (2020), deducen que los gestores del turismo y el sector empresarial deberían invertir en las tecnologías de la información y la comunicación para mejorar la gestión y la competitividad turística de los destinos. Las características de un DTI son las que facilitan la información “en tiempo real”, es decir, “los destinos deben tener acceso abierto a través de

sistemas operativos controlados por el sector público, de forma integrada, con el objetivo de ofrecer datos sin restricciones a los ciudadanos” y los gestores públicos deben comprender este aspecto.

La llegada de la tecnología es un factor importante que ha promovido un cambio en el comportamiento del consumidor, adaptando los negocios y los destinos turísticos a los deseos de los turistas, “aquellos que difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución tecnológica” (Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez, 2016, p. 329).

Por su parte, Del Vecchio *et al.* (2018) resaltan la tecnología de *big data analytics* en el ámbito de turismo, como aquella que permite obtener información sobre el comportamiento del consumidor (en este caso los turistas) y proyectar tendencias. Una herramienta tecnológica de apoyo para el marketing turístico apropiada para la toma de decisiones en la gestión de destinos. También es una tecnología empleada por los gobiernos locales para el proceso de transición de ciudades (o destinos) hacia destinos inteligentes, como lo demuestra el estudio de caso presentado por Zeng *et al.* (2020) sobre una ciudad en el noreste de China.

Los destinos inteligentes han proporcionado experiencias diferenciadas

a sus visitantes y residentes gracias a la infraestructura tecnológica disponible, contribuyendo a mejorar la calidad de vida y al crecimiento económico sostenible (Buhalis; Leung, 2018). De esta manera, es necesario reorganizar y/o romper con los modelos de gestión tradicionales, centrándose en la eficiencia organizativa y en los destinos inteligentes (Jovicic, 2017), concepto que refleja el carácter emergente de “las ciudades como centros de conocimiento”, la gestión de la información, la tecnología y la innovación, para que se identifiquen con un nuevo entorno de innovación, gracias a la confluencia entre la innovación y las TIC motivada principalmente por el desarrollo de Internet” (Baidal, *et al.*, 2016: 329).

Para Gretzel *et al.* (2015) smart es la nueva concepción del turismo que describe e integra conceptos sobre la tecnología, la economía, la innovación y el desarrollo social impulsados por las tecnologías de la comunicación y la información que promueven la conectividad y el intercambio de información.

Uno de los retos de los destinos turísticos inteligentes es promover la calidad de la experiencia turística (Buhalis; Leung, 2018; Kim *et al.*, 2017), es decir, la forma de consumo en el turismo. Por otra parte, el aumento de la innovación tecnológica (procesos e infraestructura)

se convierte en precursor de la mejora de la eficiencia y la eficacia en la prestación de servicios y productos, junto con un modelo sostenible que también promueve la calidad de vida de los residentes (Baidal *et al.*, 2016; Ivars Baidal *et al.*, 2017; Perles *et al.*, 2018; Teslya; Ponomarev, 2017; Wu, 2017).

Esta perspectiva de que las personas buscan cada vez más la satisfacción de los servicios prestados y las emociones experimentadas en los viajes (producto y servicio) ha ido creando nuevas formas de entender el perfil del consumidor (Liburd; Nielsen; Heape, 2017).

Miskalo-Cruz *et al.* (2017, p. 131) afirman que la planificación y la gestión del destino es parte del proceso, y el modelo para un DTI debería alinearse en 5 pasos básicos que incluyen desde el autodiagnóstico hasta la ejecución del plan, pero con “un liderazgo coordinado y en red es esencial” para conducir a un camino de calidad y competitividad.

[...] Es evidente que tanto la planificación como la mejora de la competitividad y la sostenibilidad de un destino turístico requieren necesariamente comprender que la puesta en práctica de estos conceptos supone un esfuerzo constante y consciente por ejercer la responsabilidad compartida y la cooperación de todos los interesados como pilares de

apoyo a todo el proceso, aspectos que están presentes en el concepto de gobernanza; esto también facilita el consenso y el aprendizaje durante la planificación y la gestión del destino turístico [. ...] es importante destacar que la gestión de destinos no termina con la elaboración de una estrategia o un plan, sino que parte de ahí, de manera concertada e inteligente, para activar actores, instituciones y capacidades que hagan realidad las estrategias y se dirijan hacia lo esperado, de manera continua y con una visión de proceso a corto, medio y largo plazo (Miskalo-Cruz *et al.*, 2017, p. 122-137).

La información en un DTI proviene de varios entornos virtuales y físicos que alimentan la base de datos (grandes datos) con una gran cantidad de información a una velocidad dinámica que permite a un destino comprender cada vez más el perfil y las necesidades de los turistas, creando mecanismos y/o estrategias para promover una experiencia positiva, generando valor y haciendo que co-cree el proceso.

Un sistema inteligente es la integración de información física y virtual que permite y posibilita la toma de decisiones a través de los datos existentes de diversas fuentes que “aclaran” las acciones que deben realizarse para lograr los mejores resultados, evitando así una decisión

basada en la intuición (Luque Gil; Za Yás Fernandes; Caro Herrero, 2015).

Por su parte, López de Ávila (2015) indica que el destino turístico inteligente está constituido por una infraestructura tecnológica de punta, que garantiza el desarrollo sostenible de las áreas turísticas, facilita la interacción e integración del visitante con su entorno, aumenta la calidad de la experiencia en el destino, y mejora la calidad de vida de los residentes. Invat.tur (2015) sugiere un autodiagnóstico de los destinos turísticos inteligentes clasificados en siete temas, a saber: gobernanza, sostenibilidad y accesibilidad, conectividad y sensorización, sistema de información e inteligencia turística, innovación, información turística, comercialización en línea.

En la literatura sobre turismo, hay un creciente interés sobre la innovación turística, tomando como referencia los principales tipos de innovación: procesos, productos, mercadeo y organizacional (Zuñiga-Collazos *et al.*, 2015). Los investigadores han indagado sobre los factores determinantes en la innovación en el turismo y su relación con el emprendimiento y las herramientas tecnológicas. En este sentido, Sigalat-Signes *et al.* (2020), manifiestan que la innovación en el turismo se relaciona con el uso de las tecnologías de información y comunicación, y con la transformación

en el funcionamiento del sector, a través de los cambios en las estructuras organizacionales, procesos y productos ofrecidos por los prestadores de servicios turísticos, así como los cambios en el comportamiento del turista.

Son diversas las definiciones de innovación, siendo la definición propuesta por Schumpeter (1934) una de las más frecuentes en la literatura sobre innovación, donde se hace énfasis en las diferencias en los nuevos productos, procesos, en las nuevas posiciones en el mercado, así como la adaptación a nuevos mercados, nuevas formas de suministro y distribución. En este sentido, Kanter (citado por Hjalager, 2010) plantea que la innovación es la generación, aceptación e implementación de nuevas ideas, procesos, productos o servicios, lo cual incluye la capacidad de cambio y adaptación. Adicionalmente, la Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico-OECD (OECD, 2005), plantea que la innovación de las compañías, así como la innovación en los destinos contribuye a mejorar las ventajas competitivas a nivel empresarial y a nivel del destino. También, Zuñiga-Collazos *et al.* (2018) agregan que, en países en vía de desarrollo, las innovaciones (p.e. la innovación en procesos) deben ser consideradas un aspecto importante para contribuir al éxito de los destinos turísticos.

La llegada de la tecnología es por tanto, un factor importante que ha impulsado un cambio en el comportamiento del consumidor, adaptando empresas y destinos turísticos a los deseos de los turistas, “que difícilmente pueden seguir el ritmo de la evolución tecnológica” (Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez, 2016, p. 329). De esta forma, es necesario reorganizar y/o romper con los modelos de gestión tradicionales, orientándose hacia la eficiencia organizativa con foco en los destinos inteligentes (Jovicic, 2017), concepto que refleja el carácter emergente “en el que las ciudades como centros de conocimiento, la gestión de la información, la tecnología y la innovación, para que éstas se identifiquen con un nuevo entorno de innovación, acorde con la confluencia entre innovación y TIC, motivado por el desarrollo de internet” (Ivars Baidal; Solsona Monzonís; Giner Sánchez, 2016, p. 329).

Respecto a los tipos de innovación, la OECD (2005) plantea cuatro tipos, a saber: 1.) innovación en producto, la cual se refiere a los cambios en las particularidades de los productos tangibles y servicios, es decir, la mejora de productos existentes o nuevos productos; 2.) innovación en procesos, que considera la implementación de nuevas formas o métodos de producción y/o distribución, 3.) innovación organizacional,

la cual estima la adaptación e implementación de nuevos métodos organizacionales y, 4.) innovación en marketing, la cual incluye nuevos procesos de mercadeo y venta de los bienes y servicios, y puede permitir a las organizaciones entrar y satisfacer nuevos mercados (Schubert, 2010; Varis; Littunen, 2010).

A partir de esta propuesta, Hjalager (2010) añade algunos tipos de innovación, desde una clara perspectiva del turismo, entre ellas, la innovación en la gestión, la cual hace referencia a la implementación de nuevos modelos por parte de las organizaciones gestoras del turismo para la gestión de los destinos a través de la coordinación, integración y gestión de los diversos grupos de interés relacionados con las estrategias de destino; y la innovación institucional, la cual se entiende como nuevas formas de estructura organizacional, de marco legal, o de formas de colaboración, que fortalece las redes y las acciones de los actores locales alrededor del turismo, pero que también genera cambios en las relaciones de poder entre las instituciones. Por su parte, Gomezelj (2016) realiza una exhaustiva revisión de literatura y realiza clasificaciones a partir de los documentos identificados. Una clasificación la realiza desde los procesos de las innovaciones, a saber: la innovación en general, la innovación de

producto, la innovación institucional, el conocimiento y la innovación, la innovación en los procesos ambientales, la innovación ecológica, las características del emprendedor, perspectiva gerencial de la innovación y finalmente, una perspectiva teórica. En este mismo estudio los autores identifican nueve clústeres en los estudios sobre innovación, a saber: revisiones de literatura, ventaja competitiva, redes, innovación en los servicios, estudios organizacionales, conocimiento, sistemas de innovación, gestión de la innovación organizacional y la tecnología.

En el ámbito del turismo, diversos autores manifiestan que la gestión del conocimiento influye positivamente en la innovación y en la competitividad, tanto a nivel micro (empresas) como a nivel macro (agremiaciones, sociedad y destino turístico) (Baggio; Cooper, 2010; Fuchs; Abadzhiev; Svensson, 2013; Manniche; Testa, 2018). Siguiendo esta posición, otros autores argumentan que un destino turístico es un contexto propicio para la innovación, mediante la interacción entre diversos actores del grupo de interés del destino, compartiendo el conocimiento individual y grupal, generando espacios para los procesos de co-creación, lo cual implicará una mejor competitividad del destino (Baggio; Cooper, 2010; Zach; Hill, 2017). De esta manera, autores

como Racherla, Hu y Hyun (2008) definen el concepto de destino basado en el conocimiento como una comunidad social donde se crea y transforma el conocimiento en productos y servicios mediante procesos innovadores que contribuyen al crecimiento económico de la región.

Sigalat-Signes *et al.* (2020), manifiestan que el concepto de destino turístico inteligente proviene del concepto de ciudad inteligente, pero centrado en el desarrollo del turismo, es decir, que se habla de destino turístico inteligente cuando el sector turístico representa una de los mayores dinamizadores económicos de la ciudad. López De Ávila (2015, s.p.) es más preciso, y propone la siguiente definición de destino turístico inteligente: Un destino turístico innovador, construido sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible de las zonas turísticas, accesible para todos, facilitando la interacción e integración del visitante en el entorno, aumentando la calidad de la experiencia en el destino y mejorando la calidad de vida de los residentes.

Como lo manifiestan William, Rodriguez y Makkonen (2020) persiste un bajo engranaje entre las teorías de la innovación y el turismo inteligente, lo cual estiman como curioso, puesto que la innovación está implícita en el turismo

inteligente. En este sentido, sobresale la propuesta de Gretzel *et al.* (2015), quienes afirman que el turismo inteligente o *smart tourism* incluye la transformación de datos digitales en propuestas de valor empresariales y en experiencias turísticas. Gretzel *et al.* (2015) agrega que un destino inteligente puede relacionar su eficiencia con la experiencia de co-creación y sostenibilidad, combinando el capital social, el capital humano y las innovaciones. Adicionalmente, Trunfio y Campana (2019) resaltan que un destino inteligente considera una innovación, que incluye un capital social con la habilidad de compartir el conocimiento.

Uno de los principales puntos de discusión sobre destinos inteligentes, es que se ha centrado en el diseño, mientras que la innovación ha tenido menor relevancia, así el enfoque de ciudades inteligentes (de donde proviene los destinos inteligentes) es sobre ciudad basada en el conocimiento o aprendizaje y ciudad creativa, pero no propiamente sobre el sistema de innovación (William *et al.*, 2020). Fesenmaier y Xiang (2016) indican que gran parte de la literatura se basa en la idea de que el turismo inteligente es vivir en una sociedad basada en datos a través de sensores. Desde esta perspectiva, William *et al.* (2020) hacen énfasis en que las innovaciones no solo se

desarrollan a nivel de las firmas, sino también a nivel de destinos, lo cual requiere un trabajo conjunto entre diversas organizaciones de carácter público y privado. Por consiguiente, los destinos inteligentes pueden considerarse como “sistemas de innovación que dan forma y están formados tanto por la actividad empresarial como por las instituciones” (William *et al.*, 2020, p.2).

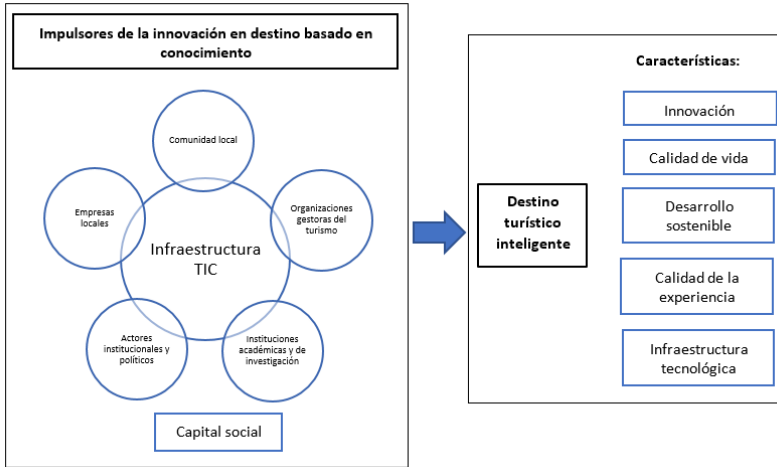
De hecho, William *et al.* (2020) proponen que deberían denominarse destinos innovadores, en vez de destinos inteligentes, debido que todo cambio significa una innovación. De manera similar, Trunfio y Campana (2019) afirman que debería hablarse de destino turístico innovador basado en el conocimiento, tras el desarrollo de su revisión crítica donde se identifican cuatro innovaciones emergentes, a saber: experiencia de co-creación, destinos inteligentes, gobierno participativo-e y la innovación social, y donde se plantea un modelo de destino innovador basado en el conocimiento, donde la innovación y el conocimiento son generados por la interacción entre los actores del destino (actores institucionales y políticos, gestores del destino turístico, comunidad local, las firmas locales) a través de herramientas y facilitadores como las tecnologías de la información y comunicación (incluye realidad virtual y

aumentada, simulaciones computacionales, sistemas de transporte inteligente, entre otros), y el capital social (estructura social basada en normas, creencias, valores y formas de interacción).

Por su parte, Sigalat-Signes *et al.* (2020), manifiestan que un modelo de planificación urbana debe enfocarse primordialmente en los problemas humanos del habitar urbano y no propiamente en la acumulación de tecnologías. Además, un proceso de transición de una ciudad a una ciudad inteligente requiere nuevos modelos administrativos y operativos del gobierno y de los otros actores que intervienen en la toma de decisiones (Sigalat-Signes *et al.*, 2020). En este sentido, una transformación hacia un destino turístico inteligente exige nuevos modelos de gestión por parte de las organizaciones gestoras del turismo y de las empresas prestadoras de servicios turísticos, así como de otros agentes involucrados.

Para resumir lo expuesto, se presenta un esquema (Figura 1) donde se visualiza la relación entre los impulsores de la innovación en un destino basado en el conocimiento, según lo planteado por Trunfio y Campana (2019), y los destinos turísticos inteligentes, resaltando las características, a partir de la definición planteada por López De Ávila (2015), donde una de dichas particularidades es la innovación.

Figura 1 – Impulsores de la innovación en destino basado en conocimiento y los destinos turísticos inteligentes



Fuente. Elaboración propia a partir de Trunfio y Campana (2019), López De Ávila (2015) y Gretzel *et al.* (2015).

Además de los impulsores planteados por Trunfio y Campana (2019), se sugiere incluir a las instituciones de carácter académico y de investigación, con experiencia en turismo e innovación principalmente, como

parte de los actores del grupo de interés en el destino, debido a que, desde la perspectiva empírica, algunas de ellas participan activamente en los procesos de innovación y gestión de destino turístico.

3. Consideraciones finales

A pesar de que la literatura sobre turismo inteligente hace poco énfasis en su relación con la innovación, recientemente diversos autores como Gretzel *et al.* (2015), Trunfio y Campana (2019) y William *et al.* (2020) manifiestan que un destino turístico incluye la innovación como una de sus principales características. Tanto así, que proponen que el termino más apropiado para este tipo

de destinos, es destino innovador (William *et al.*, 2020) o destino turístico innovador (Trunfio y Campana, 2019), para el caso de aquellos destinos donde el sector turismo es uno de los más importantes sectores dinamizador de la economía.

Por otra parte, algunos autores advierten que, la tecnología per se no constituye un destino turístico inteligente, sino que es un elemento

que actúa como medio para optimizar los modelos de gestión de los destinos procurando la calidad de la experiencia turística y la calidad de vida de la comunidad local.

En el presente estudio, el cual constituye una revisión de literatura, sobresale la propuesta de Trunfio y Campana (2019) sobre los impulsores de la innovación de un destino basado en conocimiento, a saber: la infraestructura de las tecnologías de la información y comunicación, el capital social, la comunidad local, las empresas, actores institucionales y políticos, y gestores del turismo, los cuales, según esta propuesta, se relacionan con innovaciones emergentes, entre ellas el destino inteligente. Así mismo, sobresalen de esta revisión, las características de un destino turístico inteligente: la

innovación, la calidad de vida de los residentes, el desarrollo sostenible y la infraestructura física con datos (TIC). Al respecto, en este estudio se considera, por su naturaleza, a las instituciones académicas y de investigación como actores que hacen parte del grupo de impulsores de la innovación de un destino basado en conocimiento.

El presente estudio constituye un aporte desde la perspectiva conceptual, para que los diversos actores involucrados en la gestión de los destinos reflexionen sobre los procesos de transformación de las ciudades en destinos turísticos inteligentes, destacando la innovación, identificando el papel que desempeña la tecnología en este proceso y procurando el desarrollo sostenible del turismo.

Referencias

BAGGIO, R.; COOPER, C. Knowledge transfer in a tourism destination: The effects of a network structure. **The Service Industries Journal**, v. 30, n. 8, p. 1–15, 2010.

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Conceptualizing smart tourism destination dimensions. *In*: TUSSYADIAH, I; INVERSINI, A. (eds.). **Information and communication technologies in tourism**. Dordrecht: Springer, 2015. p. 391–403.

BUHALIS, D.; LEUNG, R. Smart hospitality: interconnectivity and interoperability towards an ecosystem. **International Journal of Hospitality Management**, n. 71, p. 41-50, 2018.

COOPER, C.; HALL, M.; TRIGO, L. G. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

DEL VECCHIO, P.; MELE, G.; NDOU, V.; SECUNDO, G. Creating value from social big data: Implications for smart tourism destinations. **Information Processing & Management**, v. 54, n. 5, p. 847–860, 2018.

FERMENIA-SERRA, F.; NEUHOFER, B.; IVARS-BAIDAL, J. A. Towards a conceptualisation of smart tourists and their role within the smart destination scenario. **The Service Industries Journal**, v. 39, n. 2, p. 109-133, 2018.

FESENMAIER, D.; XIANG, Z. Introduction to tourism design and design science in tourism. In: FESENMAIER, D.; XIANG, Z. (eds.). **Design science in tourism: Foundations of destination management**. Cham: Springer, 2016. p. 3–16.

GAJDOŠÍK, T. Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe. *Czech Journal of Tourism*, v. 7, n. 1, p. 25-44, 2018.

FLORES, L. C. S.; MENDES, J. C. Perspectivas do destino turístico: repensando o sentido do conceito. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 8, n. 2, p. 222-237, maio/ago., 2018.

FUCHS, M.; ABADZHIEV, A.; SVENSSON, B. A knowledge destination framework for tourism sustainability: A business intelligence application from Sweden. **Turizam: Međunarodni Znanstveno-Stručni Časopis**, v. 61, n. 2, p. 121–148, 2013.

GOMEZELJ, D. O. A systematic review of research on innovation in hospitality and tourism. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, v. 28, n. 3, p. 516–558, 2016.

GRETZEL, U.; SIGALA, M.; XIANG, Z.; KOO, C. Smart tourism: Foundations and developments. **Electronic Markets**, v. 25, n. 3, p. 179–188, 2015.

GRETZEL, U. From smart destinations to smart tourism regions. **Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research**, v. 42, p. 171-184, 2018

HJALAGER, A. M. A review of innovation research in tourism. **Tourism Management**, v. 31, n. 1, p. 1–12, 2010.

IVARS BAI DAL, 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.

IVARS BAIDAL, J. A.; CELDRÁN-BERNABEU, M.A.; MAZÓN, J. N.; PERLES-IVARS, A. F. Smart destination and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management?. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n.13, p. 1581-1600, 2017.

JOVICIC, D. Z. From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. **Current Issues in Tourism**, v. 22, n. 3, p. 1-7, 2017.

KHAN, M. S.; WOO, M.; NAM, K.; CHATHOTH, P. K. Smart city and smart tourism: a case of Dubai. **Sustainability**, Switzerland, v. 9, n. 12, p. 2279, 2017.

KHOMSI, M. R. The Smart City Ecosystem as an Innovation Model: Lessons from Montreal. **Technology Innovation Management Review**, v. 6, n. 11, p. 26-31, 2016.

LÓPEZ DE AVILA, A. Smart Destinations: XXI Century Tourism. ENTER2015 Conference on Information and Communication Technologies in Tourism, Lugano, Switzerland, February 4-6, 2015. **Anais...** Lugano, Switzerland, 2015.

LUQUE GIL, A. M.; ZAYÁS FERNÁNDEZ, B.; CARO HERRERO, J. L. Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportunidades. **Investigaciones Turísticas**, n. 10, p. 1-25, 2015.

MANNICHE, J.; TESTA, S. Towards a multi-levelled social process perspective on firm innovation: Integrating micro, meso and macro concepts of knowledge creation. **Industry & Innovation**, v. 25, n. 4, p. 365–388, 2018.

OECD.Organisation for Economic Co-operation and Development and Eurostat. **Manual de Oslo: Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación**. 2005. Disponível em: http://www.uis.unesco.org/Library/Documents/OECDosloManual05_spa.pdf.

PEARCE, D. G. Destinos turísticos: conceptos e implicaciones para su gestión en tiempos de cambio. In: CÀNOVES, G.; LÓPEZ PALOMEQUE, F. (orgs.). **Turismo y territorio: innovación, renovación y desafíos**. Valencia: Tirant Humanidades. p. 21-34, 2014.

PERLES, A.; PÉREZ-MARÍN, E.; MERCADO, R.; SEGRELLES, J. D.; BLANQUER, I.; ZARZO, M.; GARCIA-DIEGO, F. J. An energy-efficient internet of things (IoT) architecture for preventive conservation of cultural heritage. **Future Generation Computer Systems**, v. 81, p. 566-581, 2018.

QUEVEDO-SILVA, F.; SANTOS, E. B.; BRANDÃO, M. M.; VILS, L. Estudo bibliométrico: orientações sobre sua aplicação. **Revista Brasileira de Marketing**, v. 15, n. 2, p. 246–262, 2016.

RACHERLA, P.; HU, C.; HYUN, M. Y. Exploring the role of innovative technologies in building a knowledge-based destination. **Current Issues in Tourism**, v. 11, n. 5, p. 407–428, 2008.

SCHUBERT, T. Marketing and Organizational Innovations in Entrepreneurial Innovation Processes and their Relation to Market Structure and Firm Characteristics. **International Journal of Industrial Organization**, v. 36, p. 189–212, 2010.

SIGALAT-SIGNES, E.; CALVO-PALOMARES, R.; ROIG-MERINO, B.; GARCÍA-ADÁN, I. Transition towards a tourist innovation model: The smart tourism destination: Reality or territorial marketing?. **Journal of Innovation & Knowledge**, v. 5, p. 96-104, 2020.

TRUNFIO, M.; CAMPANA, S. Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda. **Journal of Destination Marketing & Management**, v. 14, 100370, p. 1-11, 2019.

VARIS, M.; LITTUNEN, H. Types of Innovation, Sources of Information and Performance in Entrepreneurial SMEs. **European Journal of Innovation Management**, v. 13, p. 128-154, 2010.

VERA REBOLLO, J.F.; LÓPEZ PALOMEQUE, F.; MAR-CHENA, M.; ANTÓN, S. **Análisis territorial del turismo y planificación de destinos turísticos**. Valencia: Tirant lo Blanch, 2011.

XIANG, Z.; TUSSYADIAH I.; BUHALIS, D. Smart destinations: foundations, analytics, and applicatins. **Journal of Destination Marketing and Management**, v. 4, n. 3, p. 143-144, 2015.

WANG, J.; XIE, C.; HUANG, Q; MORRISON, A. M. (2020). Smart tourism destination experiences: The mediating impact of arousal levels. **Tourism Management Perspectives**, v. 35, p. 1-11, 2020.

WILLIAMS, A. M.; RODRIGUEZ, I.; MAKKONEN, T. Innovation and smart destinations: Critical insights. **Annals of Tourism Research**, v.83, 102930, 2020.

ZACH, F. J.; HILL, T. L. Network, knowledge and relationship impacts on innovation in tourism destinations. **Tourism Management**, v. 62, p. 196–207, 2017.

ZENG, D.; TIM, Y.; YU, J.; LIU, W. Actualizing big data analytics for smart cities: A cascading affordance study. **International Journal of Information Management**, v. 54, 102156, 2020.

ZUÑIGA-COLLAZOS, A.; CASTILLO-PALACIO, M.; TABARQUINO-MUÑOZ, R. A.; COLLAZOS-ZUÑIGA, E. Process Innovations in Tourist Companies. **International Journal for Quality Research**, v. 12, n. 3, p. 677-688, 2018.

ZUÑIGA-COLLAZOS, A.; HARRILL, R.; ESCOBAR-MORENO, N. R.; CASTILLO-PALACIO, M. Evaluation of the determinant factors of innovation in Colombia's tourist product. **Tourism Analysis**, v. 20, n. 1, p. 117-122, 2015.

SOBRE OS ORGANIZADORES



Janaildo Soares de Sousa

Janaildo Soares de Sousa é doutor e mestre em Desenvolvimento, Meio Ambiente e Economia Rural pela Universidade Federal do Ceará (UFC), com especializações em Docência do Ensino Superior (UFPI) e em Políticas Públicas, Sociedade e Habitação (UNIARA-SP), além de bacharelado em Economia (FIP-PB). Atua nas áreas de gestão pública, desenvolvimento rural, políticas públicas, meio ambiente, recursos hídricos, economia do turismo, economia da cultura e análise de indicadores socioeconômicos. Consultor, palestrante e autor de livros, exerceu a função

de Coordenador de Projetos Inovadores e Coordenador do Observatório do Turismo da Secretaria Municipal do Turismo de Fortaleza (SETFOR), liderando trabalhos em economia do turismo e coordenando projetos nacionais e internacionais, como o Turismo Futuro (BID) e a Estratégia Nacional de Destinos Turísticos Inteligentes (MTur). Desde 2019 até julho de 2025, teve papel central na implantação e consolidação do Observatório do Turismo de Fortaleza, premiado em 2023 com o terceiro lugar no Prêmio Nacional do Turismo, categoria Gestão de Dados e Inteligência Turística.

E-mail: janaildo.consultoria@gmail.com



Adson Rodrigo Silva Pinheiro

Doutor em História Social pela Universidade Federal Fluminense (UFF). Licenciado em História pela Universidade Estadual do Ceará (UECE), é mestre em História Social pela Universidade Federal do Ceará (UFC), com especialização em História do Brasil pela Universidade Vale do Acaraú (UVA), Especialista em Gestão e Políticas Culturais da Universidade de Girona (Espanha) e MBA em Gestão Cultural: cultura, desenvolvimento e mercado (UVA). Além disso, é especialista em Arqueologia Social Inclusiva da URCA e especialista em Políticas Culturais de Base Comunitária pela pós graduação Internacional em Políticas Culturales de Base Comunitaria pela Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales - Argentina. Foi ganhador do Prêmio Luiz de Castro Faria, concurso promovido pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan). É Diretor de comunicação do Icomos Brasil.

E-mail: adson.rodrigo@gmail.com



Susana Dantas Coelho

Bacharela em Turismo pela Faculdade Evolutivo - FACE, Tecnóloga em Hotelaria pelo Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do IFCE, Mestre em Gestão de Negócios Turísticos pela Universidade Estadual do Ceará - UECE, doutora em Geografia pela Universidade Federal do Ceará - UFC. Atualmente professora efetiva do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Ceará. Possui experiência na área de Turismo, Gastronomia e Eventos., vice líder do Grupo de Pesquisa em Cultura Indígena, Território, Turismo Comunitário e Hospitalidade (GPCITCH). Coordenadora de Editais e Parceiros da Pró-Reitoria de Pesquisa, Pós-Graduação e Inovação do IFCE. E-mail: susanadantas@ifce.edu.br



Ricardo Furtado Rodrigues

Professor pesquisador no Departamento de Turismo, Hospitalidade e Lazer do Campus Fortaleza (IFCE). Doutor em Engenharia de Produção (UFSC/UFRJ) e Psicanálise Clínica pela FATEB/American Christian University (Orlando, Florida, EUA). Mestre em Política Científica e Tecnológica (UNICAMP). Especialista em Engenharia Ambiental; Ecologia e Biodiversidade; Docência do Ensino Superior e Neuropsicologia; Gestão de Eventos; Inteligência Artificial; Turismo; Direção de Arte, Propaganda, TV e Vídeo; Gestão do Esporte; Gestão Estratégica de Inovação Tecnológica e Propriedade Intelectual; Psicanálise Clínica; Psicologia e Saúde Mental; Telemedicina e Telessaúde: EHEALTH; e Psiquiatria e Saúde Mental. Graduado em Ciências Econômicas; Gestão Ambiental; Gestão de Turismo; Educação Física; e Ciências Biológicas. Também possui formação em Psicanálise Clínica e Neurociência Clínica Terapêutica. E-mail: ricardo.furtado@ifce.edu.br

