

Tecnologia digital, turismo e os hábitos de consumo dos viajantes contemporâneos

Daniella Barbosa¹
Juliana Medaglia²

Resumo

O desenvolvimento das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) tem impulsionado mudanças no setor de turismo e contribuído para o surgimento de novos modelos de negócio, em que produtos e serviços são oferecidos aos viajantes via plataformas digitais. A popularização da Internet e o advento de inovações tecnológicas como as mídias digitais, os mecanismos de geolocalização e os dispositivos móveis, dentre muitos outros, mudaram o mercado tradicional de viagens e por consequência o perfil dos viajantes no século XXI. Hoje, os viajantes são capazes de planejar suas viagens de forma independente, são bem informados, compartilham suas experiências na estrada em tempo real e têm o poder de influenciar outros viajantes ao produzirem conteúdo relevante sobre os destinos visitados, bem como, avaliações criteriosas sobre os serviços utilizados. O objetivo deste artigo é analisar o impacto da tecnologia digital sobre os hábitos de consumo dos viajantes contemporâneos, apresentando como as plataformas digitais deram autonomia aos viajantes e contribuíram para a construção de uma cultura colaborativa, que por sua vez é responsável por intensificar as relações sociais, permitir a troca de experiências e movimentar uma rede mundial de viajantes. Para tanto, optou-se por uma abordagem exploratória e descritiva, baseada na análise de fontes bibliográficas e, especialmente, de fontes documentais. Foram analisados livros, páginas de web, artigos acadêmicos e sobretudo relatórios mercadológicos recentes sobre os temas tecnologia, perfil do turista contemporâneo e o consumo das viagens na era digital. A partir do cruzamento de dados dos relatórios mercadológicos selecionados foi possível traçar uma síntese dos principais hábitos de consumo destes viajantes altamente conectados e exigentes. Portanto, como resultado do presente estudo, apresentou-se um esboço do perfil de consumo do viajante contemporâneo, no qual foi possível entender como esse viajante consome no ambiente digital e como esses novos hábitos de consumo se materializam em um mercado cada vez mais colaborativo.

Palavras-chave: turismo; tecnologia digital; viajantes; consumo; marketing.

¹ Bacharel em Comunicação – Habilitação Jornalismo (UFG), Tecnóloga em Gestão Hoteleira (CEFET-GO), Tecnóloga em Planejamento Turístico (IFG), Especialista em Mídias Digitais (IPOG). Bolsista do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/8543521679501996> E-mail: dani.bastidoresdeviagem@gmail.com

² Bacharel em Turismo (UAM), Especialista em Marketing (UFSC), Mestre em Turismo e Comunicação (UMA/Espanha) e Doutora em Ciência da Informação (UFMG). Professora adjunto do Curso de Turismo da UFVJM e professora colaboradora do Programa de Pós-graduação em Turismo da UFPR. Lattes: <http://lattes.cnpq.br/5292267261816076> E-mail: julianamedaglia@gmail.com.