Gestão, Empreendedorismo e Inovação em Turismo

Mediação Algorítmica da Inteligência Artificial Generativa na Visibilidade Territorial do Turismo no Polo Costa das Dunas-RN

Vitória Belo[1]

Marcelo Porte[2]

Luiz Mendes Filho[3]

1. INTRODUÇÃO

A transformação digital no setor turístico tem sido impulsionada por tecnologias emergentes que redefinem o acesso à informação e o planejamento de viagens. Esse contexto reconfigura as dinâmicas do setor, impactando tanto a gestão de destinos quanto o comportamento dos turistas, que passam a recorrer às plataformas digitais para o planejamento de viagens, em detrimento da dependência histórica de agências tradicionais (Mendes-Filho *et al.*, 2017).

Nesse cenário, a Inteligência Artificial emerge como um novo agente mediador, transformando a experiência do turista por meio da personalização e da otimização de processos, desde sistemas de recomendação até a automação de serviços (Erdős *et al.*, 2025; Porto *et al.*, 2023). Com a ascensão recente da Inteligência Artificial Generativa, observa-se uma ampliação da autonomia dos usuários, uma vez que essas ferramentas permitem a geração automatizada de conteúdos originais e roteiros personalizados com base em preferências individuais e dados contextuais (Flores-Flores *et al.*, 2025; Ilieva *et al.*, 2024).

Entretanto, para além dos benefícios operacionais, a Inteligência Artificial deve ser analisada como um elemento estruturante que influencia práticas sociais e territoriais (Hall e Cooper, 2025). Nesse sentido, os sistemas algorítmicos atuam na

[1]Bacharel em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN).Mestrando em andamento em Turismo pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. vitoria.belo.184@ufrn.edu.br. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

[2]Graduado em Ciências Contábeis, Administração e Gestão em Turismo. Pós-Doutor em Educação pela Universidade Federal do Tocantins. marcelo.porte@ufrn.br. Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

[3]Graduado em Ciências da Computação. Pós-Doutor em Turismo pela Bournemouth University. luiz.mendes@ufrn.br . Universidade Federal do Rio Grande do Norte.

organização e hierarquização de informações, configurando processos de curadoria que impactam diretamente a narrativa e a visibilidade dos destinos (Camargo, 2025).

Adicionalmente, ainda que a Inteligência Artificial influencie a competitividade ao determinar localidades recomendadas (Srivastava *et al.*, 2025), os estudos sobre os efeitos dessa mediação na visibilidade territorial, especialmente em contextos periféricos, permanecem incipientes, evidenciando lacunas quanto aos impactos geográficos desse processo. No contexto brasileiro, as desigualdades regionais na adoção tecnológica podem reforçar assimetrias competitivas, o que torna o Polo Costa das Dunas, no Rio Grande do Norte, um objeto de análise pertinente, considerando sua relevância turística e seus desafios de visibilidade digital.

Diante disso, este trabalho tem como objetivo analisar como a Inteligência Artificial Generativa, por meio da mediação algorítmica, influencia a visibilidade territorial e a competitividade dos destinos do Polo Costa das Dunas.

2. METODOLOGIA

A pesquisa caracteriza-se como um estudo de abordagem quantitativa e natureza descritiva. Segundo Marconi e Lakatos (2003), a pesquisa quantitativo-descritiva tem como finalidade delinear características de fenômenos e identificar variáveis relevantes. O recorte espacial delimitado corresponde ao Polo Costa das Dunas (RN), tendo como unidade de análise os roteiros turísticos gerados por ferramentas de Inteligência Artificial Generativa.

No que se refere à coleta de dados, esta será realizada por meio da aplicação de *prompts* padronizados (“Roteiro de viagem…”, “Roteiro econômico…” e “Roteiro de luxo…”), sendo cada comando repetido três vezes, com o objetivo de garantir a consistência das respostas. O banco de dados será estruturado a partir da sistematização dos destinos citados, considerando a frequência de ocorrência, a posição no roteiro e o tipo de *prompt*[4]. As variáveis principais são frequência, concentração e diversidade territorial, operacionalizadas por meio dos seguintes indicadores: o Índice de Concentração Algorítmica (ICA), utilizado para avaliar o grau de concentração de destinos específicos, e o Índice de Diversidade Territorial

[4] Comando textual inserido em sistemas de Inteligência Artificial Generativa para orientar a geração de respostas.

(IDT), empregado para mensurar a variedade geográfica da oferta (Souza, 2025; Camargo, 2025).

A análise dos dados será realizada por meio de procedimentos quantitativos, envolvendo a contagem de frequência dos destinos mencionados, a organização das informações em tabelas e a aplicação dos indicadores propostos. O Índice de Concentração Algorítmica (ICA) permitirá mensurar o grau de concentração das recomendações em determinados destinos, enquanto o Índice de Diversidade Territorial (IDT) possibilitará avaliar a amplitude da distribuição geográfica das sugestões geradas.

Adicionalmente, será conduzida uma análise comparativa entre os diferentes tipos de *prompts* (“viagem”, “econômico” e “luxo”), com o intuito de identificar variações nos padrões de recomendação e possíveis evidências de segmentação territorial. A interpretação dos resultados buscará evidenciar padrões recorrentes, assimetrias na visibilidade dos destinos e indícios de hierarquização algorítmica no contexto do Polo Costa das Dunas.

3. RESULTADOS

Os resultados esperados, com base na literatura, indicam que a mediação algorítmica tende a concentrar a visibilidade em destinos com maior volume de Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU) e maior densidade de rastros digitais, resultando em um Índice de Concentração Algorítmica elevado para ícones turísticos consolidados (Camargo, 2025; Mendes-Filho *et al.*, 2017).

Adicionalmente, espera-se que roteiros classificados como “luxo” e “econômicos” apresentem variações no Índice de Diversidade Territorial, evidenciando processos de segmentação territorial induzidos pela Inteligência Artificial Generativa no contexto do Polo Costa das Dunas (Camargo, 2025).

Embora essas ferramentas ampliem a eficiência na criação de roteiros turísticos (Finger, 2025), a recorrente replicação de padrões pode contribuir para a marginalização de atrativos emergentes, comprometendo a competitividade de municípios com menor densidade digital e menor presença em ambientes informacionais (Srivastava *et al.*, 2025).

PALAVRAS-CHAVE

Inteligência Artificial Generativa, Mediação Algorítmica, Polo Costa das Dunas, Turismo Inteligente, Visibilidade Territorial.

REFERÊNCIAS

Camargo, F. M. V. (2025). *Aplicação da inteligência artificial para o fortalecimento da marca de destino turístico: um enfoque nos ícones de cidades da Espanha e do Brasil*. Artigo científico (Graduação em Turismo). Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Natal.

Erdős, F., Thinakaran, R., Firuza, B., & Koloszár, L. (2025). The rise of AI in tourism: A systematic literature review. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 60(2spl), 1254–1265. https://doi.org/10.30892/gtg.602spl22-1498

Finger, V. M. (2025). *Turismo inteligente: Inteligência artificial para personalização de roteiros de viagem baseada em interesses do usuário*. Trabalho de conclusão de curso (Graduação em Ciência da Computação). Universidade La Salle (Unilasalle).

Flores-Flores, R., Alamo-Larrañaga, K., Córdova-Calle, E. A., Arévalo-Pinchi, J. L., Rodríguez-Sánchez, J., & Navarro-Cabrera, J. R. (2025). Generative artificial intelligence in tourism: Current status and emerging trends. *LatIA*, 3, 306. https://doi.org/10.62486/latia2025306

Hall, C. M., & Cooper, C. (2025). Making tourism smart in the age of artificial intelligence. *Current Issues in Tourism*, 28(1), 1–5. https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2460922

Ilieva, G., Yankova, T., & Klisarova-Belcheva, S. (2024). Effects of generative AI in tourism industry. *Information*, 15, 671. https://doi.org/10.3390/info15110671

Mendes-Filho, L., Mills, A. M., Tan, F. B., & Milne, S. (2017). Empowering the traveler: An examination of the impact of user-generated content on travel planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*. https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1358237

Porto, A. P. dos S., França Júnior, V. N., & Pozzebon, E. (2023). Contribuições da inteligência artificial para o turismo. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 15(4), 1028–1043.

Srivastava, G., Bag, S., Ramudu, P. J., Shrivastav, S. K., Pueschel, J., & Benabdellah, A. C. (2025). Theoretical perspectives on the impact of generative AI on the tourism sector: A literature review. *Journal of Global Information Management*, 33(1). https://doi.org/10.4018/JGIM.388177