

CESÁRIO, Marília Ferreira Paes

Doutoranda em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), Mestre em Geografia pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE), Especialista em Planejamento e Gestão do Turismo pela Universidade de Pernambuco (FCAP/UPE) e Bacharel em Turismo pela Universidade Federal de Pernambuco (UFPE). Desenvolve pesquisas nas temáticas: Experiência do turista, Comportamento do Consumidor, Destinos Turísticos Inteligentes e Tecnologia do Turismo.

HOSPITALIDADE URBANA TECNOLÓGICA NA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA: CONCEITUAÇÃO E ANÁLISE DAS POSSIBILIDADES EXISTENTES

Marília Ferreira Paes Cesário

A atividade turística, quando acontece em uma localidade, tende a provocar inúmeras mudanças e reestruturações em diversos aspectos, sejam eles de cunho social, econômico ou mesmo estrutural. Uma dessas mudanças percebidas é sobre o que acontece com o traçado urbano das localidades nas quais essa atividade se instala. Isso significa que, independentemente das proporções que a função turística assuma em um local, ou seja, do impacto que ela gere, ela não deixa de fazer alterações e provocar interferências na estrutura preexistente, sejam essas modificações positivas ou negativas.

Sendo assim, não é possível conceber que a atividade turística possa vir a acontecer de qualquer maneira, sem que haja, minimamente, uma intervenção planejada ou uma idealização da melhor forma de receber essa nova função. Do contrário, acontecerão alterações e mudanças na configuração das cidades, contudo, de forma negativa, sem planejamento e sem cuidado.

E é exatamente por esse motivo que é preciso trabalhar o planejamento turístico, acompanhando toda a implantação das estratégias de viabilização do espaço urbano para a integração de mais essa atividade, que é a de receber os visitantes da maneira mais adequada possível sem,



contudo, causar transtornos à população local. É importante ressaltar, que a população do local visitado precisa fazer parte do processo, ser inserida nas ações de melhoria e a gestão local deve fazer o possível para que a chegada da atividade turística afete de maneira mais positiva que negativa os seus moradores.

Sobre essa preparação das estruturas pré-existentes na cidade, bem como sobre a conscientização dos moradores, para proporcionar esse acolhimento aos visitantes, pode-se inserir um importante princípio, que é tão antigo quanto à atividade turística, que é o da hospitalidade. Alguns autores já procuraram conceituar esse termo, como fez Lashley (2004), que mencionou que a hospitalidade consiste em um conjunto de comportamentos originários da base da sociedade e que se manifesta nos domínios social, privado e comercial.

Ou como um outro autor, que no Brasil é uma referência nesta área, que traz o conceito de hospitalidade, do ponto de vista analítico e operacional, tal como um processo de interação humana em contexto doméstico, urbano, comercial e virtual, dentro do qual um anfitrião recebe, eventualmente ainda hospedando, e/ou alimentando e/ou entretendo, um visitante/hóspede temporariamente deslocado de seu “habitat” natural (CAMARGO, 2019).

Por outro lado, esse mesmo autor, em um outro estudo de 2008, menciona um importante fato que está ligado à conexão que é feita entre o visitante e o espaço visitado também, ou seja, uma conexão não apenas entre as pessoas. Ele afirma que, na relação da hospitalidade, o domínio do espaço físico tem um papel preponderante, já que este espaço tem a



capacidade de aproximar ou afastar essas relações. Então, seus elementos físicos e sua configuração espacial estão intimamente ligados ao modo como a cidade mostra sua capacidade de acolher e bem receber, que é o que se conhece como hospitalidade urbana.

Nas últimas décadas, com a evolução tecnológica que se apresentou e ainda se apresenta em constante aceleração, viu-se surgir um novo consumidor e conseqüentemente, um novo visitante. Fala-se aqui do comportamento dos consumidores que tem surgido após o maior acesso e disponibilidade dos *smartphones*, que apoiados no aumento da disponibilidade e maior facilidade de uso da internet, tornaram-se indivíduos hiperconectados.

Estão assim, mais informados sobre aquilo que desejam, mais apressados em realizar suas atividades e que usam esses dispositivos em quase todos os seus processos de compra, seja desde as pesquisas iniciais sobre os produtos ou serviços que querem até a concretização final da aquisição. E com a atividade turística não tem sido diferente.

Estes avanços recentes e as novas ferramentas tecnológicas que surgiram, tais como a computação em nuvem, a realidade virtual e aumentada, as tecnologias móveis e a adoção de mídias sociais, foram responsáveis por impulsionar o surgimento da inteligência no turismo (XIANG; FESENMAIER, 2017). E assim, o turista agora quer e precisa de informações, de conexões e de cidades preparadas para recebê-los da melhor maneira em termos de disponibilidades tecnológicas.

Dessa forma, acredita-se que uma cidade hospitaleira passa também por uma cidade que não apenas recebe bem o turista, em termos



de estrutura física e acolhimento social, mas possui disponibilidade de informações através de recursos tecnológicos e conectividade para que o mesmo, ao chegar por conta própria na cidade, não se sinta perdido e possa ter recursos tecnológicos e informacionais à sua disposição.

Acredita-se, que essas características podem ser mais facilmente encontradas nas chamadas cidades inteligentes (*Smart Cities*), que quando da inserção da atividade turística, podem transformar-se em Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), que é uma temática ainda pouco pesquisada, uma vez que nem todas as localidades possuem as características necessárias para serem classificadas como tal.

Além disso, um outro fator que chegou com grande impacto, principalmente para o turismo, foi a Pandemia de Covid-19, que de acordo com Hall, Scott e Gossling (2020), começou como uma pneumonia de causa desconhecida detectada na cidade de Wuhan, na China, relatada pela primeira vez ao Escritório de Países da OMS (Organização Mundial de Saúde) em 31 de dezembro de 2019. Iniciou-se uma crise sanitária de proporções não vistas nas últimas décadas e que, rapidamente, transformou as relações entre os indivíduos e a maneira como esses usavam os serviços (HOSSAIN, 2021).

Principalmente, pelo fato de que a disseminação desta doença se dá através do contágio e o turismo é um grande gerador de trocas entre as pessoas de todo o mundo. Desta forma, viu-se aumentar o uso das tecnologias nos serviços em geral, como uma possibilidade de limitar e até evitar o maior contato entre as pessoas. Assim, serviços como entregas de comidas por aplicativos, uso de *totens* de autoatendimento em comércio,



na aviação e na hotelaria e até mesmo robôs substituindo pessoas, foram vistos em vários lugares do mundo.

De acordo com Çakar e Aykol (2020) tudo isso tornou-se mais aparente com o surto de COVID-19, que não apenas demonstrou, por exemplo, o emprego de robôs em tarefas cotidianas, mas também revelou a possibilidade destes serem usados em uma variedade de outros campos, incluindo distribuição, entretenimento, limpeza, orientação e segurança.

Então, com a intenção de perceber como essa tecnologia vem sendo usada pelas localidades turísticas, o objetivo desse estudo é fazer uma análise da relação existente entre a hospitalidade urbana e o uso das novas tecnologias e sua influência na experiência turística. Assim, justifica-se esta pesquisa pela crescente ascensão de uso das tecnologias e pelo fato dos turistas estarem buscando as destinações por conta própria, o que faz com que estas tenham que estar ainda mais preparadas em termos de disponibilidade de informações e de estruturas.

E, para tanto, além de uma revisão bibliográfica inicial, se fez uma pesquisa em bases de dados para avaliar o que vem sendo publicado sobre a relação existente entre essas temáticas e quais as lacunas de pesquisas que existem frente a esse tema, que carece não apenas de estudos e pesquisas, como também deve fazer parte do planejamento e implementação da gestão turística das localidades.

METODOLOGIA

Com a intenção de chegar aos objetivos propostos, desenvolveu-se uma pesquisa de caráter exploratório-descritivo, com abordagem



qualitativa. E no que se refere à coleta de dados, optou-se por fazê-la em algumas etapas: em um primeiro momento, foi realizada uma revisão bibliográfica sobre a temática da hospitalidade e seus tipos, mais especificamente sobre a hospitalidade urbana e a conceituação do termo para o uso das novas tecnologias na hospitalidade. Posteriormente, partiu-se para a realização de uma revisão sistematizada da literatura, com análise de conteúdo (BARDIN, 2011), em uma das principais bases de publicações científicas – a Scopus (Elsevier), que foi escolhida por ser uma das maiores e com muitas publicações internacionais.

Tudo isso, com a intenção de verificar o que está sendo produzido no mundo, sobre essas temáticas e ainda, identificar se existem publicações que se aproximam da intenção de falar dessa hospitalidade urbana com o uso das novas tecnologias. Então, neste momento da pesquisa, fez-se uma busca dos termos elencados na base de dados Scopus, através dos títulos, resumos e palavras-chave que estavam disponíveis, para identificar as pesquisas já realizadas e poder fazer uma análise maior de algumas informações, tais como o ano de publicação, os principais locais e autores dos estudos e, posteriormente, buscou-se o que existe, em termos de documentos que abordassem a temática aqui proposta.

Desta maneira, as pesquisas foram realizadas no dia 10 de outubro de 2022, aplicando a expressão “*hospitality*”, sem nenhum refinamento inicial, quando surgiram 20.840 documentos no total. Em uma segunda etapa, para refinar a busca, aplicou-se o operador *booleano* “*and*” e acrescentou-se o termo “*tourist experience*”, para encontrar os documentos sobre hospitalidade e sua relação com a experiência turística, chegando



então a um grande volume, com um total de 13.840 documentos (Quadro 1).

E então, para chegar à proposta desse estudo, fez-se mais um refino, dessa vez acrescentando o operador *booleano* “and” e o termo “*new technologies*”. Nesta fase de busca geral, fez-se também um refino buscando apenas os documentos em formato de “artigos” que foram escritos sobre o tema e, assim foi possível, acessar uma quantidade bem menor de documentos com um total, agora, de 59 publicações.

Embora tenha-se aqui a intenção de falar sobre a hospitalidade urbana e as tecnologias, é importante mencionar que não se fez uma limitação nas palavras-chave quanto ao uso do termo “hospitalidade urbana”, uma vez que essa já é uma temática muito pouco pesquisada, se comparada à hospitalidade de um modo geral. Assim, foi possível analisar tudo que estava sendo publicado nesta base de dados sobre hospitalidade, as experiências turísticas e as novas tecnologias, para a partir dessa pesquisa identificar se existe alguma ação nas cidades que especificamente aborde estes temas.

Importante frisar, também, que para evitar a inclusão de artigos que ainda estavam em processo de publicação, optou-se por limitar o horizonte temporal até o ano de 2022. E mais, com a intenção de permitir a leitura na íntegra de todos os artigos, para identificar onde eles faziam relação com as novas tecnologias, optou-se por fazer o refino de acesso, buscando todos aqueles que eram “*all open access*”, e assim, chegou-se ao quantitativo de 16 documentos. Desses, todos os resumos foram lidos, com a intenção de avaliar se, de fato, abordavam a questão do uso das



novas tecnologias frente às questões de hospitalidade e da experiência turística.

Quadro 1: Critérios para seleção dos documentos

Dados	Etapa 01	Etapa 02	Etapa 03	Etapa 04
Base de Publicação Científica	Scopus	Scopus	Scopus	Scopus
Palavra-chave / Expressão	<i>“hospitality”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i> AND <i>“new technologies”</i>	<i>“hospitality”</i> AND <i>“tourist experience”</i> AND <i>“new technologies”</i>
Idioma	Inglês	Inglês	Inglês	Inglês
Horizonte Temporal	Exceto 2023	Exceto 2023	Exceto 2023	Exceto 2023
Tipo de documento	Não especificado	Não especificado	Artigos	Artigos
Áreas Pesquisadas	Não especificadas	Não especificadas	Não especificadas	Não especificadas
Acesso	Não especificado	Não especificado	Não especificado	<i>Open Access</i>
Total de Estudos	20.840	13.840	59	16

Fonte: dados da pesquisa (2022)

Após a leitura dos resumos, observou-se que seis artigos não correspondiam à temática pesquisada e foram excluídos, restando dez artigos para serem lidos na íntegra e analisados seus contextos e objetivos principais.

Desta maneira, foi possível observar o que vem sendo produzido dentro dessas temáticas pesquisadas como uma possibilidade, inclusive, de propor novas pesquisas ou até mesmo o preenchimento de lacunas de estudo existentes na área.



As possibilidades de uso da tecnologia na hospitalidade turística

Para entender melhor as possibilidades de conceituação e uso dessa temática tão importante dentro da função turística, que é o acolhimento, o bem-receber e as inúmeras maneiras de fazer tal ação, buscou-se aqui, explorar como esse conceito vem sendo trabalhado na literatura já produzida, no passado e no presente para tentar identificar lacunas existentes.

Desta maneira, é extremamente importante que se comece essa discussão, falando sobre a importância do morador local, que é peça-chave nesse acolhimento, que precisa querer a função turística na cidade, ou seja, precisa saber da sua importância e vislumbrar os possíveis benefícios e entraves que podem surgir com a mesma. E principalmente, se beneficiar de alguma forma, através da realização desta atividade, uma vez que para Camargo (2008), ainda na década de 1970, a estudiosa Valene Smith e seu grupo inauguraram a antropologia do turismo, colocando em relevo a figura do morador local.

Contudo, a própria noção de impacto turístico já deixa entrever que o foco era assentado no visitante e nas marcas positivas e negativas que este deixa sobre o solo e a população visitada. Mas, sabe-se que é sempre imprescindível pensar no visitado e nas consequências da realização da atividade turística para ele e para o seu cotidiano. Tudo isso arraigado em valores de troca. E assim, um outro estudo de Camargo (2019), já mais atual e mais amplo, traz a hospitalidade como um processo de interação humana em contexto doméstico, urbano, comercial e virtual.



Isto tudo mostra que a hospitalidade como valor, é acima de tudo, uma prática de encontro com o outro e, sobretudo, uma ação geradora de experiência e de inevitáveis trocas. Ao pensar na atividade turística, a hospitalidade é um conceito quase que intrínseco à mesma, uma vez que é preciso necessariamente pensar no acolhimento que será dado ao visitante e na maneira como o espaço será preparado para recebê-lo (SOARES, 2013).

Desta maneira, para Grinover (2006), no contexto da hospitalidade social ou pública, uma cidade pode ser ou não hospitaleira, em função da coexistência de três dimensões fundamentais: a acessibilidade, a legibilidade e a identidade, intimamente relacionadas pela “escala”, pelas medidas geográficas e temporais, que proporcionam a compreensão da cidade, seja para o habitante, seja para quem dela se aproxima, nela se introduz e dela se apropria.

É de suma importância que essa hospitalidade esteja sendo realizada de forma acessível a todos, ou seja, é preciso garantir o acolhimento, o bem-estar e a qualidade do ambiente nos destinos turísticos, por se tratar de um espaço que se torna lugar como signo de acolhimento. E, ademais, a qualidade do espaço físico deve assegurar a legibilidade do mesmo e os signos de identidade do lugar, de modo a proporcionar a emoção e possibilitar a leitura deste lugar pelos turistas (GRINOVER, 2006).

Corroborando com essa visão da hospitalidade como um conjunto de ações integrativas, Severini e Panosso Neto (2022), tentam compreender as múltiplas relações instauradas entre aquele que recebe e o que é recebido num determinado espaço, e para eles, a hospitalidade como



campo das ciências sociais aplicadas, vem se mostrando uma forma alternativa e inovadora de investigar os fenômenos socioespaciais do turismo.

Para melhor entender o conceito, vale ressaltar que, diferentemente do que ocorre nos outros domínios (ou esferas), na hospitalidade urbana, o espaço designado para sediar as relações sociais entre hóspede e anfitrião não é privado, mas sim, público e é assim, uma parte essencial das cidades. Afinal, é neste local que as pessoas circulam, se encontram, se manifestam, se exercitam e quando da chegada dos turistas, é ali que eles têm as suas primeiras opiniões e impressões sobre o local a ser visitado (SEVERINI; PANOSSO NETO, 2022).

Por outro lado, Mendes-Filho *et al.* (2018), afirmam que as mudanças que ocorreram no modo como as pessoas fazem pesquisas e tomam suas decisões de compra influenciou diversos setores. E com a atividade turística não seria diferente, uma vez que agora, os visitantes com seus *smartphones* ou tablets nas mãos, substituíram os mapas, panfletos e livros de viagem físicos, sendo assim urgente um novo olhar sobre a maneira de recepcioná-los nas destinações turísticas, proporcionando a hospitalidade necessária para uma boa experiência no local visitado.

Ainda para Mendes-Filho *et al.* (2018), os turistas estão se fortalecendo, avaliando melhor suas opções e sendo mais autônomos nas decisões de viagem, reduzindo desta forma, a dependência de especialistas. Tem-se atualmente, uma geração de demanda mais auto planejada, que faz com que seja necessário um acesso mais fácil às informações e orientações ao chegarem as destinações, uma vez que a maioria já está indo por conta



própria, sem necessariamente, estar fazendo parte de uma excursão, como era de costume há alguns anos.

As novas tecnologias, tais como a realidade virtual e aumentada, a robótica, a inteligência artificial, a internet das coisas (IOT – *Internet of Things*), big data ou as tecnologias de reconhecimento podem ser aplicadas para gerar conhecimento, engajamento e valor para o destino. Desta maneira, uma nova gestão de destinos está sendo construída sobre as múltiplas oportunidades que as TICs oferecem (IVARS-BAIDAL *et al.*, 2017).

Com base nessa realidade, todas as informações precisam estar acessíveis no clicar de um dispositivo. Para Paes-Cesário e Mendes-Filho (2021), muito embora o acesso e a utilização de cada um dos tipos de tecnologias possam variar bastante, o mercado turístico usufrui hoje de diversos processos que estão totalmente inseridos nessas inovações tecnológicas em alguns lugares do mundo, tais como: aplicativos de receptivo, *totens* de autoatendimento em aeroportos e rodoviárias com *check-ins*, *totens* de pagamentos em lojas e até mesmo informações gerais em *box* de informações turísticas, através do uso destes dispositivos.

Nesse âmbito do maior uso e acesso às novas tecnologias na atividade turística, já foi mencionado que existe atualmente um tipo de hospitalidade que está intrinsecamente ligado à essa área, que é a chamada hospitalidade virtual (CAMARGO, 2019). E, para entender melhor esse conceito, é importante analisar o estudo de Soares (2013), que menciona que a hospitalidade virtual envolve as relações entre o acolhedor (*website*) e o acolhido (internauta - usuário) através de uma interface virtual.



O site, como ambiente virtual (e muitas vezes comercial), busca atender às expectativas de informações do seu público-alvo e pode ou não, carregar traços de acolhimento que se traduzam em um serviço hoteleiro. Assim, a hospitalidade virtual não engloba unicamente o encontro entre dois atores no ambiente virtual, o anfitrião (vendedor) e o hóspede (cliente), mas, também, a relação entre os clientes e os aspectos ergonômicos do site, contribuindo assim para o aumento da confiança por parte do consumidor *online* (CAMARGO, 2019).

Então, considerando que essa hospitalidade virtual se refere basicamente ao ambiente virtual através de um computador, de um modo amplo e que pode ser acessado, por exemplo, até mesmo da residência de um potencial turista quando pesquisa sobre localidades, percebe-se uma lacuna quanto ao estudo do uso das tecnologias na hospitalidade urbana, ou seja, no espaço físico das cidades e empreendimentos de acolhimento ao turista.

Fala-se aqui das estruturas que estão ou poderiam estar sendo adotadas pelas cidades, tais como placas de sinalização com códigos QR, *totens* e equipamentos informacionais que poderiam estar mais disponíveis através de dispositivos de novas tecnologias no espaço físico das cidades para melhor receber, acolher e informar o turista.

Com base nisto, propõe-se o termo “Hospitalidade Urbana Tecnológica” que seria a possibilidade dos locais oferecerem recursos estruturais e informacionais, através das novas tecnologias, aos usuários que estariam visitando a cidade, tanto com a estrutura física da cidade, como em monumentos, placas e até mesmo desenhados ou pintados em calçadas ou nas empresas da cadeia produtiva do turismo local.



Equipamentos tais como *QR Codes* com informações de atrativos e monumentos, aplicativos com mapeamento atualizado das cidades, informações em tempo real sobre equipamentos turísticos, dados sobre as possibilidades de mobilidade urbana, além da automação dos empreendimentos de parte da cadeia produtiva do turismo.

Uma vez que o contato humano tem sido ultimamente, em virtude da Covid-19, mais reduzido nesses momentos, toda essa estrutura seria pensada e implantada para acolhê-lo da melhor maneira possível através dessas tecnologias inteligentes, em diversos idiomas, com o intuito de não deixar os visitantes sem as informações necessárias.

É fato, que essa hospitalidade urbana tecnológica seria mais facilmente alcançada através das *smart cities* ou mais especificamente nas Destinações Turísticas Inteligentes (DTI), uma vez que, elas já possuiriam certas características que viabilizam melhor essa experiência.

Para uma maior compreensão desses destinos, convém buscar a conceituação de Destino Turístico Inteligente que foi definida em 2013 pela *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*, S.A.M.P - SEGITTUR, que o conceitua como “um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, que facilita a interação e integração do visitante com o entorno e incrementa a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes” (MINISTÉRIO DO TURISMO, 2022).

Então, a criação de um DTI tem como base a estruturação e a convergência de pilares como Governança, Experiência, Acessibilidade,



Segurança, Inovação, Promoção e Marketing, Mobilidade e Transporte, Tecnologia, Criatividade e Sustentabilidade.

O Brasil também tem se mostrado interessado nesse assunto, quando o primeiro grupo de destinos no programa que foi criado pelo Ministério do Turismo tem as cidades: Curitiba, Recife, Salvador, Palmas, Florianópolis, Rio de Janeiro, Angra dos Reis, Brasília, Palmas e Campo Grande, como as primeiras destinações a serem trabalhadas para tornarem-se DTI's.

Sabendo-se que o objetivo final é conectar a todo momento os lugares, as pessoas, os produtos e os serviços, criando redes e ecossistemas que apoiem tanto o turista quanto o setor. Essa pode ser considerada uma oportunidade para o futuro do turismo, para a retomada da economia e para o novo consumidor que surgiu na pandemia (CONNECTEDSMARTCITIES, 2022).

Atributos, como infraestrutura, mobilidade e conectividade, presentes nas Destinações Turísticas Inteligentes facilitarão essa “hospitalidade tecnológica urbana” permitindo ao turista um deslocamento mais fácil e seguro, com mais informações e através de uma série de dados existentes que poderão atender especificamente às suas necessidades.

O uso dessas tecnologias inteligentes nas cidades já é uma realidade posta, uma vez que muitas empresas já fazem esse uso de *totens* de autoatendimento, de leitores de *QR Codes* para transmitir alguma informação (cardápios, produtos etc.) ou realizar pagamentos, dentre tantas outras opções. E segundo o relatório da MGI ainda do ano de 2018, (MGI - MCKINSEY GLOBAL INSTITUTE, 2018), *apps* de cidades



inteligentes podem melhorar a qualidade da vida urbana em vários aspectos, desde segurança, mobilidade, saúde e até no relacionamento entre os cidadãos.

Desta maneira, acredita-se que essas informações, ao serem passadas para os turistas, podem fazer com que estes se sintam mais confiantes e confortáveis ao andar pela cidade e visitar espaços turísticos e empreendimentos de uma maneira geral, usufruindo dessa hospitalidade urbana tecnológica, da melhor maneira possível.

Para melhor conduzir o debate sobre a necessidade de falar e promover a hospitalidade também através desses recursos nas cidades, optou-se por fazer uma análise do que já está sendo pesquisado atualmente em uma das principais bases de dados, com a intenção de corroborar com a teoria aqui apresentada ou, até mesmo, lançar possibilidades de pesquisas e de novos estudos sobre esses temas.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

Como resultado desta pesquisa, pôde-se perceber que a hospitalidade, de uma maneira geral, é um tema bastante pesquisado em todo mundo, com uma grande quantidade de documentos relacionados ao mesmo. A hospitalidade relacionada com a experiência turística é uma temática pouco abordada, e ao relacionar o tema hospitalidade às novas tecnologias, percebeu-se uma quantidade ainda menor de documentos.

A análise foi feita em uma das principais bases de dados, a Scopus, com a intenção de ver como essa temática vem se apresentando de uma maneira geral e, por isso, não foram colocadas muitas limitações nesta primeira busca. Então, como mencionado na metodologia, do total de



documentos pesquisados, usando como referência os termos que poderiam constar nos títulos, resumos e palavras-chave, quando inserido o termo “*hospitality*” foram encontrados um total de 20.840 documentos.

Posteriormente, foi adicionado o operador *booleano* “*and*” e incluído o termo “*tourist experience*” para ver quantos documentos surgiam quando era relacionada a hospitalidade com a experiência turística. Nesta etapa da pesquisa, chegou-se ao total de 13.840 documentos. Fazendo mais alguns refinamentos, ao optar apenas pelo formato de artigo, associar mais um operador booleano e a expressão “*new technologies*”, chegou-se ao total de 59 artigos.

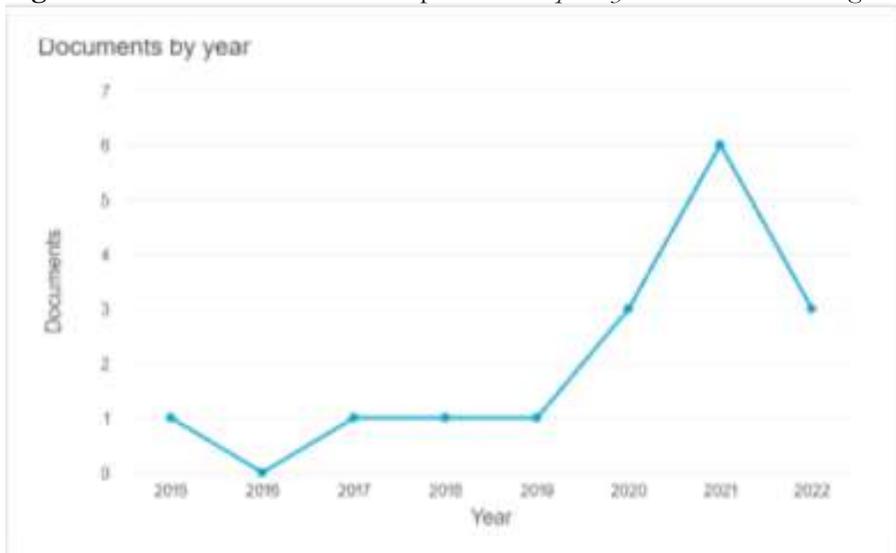
Contudo, para que fosse possível ler todos os artigos na íntegra, optou-se apenas pelos de acesso aberto, findando então, com um total de 16 artigos para terem seus resumos lidos com o intuito de analisar se correspondem de fato à temática pesquisada.

Como resultado geral da busca dos termos “*hospitality*” e “*new technologies*”, tem-se que o número total de documentos encontrados com essas temáticas foi maior no ano de 2021 (Figura 1), o que pode estar intimamente relacionado com as questões já mencionadas ao maior uso das tecnologias em virtude do acontecimento da Covid-19.

Já no que se refere aos documentos por área de interesse, com as mesmas temáticas, tem-se em primeiro lugar a área de negócios, com 46,2% dos documentos, seguida por Ciências Sociais com 26,9% e, apenas em terceiro lugar, que encontra-se a área de Ciências da Computação, com 7,7% dos documentos. Isso mostra que o uso das tecnologias na hospitalidade tem sido, de fato, um assunto de interesse dos empreendimentos e do turismo, como um todo (Figura 2).

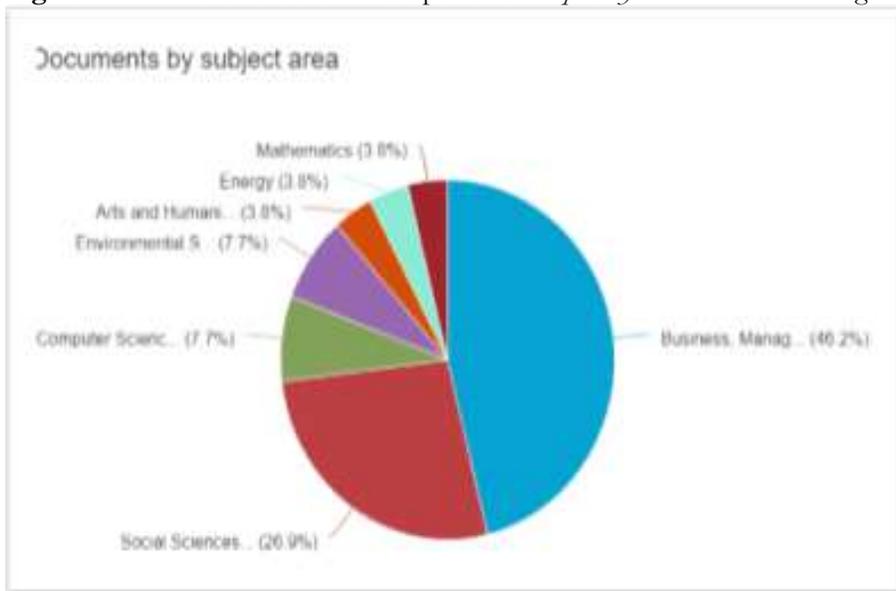


Figura 1 – Número de documentos por ano “*hospitality*” AND “*new technologies*”.



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)

Figura 2 – Número de documentos por área “*hospitality*” AND “*new technologies*”

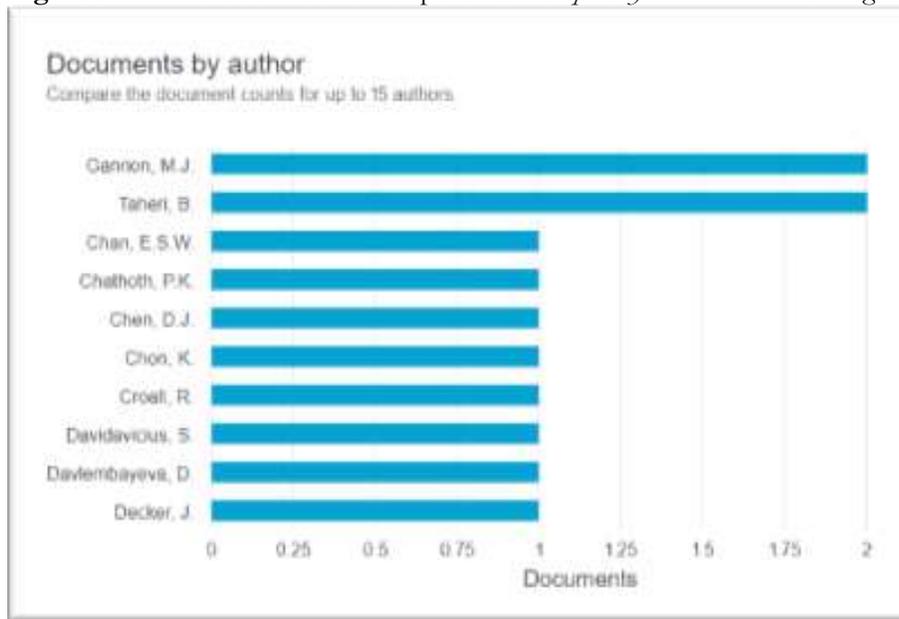


Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)



Com relação ao número de documentos por autores, empatados em primeiro lugar, nesta base de dados, com 2 artigos cada, observou-se os autores M.J. Gannon e B. Taheri (Figura 3). E quanto aos países que mais publicaram artigos com essas temáticas tem-se também um empate entre o Reino Unido e os Estados Unidos, ambos com 3 publicações cada (Figura 4).

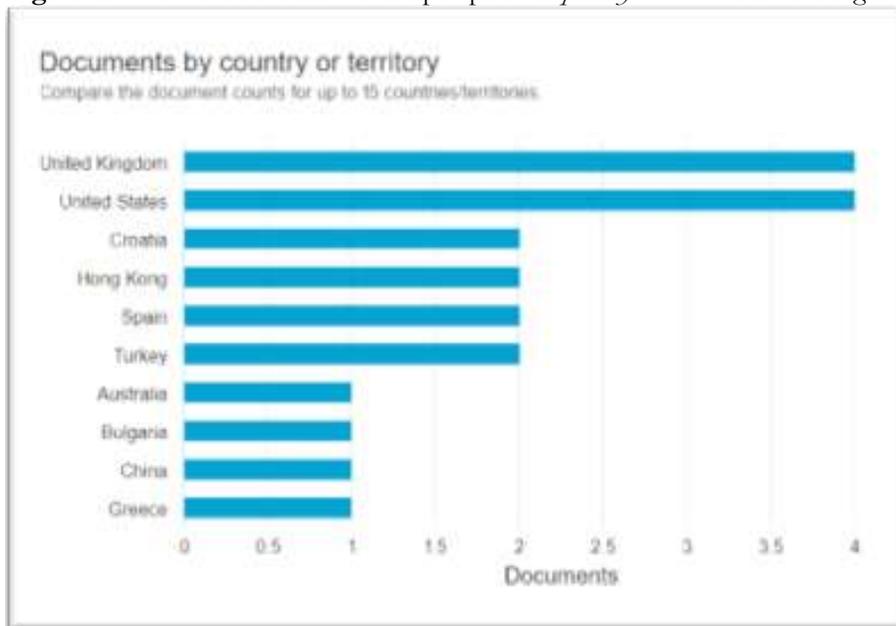
Figura 3 – Número de documentos por autor *“hospitality” AND “new technologies”*



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)



Figura 4 – Número de documentos por país “*hospitality*” AND “*new technologies*”



Fonte: Scopus/ Elsevier (2022)

Foi possível perceber que, de fato, ainda é uma temática muito pouco pesquisada quando da junção desses dois fatores, a hospitalidade e as novas tecnologias. E até mesmo por isso, acredita-se que seja possível construir ainda um vasto campo de conhecimento nessa área. Então, seguindo com a análise, fez-se a leitura de todos os resumos, para avaliar quais de fato, abordavam essas temáticas de maneira integrada, ainda que não necessariamente propondo a hospitalidade urbana tecnológica, uma vez que esta é ainda menos trabalhada.

Então, depois de todos os resumos lidos, seis artigos foram excluídos por não se adequarem à relação existente entre as temáticas e, assim, chegou-se a um total final de 10 artigos (Quadro 2) para serem lidos



na íntegra e analisados quanto ao uso das novas tecnologias na hospitalidade das cidades, seus objetivos e contextos.

Quadro 2: Relação dos artigos analisados e seus objetivos

Artigo	Autores	Ano	Objetivo
Effects of Resistance Barriers to Service Robots on Alternative Attractiveness and Intention to Use	Lee, G., Kim, Y.	2022	Examinou as barreiras de resistência na atratividade alternativa de robôs de serviço e intenção de uso no efeito da resistência à inovação do comportamento do cliente.
The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay	Hao, F., Qiu, R.T.R., Park, J., Chon, K.	2022	Explorou os serviços sob a perspectiva da disposição a pagar dos hóspedes do hotel (WTP)
Tourism getting back to life after COVID-19: Can artificial intelligence help?	Perić, M., Vitezić, V.	2021	Explora intenções dos consumidores ao usar serviços de hospitalidade, quando do relaxamento das restrições ao COVID-19 e a percepção da importância da segurança ao visitar acomodações.
A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward	Utkarsh, Sigala, M.	2021	Analisa o impacto da COVID-19 nas decisões turísticas, marketing de destino, adoção da tecnologia e bem-estar dos turistas.
The effect of perceptions on service robot usage intention: A survey study in the service sector	Meidute-Kavaliauskiene, I., Çiğdem, Ş., Yıldız, B., Davidavicius, S.	2021	Investigou as percepções dos turistas sobre vantagens e desvantagens dos robôs e o efeito do valor percebido em sua intenção de usá-los.
Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: Exploring the Drivers of Intention to Stay in Smart Accommodation	Papagiannidis, S., Davlembayeva, D.	2021	Explora o valor funcional e emocional percebido da acomodação inteligente e fatores que contribuem, adotando a Teoria dos Valores de Consumo e examina o interesse de ficar em acomodações inteligentes no futuro.

Continua



Continuação

Hotel managers' perceptions towards the use of robots: a mixed-methods approach	Ivanov, S., Seyitoğlu, F., Markova, M.	2020	Analisa as percepções dos gerentes de hotéis búlgaros sobre robôs de serviço.
Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y	Ketter, E.	2020	Esclarecer os millennials europeus, suas características e comportamentos de viagem e como suas preferências estão moldando a indústria do turismo.
Calm ICT design in hotels: A critical review of applications and implications	Stankov, U., Filimonau, V., Slivar, I.	2019	Conceitua design de TIC calmo para aplicação no contexto de hospitalidade.
Technology Readiness and Customer Satisfaction with Travel Technologies: A Cross-Country Investigation	Wang, Y., So, K.K.F., Sparks, B.A.	2015	Examina o papel da prontidão tecnológica (TR) como um traço de personalidade na formação da satisfação dos viajantes com as tecnologias de viagem.

Fonte: dados da pesquisa, 2022

Grande parte dos estudos analisados aborda sim a questão das tecnologias no âmbito da hospitalidade, contudo, a maioria tem sido relacionada muito mais ao uso destas novas tecnologias em empreendimentos, principalmente na hotelaria, do que especificamente nos espaços estruturais das cidades.

Os achados corroboram com Osei *et al.* (2020 apud LEE; KIM, 2022), que mencionam que as tecnologias da Indústria 4.0 são integradas aos negócios e têm uma influência considerável na inovação no setor de hospitalidade, ao mesmo tempo em que oferecem oportunidades e



desafios. Estes últimos, os desafios para implantação das novas tecnologias, foram bastante abordados nos estudos analisados.

Algumas pesquisas, como a de Lee e Kim (2022) analisaram, por exemplo, as barreiras de uso de robôs de serviço, mostrando que essa atratividade alternativa aumenta a intenção de uso sim e, como conclusão do estudo, afirmam que os gerentes de hospitalidade podem consultar os resultados aos quais eles chegaram para projetar serviços que poderiam diminuir a barreira de resistência contra o uso de robôs de serviço, sendo mais um recurso da hospitalidade.

O estudo de Hao, Qiu, Park e Chon (2022), aborda a questão do uso de serviços de hospitalidade sem contato, sinalizando que os mesmos são empreendimentos caros com um retorno ainda incerto sobre o investimento. Os achados indicam que a disposição para pagar (WTP – do inglês *willingness to pay*) dos hóspedes nestes tipos de hotéis é influenciada pelos atributos e padrão do hotel, pelos dados demográficos do cliente, pelas variáveis relacionadas às viagens, pela prontidão tecnológica e preocupações com a saúde.

O estudo contribui para o conhecimento sobre a implementação de tecnologia na indústria da hospitalidade e orienta os profissionais de hotelaria a investir de forma inteligente e racional em serviços sem contato.

Sobre a questão da Covid-19, o estudo de Perić e Vitezić (2021), explora as intenções dos consumidores ao usar serviços de hospitalidade, quando do relaxamento das restrições ao COVID-19 e a percepção da importância da segurança ao visitar acomodações. O estudo conclui que a aceitação de dispositivos robóticos de IA (Inteligência Artificial) não



parece ser muito prazerosa, e os cientistas da área de turismo e tecnologia devem focar seus esforços no desenvolvimento de novas tecnologias, incluindo robôs de IA, que aumentarão a segurança dos turistas, sem deteriorar a experiência geral do turismo. Esse achado é muito importante, pois é capaz de levantar um alerta de que não é qualquer tipo de tecnologia que será rapidamente aceita pelos turistas, seja pela dificuldade em usá-la ou por falta de interesse mesmo.

Já no caso de Utkarsh e Sigala (2021), foi analisado o impacto da Covid-19 na tomada de decisões turísticas, no marketing de destino, a adoção de tecnologias e o bem-estar dos turistas ao fazerem uma análise bibliométrica dos estudos existentes sobre a Covid-19, o turismo e a hospitalidade. Mostrando que, como foi sugerido aqui, após a ocorrência da pandemia de Covid-19 haverá sim uma maior preocupação em oferecer hospitalidade através de serviços com o uso das tecnologias para minimizar o maior contato entre as pessoas, quando necessário.

Avaliar as percepções dos clientes de hospedagem sobre vantagens e desvantagens do uso de robôs e o efeito do valor percebido em sua intenção de usá-los foi o intuito do estudo de Meidute-Kavaliauskiene, Çiğdem, Yıldız, e Davidavicius (2021). E mais uma vez, pelo ano de publicação (pós-Covid-19), pode-se afirmar que tenha a ver também com a busca dos chamados serviços *low-touch*, onde os clientes optam por ter menos contato ou interação humana (NVOIP, 2022).

Em um outro estudo sobre hospedagens, Papagiannidis e Davlembayeva (2021), exploram o valor funcional e emocional percebido da hospitalidade quando é feita através de acomodações inteligentes e



fatores que contribuem para isso, adotando a Teoria dos Valores de Consumo e examinam o valor percebido da intenção de ficar nessas acomodações inteligentes no futuro.

Sob uma outra e pouco explorada perspectiva, neste caso, da hospitalidade sendo vista por quem trabalha e produz na cadeia produtiva do turismo, Ivanov, Seyitoğlu e Markova (2020), analisam as percepções dos gerentes de hotéis búlgaros sobre robôs de serviços.

Sobre o já mencionado comportamento do consumidor frente ao uso das tecnologias a serviço da hospitalidade, o estudo de Ketter (2020), esclarece a maneira como a geração chamada de *millenials*, especificamente aqui os europeus, toma suas decisões de viagens, suas características, comportamentos e como suas tendências estão moldando a indústria do turismo. Como achados, nessa pesquisa, esses comportamentos de viagem impulsionam quatro principais microtendências turísticas: turismo criativo, turismo fora do comum, acomodações alternativas e do turismo totalmente digital.

Sob uma perspectiva bem interessante, o artigo de Stankov, Filimonau e Slivar (2019), introduz a noção pouco conhecida, que é o chamado design de TIC “calmo”. Esses autores buscam a conceituação de Weiser e Brown, que em 1995, introduziram o conceito de "tecnologia calma" que defende o design da tecnologia na perspectiva de seus usuários, em vez dos seus provedores.

Para os hóspedes, esta solução calma de design de TIC reduz a barreira do uso da tecnologia e, para os hotéis, oferece melhores oportunidades de promover serviços. Ou seja, é usar a tecnologia de forma



sutil e sem complicar demais a vida dos usuários, neste caso, os turistas, para que os mesmos tenham a melhor experiência possível com o uso desses recursos.

Wang, So e Sparks (2017), examinam o papel da prontidão tecnológica (TR) como um traço de personalidade definido como a propensão a abraçar e usar novas tecnologias para atingir metas e assim os resultados sugerem que os prestadores de serviços de turismo e hotelaria devem incorporar medidas do desempenho do viajante com a tecnologia e a qualidade da disponibilidade tecnológica dos serviços em seu sistema de monitoramento de experiência do cliente.

Sendo assim, não basta apenas oferecer a hospitalidade através da tecnologia, mas é preciso observar se, de fato, a experiência dos turistas com o uso desta está tendo mais qualidade. E desta maneira, pôde-se perceber que embora existam alguns bons estudos sobre a questão do uso das novas tecnologias no contexto da hospitalidade turística, esses são muito mais voltados para o bem receber nos empreendimentos do que, propriamente, na estrutura física das cidades. O que levanta uma importante questão para estudos futuros e até mesmo para as gestões das cidades turísticas poderem usufruir mais de tais meios estruturais e informacionais para melhor receber seus visitantes.

Afinal, como sugere Neuhofer *et al.* (2012), para a co-criação de experiências, as TICs são mais do que apenas uma ferramenta comum, uma vez que elas podem oferecer várias possibilidades de aprimoramento da experiência. E, desta maneira, o papel positivo das TICs tem sido



amplamente reconhecido na literatura da hospitalidade hoteleira (LAW *et al.*, 2014).

É importante observar que, por outro lado, se não for bem planejada ou bem implementada, para Stankov, U., Filimonau, V., Slivar, I. (2019), as TICs também podem diminuir ou mesmo destruir a experiência dos turistas através, por exemplo, de falhas tecnológicas e poluição visual ou sonora, sobrecarga de informações, tecno estresse, design ruim ou uma experiência despersonalizada.

E tudo isso, poderia levar ao contrário do que se propõe em termos de experiências mais interessantes, acessíveis e completas, ou seja, poder-se-ia com o mau planejamento, findar por atrapalhar e até mesmo inviabilizar uma experiência turística mais interessante.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este estudo teve a intenção de analisar como estavam as pesquisas sobre a hospitalidade urbana a partir da chegada das novas tecnologias. Pretendeu-se verificar se existem pesquisas na área que possam ter tratado desse tema e conduzido alguma análise sobre a experiência turística frente a essas novas questões.

Um dos fatores percebido é que o maior uso e acesso a essas tecnologias já é uma questão indiscutível, ou seja, os equipamentos, aparatos e *smartphones* já estão disponíveis e seu uso, muitas vezes, tem sido quase que necessário. Contudo, o que se buscou analisar foi até que ponto as cidades estão preparadas em termos de tecnologias instaladas em suas



estruturas urbanas para viabilizar mais informações para os turistas e moradores.

Bem como, até que ponto a hospitalidade urbana também faz uso das novas tecnologias na cidade, viabilizando uma nova maneira de bem receber os turistas, porém, usando os novos recursos tecnológicos para transmitir informações e recepcionar estes da melhor maneira possível.

Embora a maioria dos estudos encontrados tenha sido sobre o uso dessa hospitalidade tecnológica em empreendimentos, observou-se que estes mesmos estudos fazem avaliações sobre a percepção de uso das tecnologias pelos turistas de uma maneira geral, ou seja, em vários momentos e locais da sua experiência turística.

E os resultados, em sua maioria, mostram uma disposição dos turistas para usar e acessar recursos tecnológicos por vários motivos, desde questões como a necessidade de distanciamento (pandemia), a barreira linguística, a vontade efetiva de usar a tecnologia e até mesmo a possibilidade de agilizar o atendimento nos serviços.

Percebeu-se que uma das principais limitações desse estudo é o fato de que a pesquisa foi feita em apenas uma base de dados, o que gera uma nova possibilidade de pesquisas futuras, sugerindo a busca em outras bases, para que seja possível analisar outros novos estudos sobre essas temáticas.

E, como contribuição, acredita-se que este estudo foi capaz de levantar uma lacuna importante a ser preenchida nas pesquisas, que é a integração entre a hospitalidade urbana e as novas tecnologias, mas, principalmente, expor a necessidade das cidades olharem para essas



questões como desafios atuais e oportunidades de melhor receber os turistas, contribuindo assim, para uma experiência mais rica e de qualidade.

Um outro importante ponto alcançado com esse estudo, foi a proposição da terminologia *Hospitalidade Urbana Tecnológica* referindo-se a disponibilidade tecnológica existente nas cidades para recepcionar, informar e acolher os visitantes.

Afinal, conforme sugerido por Zeng *et al.* (2020), isto tudo pode significar um novo paradigma no qual tecnologias avançadas podem facilitar o projeto de melhorar o turismo na era pós-COVID-19 e assim, contribuir para uma retomada mais efetiva das viagens com qualidade de informações, disponibilidade de acesso e uma maior qualidade da experiência turística.



REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

CAMARGO, L.O.L. A pesquisa em hospitalidade. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, ano V, n. 2, p. 15-51, jul.- dez. 2008.

_____. Hospitalidade, turismo e lazer. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, 13, 2019.

CONNECTEDSMARTCITIES. Disponível em: <https://portal.connectedsmarcities.com.br/2021/09/07/a-cidade-como-destino-turistico-inteligente>. Acesso em outubro de 2022.

ÇAKAR, K.; AYKOL, S. Understanding travellers' reactions to robotic services: A multiple case study approach of robotic hotels. **J. Hosp. Tour. Technol.**, 12, 155–174, 2020.

GRINOVER, L. A hospitalidade urbana: acessibilidade, legibilidade e identidade. **Revista Hospitalidade**, São Paulo, ano III, n. 2, p. 29-50, 2. sem. 2006

_____. **A Hospitalidade, a Cidade e o Turismo**. Aleph, 2007.

HALL, C. Michael; SCOTT, Daniel; GOSSLING, Stefan. Pandemics, transformations and tourism: be careful what you wish for. **Tourism Geographies**. v. 22, n. 3, p. 577-598, 2020

HAO, F., QIU, R. T. R., PARK, J., & CHON, K. The Myth of Contactless Hospitality Service: Customers' Willingness to Pay. **Journal of Hospitality & Tourism Research**, 0(0), 2022.

HOSSAIN, M. (2021). The effect of the Covid-19 on sharing economy activities. **Journal of Cleaner Production**, 280, 124782.

IVANOV, S.; SEYITOĞLU, F.; MARKOVA, M. Hotel managers' perceptions towards the use of robots: a mixed-methods approach, **Inf Technol Tourism** 22, 505–535 (2020).

IVARS-BAIDAL, J. A., CELDRÁN-BERNABEU, M. A., MAZÓN, J.-N., & PERLES-IVARS, Á. F. Smart destinations and the evolution of ICTs: a new scenario for destination management? **Current Issues in Tourism**, 1–20, 2017.

KETTER, E. "Millennial travel: tourism micro-trends of European Generation Y", **Journal of Tourism Futures**, Vol. 7 No. 2, pp. 192-196, 2020.



LASHLEY, C.; MORRISON, A. (orgs.). **Em busca da hospitalidade: perspectivas para um mundo globalizado**. Barueri, SP: Manole (2004).

LAW, R.; BUHALIS, D.; COBANOGLU, C. Progress on information and communication technologies in hospitality and tourism", **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, Vol. 26 No. 5, pp. 727-750, 2014.

LEE, G.; KIM, Y. Effects of Resistance Barriers to Service Robots on Alternative Attractiveness and Intention to Use. **SAGE Open**, 12(2), 2022.

MEIDUTE-KAVALIAUSKIENE I, ÇIĞDEM Ş, YILDIZ B, DAVIDAVICIUS S. The Effect of Perceptions on Service Robot Usage Intention: A Survey Study in the Service Sector. **Sustainability**, 13(17):9655, 2021.

MENDES-FILHO, L.A., MILLS, A., TAN, F.B., & MILNE, S. Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. **Journal of Travel & Tourism Marketing**, 35, 425 – 436, 2018.

MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em <https://www.gov.br/turismo/pt-br/aceso-a-informacao/perguntas-frequentes/ministerio-do-turismo/destinos-turisticos-inteligentes-dti>, acesso em novembro de 2022

MGI - McKinsey Global Institute. Disponível em: <https://mittechreview.com.br/como-a-tecnologia-pode-ajudar-a-melhorar-a-vida-nas-grandes-metropoles>. Acesso em outubro de 2022.

NEUHOFER, B. An Analysis of the Perceived Value of Touristic Location Based Services. In Matthias Fuchs, Francesco Ricci 0001, Lorenzo Cantoni, editors, Information and Communication Technologies in Tourism 2012, **ENTER 2012**, Proceedings of the International Conference in Helsingborg, p. 84-95, 2012.

NVOIP. Disponível em <https://www.nvoip.com.br/blog/low-touch-high-touch/>. Acesso em outubro de 2022.

PAES-CESÁRIO, M.; MENDES-FILHO, L. Uso e aceitação de robôs, inteligência artificial e automação dos serviços em hospitalidade e turismo frente à pandemia de covid-19: uma proposta de pesquisa. **Revista Acadêmica Observatório de Inovação do Turismo**, v. 15, n. 3, dezembro/2021.

PAPAGIANNIDIS, S.; DAVLEMBAYEVA, D. Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: Exploring the Drivers of Intention to Stay in Smart Accommodation Bringing Smart Home Technology to Peer-to-Peer Accommodation: **Information Systems Frontiers**, 2021.



PERIC, M.; VITEZIĆ, V. Tourism Getting Back to Life after COVID-19: Can Artificial Intelligence Help?. **Societies**. 11. 115, 2021.

SEVERINI, V. F.; PANOSSO NETTO, A. Dádiva, cidadania e políticas públicas: aspectos essenciais para a consolidação da hospitalidade urbana. **Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, 14(2), 522-544, 2022.

SOARES, C.M.P. Hospitalidade virtual: uma tentativa de compreensão. **Revista Hospitalidade**. São Paulo, v. X, n. 2, p. 213 - 233, dez. 2013.

UTKARSH; SIGALA, M. A bibliometric review of research on COVID-19 and tourism: Reflections for moving forward, **Tourism Management Perspectives**, Volume 40, 2021,

STANKOV, U., FILIMONAU, V.; SLIVAR, I. Calm ICT design in hotels: A critical review of applications and implications, **International Journal of hospitality Management**, Volume 82, 2019.

WANG, Y., SO, K. K. F., & SPARKS, B. A. Technology Readiness and Customer Satisfaction with Travel Technologies: A Cross-Country Investigation. **Journal of Travel Research**, 56(5), 563–577, 2017.

XIANG, Z.; FESENMAIER, D.R. Big data analytics, tourism design and smart tourism, in Xiang, Z. and Fesenmaier, D.R. (Eds), **Analytics in Smart Tourism Design**, Springer, Berlin, pp. 299- 307, 2017.

ZENG, Z.; CHEN, P.-J.; LEW, A.A. From hightouch to high-tech: COVID-19 drives robotics adoption. **Tour. Geogr.**, 22, 724–734, 2020.