

Destinos Turísticos Inteligentes no espaço rural: oportunidades para a inovação

Smart Tourism Destinations in rural areas: opportunities for innovation

Afonso Guilherme Ferreira Egidio Antiqueira
Universidad Federal del Gran Dourados - UFGD
afonsoegidio2013@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0002-1829-0507>

Erlaine Binotto
Universidad Federal del Gran Dourados – UFGD
erlainebinotto@ufgd.edu.br
<https://orcid.org/0000-0002-0349-4566>

Giovana Goretti Feijó Almeida
CiTUR, Instituto Politécnico de Leiria – ESTM
goretti.giovana@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0956-1341>

Paulo Almeida
CiTUR, Instituto Politécnico de Leiria – ESTM
palmeida@ipleiria.pt
<https://orcid.org/0000-0002-4797-2128>

Madalena Maria Schlindwein
Universidad Federal del Gran Dourados – UFGD
madalenaschlindwein@ufgd.edu.br
<https://orcid.org/0000-0002-4387-9786>

Recibido/Received: 03/09/2025

Aceptado/Accepted: 16/11/2025

RESUMO:

Este estudo investiga a relação entre destinos turísticos inteligentes (DTIs) e o turismo no espaço rural por meio de uma revisão sistemática da literatura. A partir da análise de 43 artigos selecionados das bases Scopus, Web of Science e SciELO, a pesquisa identificou temas centrais que conectam as duas áreas. Os resultados destacam a importância do uso de Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) nos empreendimentos, a gestão do conhecimento como motor de inovação e a participação dos stakeholders no desenvolvimento de políticas públicas para os DTIs. Outros pontos relevantes incluem as mudanças no consumo do turista, a necessidade de garantir acessibilidade, o aprimoramento da promoção

e marketing, e a atualização das competências dos gestores rurais diante das novas tecnologias. A análise geográfica revela concentração de estudos na Europa e América do Sul, indicando lacunas de pesquisa em outras regiões. Conclui-se que há um caminho promissor para a expansão dos DTIs no espaço rural, mas o sucesso depende de estratégias integradas e políticas adequadas. A articulação entre tecnologia, inovação, sustentabilidade e governança é fundamental para que o turismo no espaço rural se desenvolva de forma sustentável, inclusiva e competitiva no cenário global.

Palavras-chave: Destinos Turísticos Inteligentes; turismo rural; turismo no espaço rural; tecnologia da informação e comunicação; revisão sistemática

ABSTRACT:

This study examines the relationship between smart tourism destinations (STDs) and tourism in rural areas based on a systematic literature review of 43 articles retrieved from the Scopus, Web of Science, and SciELO databases. The research identified core themes connecting both fields, such as the importance of using information and communication technologies (ICT) in rural tourism businesses, knowledge management as a driver of innovation, and stakeholder participation in the development of public policies for STDs. Other significant findings included changes in tourist consumption patterns, the need to ensure accessibility, improvements in promotion and marketing strategies, and the updating of skills among rural managers in light of new technologies. The geographical analysis revealed a concentration of studies in Europe and South America, indicating research gaps in other regions. The study concludes that there is a promising path for the expansion of STDs in rural areas, but success will depend on integrated strategies and appropriate policies. Coordination between technology, innovation, sustainability, and governance is essential for rural tourism to develop sustainably, inclusively, and competitively in the global context.

Keywords: Smart Tourism Destinations; rural tourism; tourism in rural areas; information and communication technology; systematic review

CÓMO CITAR ESTE ARTÍCULO/ HOW TO CITE THIS ARTICLE

Antiqueira, Afonso Guilherme Ferreira Egidio, Binotto, Erlaine, Almeida, Giovana Goretti Feijó, Almeida, Paulo y Schlindwein, Madalena Maria (2026). Destinos Turísticos Inteligentes no espaço rural: oportunidades para a inovação. *Rotur, Revista de Ocio y Turismo*, 16(2), 69-95. <https://doi.org/10.17979/rotur.2026.20.1.12588>

I. INTRODUÇÃO

O turismo configura-se como uma atividade estratégica para a economia brasileira, ao contribuir significativamente para a geração de emprego, renda e desenvolvimento regional (Rabahy, 2019). Dados recentes reforçam essa relevância: entre outubro de 2024 e janeiro de 2025, foram projetadas 76,5 mil vagas temporárias no setor, sobretudo nas áreas de alimentação, transporte e hospedagem (Ministério do Turismo, 2024), enquanto o ingresso de turistas internacionais em janeiro de 2025 cresceu 55% em relação ao ano anterior, totalizando quase 1,5 milhão de visitantes (Embratur, 2025). Esse cenário evidencia a retomada do turismo e sua importância socioprofissional, amplamente reconhecida pela população brasileira.

Paralelamente, o processo de modernização do turismo tem sido impulsionado pelo uso das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs), que ampliam a eficiência da gestão, favorecem modelos inovadores e fortalecem a competitividade dos destinos (Filho & Silva, 2019; Mendes Filho *et al.*, 2022). Nesse contexto, emergem os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI), caracterizados como espaços inovadores apoiados por infraestrutura tecnológica, orientados à sustentabilidade, à acessibilidade e à qualificação da experiência turística, ao mesmo tempo em que promovem a melhoria da qualidade de vida da população local (Segittur, 2016).

O modelo de DTI surgiu na Espanha e foi adaptado ao contexto brasileiro pelo Ministério do Turismo a partir de 2021. O projeto-piloto, realizado em parceria com o *Instituto Ciudades del Futuro*, contou com 10 destinos nas cinco regiões brasileiras, que receberam certificação de "DTI em Transformação" em 2022. O Manual Metodológico de DTI Brasil, lançado em 2022, estrutura a estratégia em nove eixos: Governança, Inovação, Tecnologia, Sustentabilidade, Acessibilidade, Promoção e Marketing, Segurança, Mobilidade e Transporte, e Criatividade (Ministério do Turismo, 2022).

A noção de inteligência turística amplia essa perspectiva ao integrar informação, conhecimento e tomada de decisão estratégica em sistemas articulados de planejamento territorial (Chen *et al.*, 2022; Ivars-Baidal & Rebollo, 2019). Assim, a inteligência de um destino não se limita à adoção de tecnologias digitais, mas resulta da interação entre governança, saberes locais e processos colaborativos (Corrêa & Gosling, 2021; Ballina, 2022). No espaço rural, essa lógica ganha especial relevância após a pandemia de COVID-19, período em que se intensificou a busca por destinos menos densos, sustentáveis e associados ao contato com a natureza, reforçando representações do rural como espaço de refúgio e bem-estar (Silva & Silva, 2021; Zúñiga-Sarango *et al.*, 2020).

O turismo no espaço rural abrange diferentes modalidades, como ecoturismo, agroturismo, turismo cultural, esportivo e de aventura, e caracteriza-se pela aproximação entre visitantes urbanos e o modo de vida no campo (Santos & Custódio, 2012). Embora esse segmento seja reconhecido por seu potencial de desenvolvimento territorial e valorização sociocultural, a aplicação do modelo de DTI em áreas rurais ainda é incipiente e fragmentada. A literatura concentra-se majoritariamente em contextos urbanos e raramente articula o turismo rural aos pilares estruturantes do DTI, como governança, inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade (Gretzel *et al.*, 2015; Segittur, 2022).

A questão que orienta esta pesquisa é: como se estabelece a relação entre DTI e o turismo no espaço rural? Para melhor investigar a relação entre DTI e turismo no espaço rural, esta revisão sistemática tem como objetivo geral:

- Analisar a relação entre DTI e turismo no espaço rural, considerando as categorias de sustentabilidade, tecnologia, inovação, governança, acessibilidade, promoção e marketing, competências e habilidades.

Neste contexto, os objetivos específicos são:

- a. Mapear a distribuição geográfica, as categorias temáticas da produção científica sobre DTI no espaço rural.

- b. Examinar a relação entre a elevada digitalização dos turistas e as limitações de infraestrutura, inovação, e acessibilidade nos destinos rurais mediado pelo uso das TICs.
- c. Identificar as competências, habilidades e o perfil profissional indicado para gestores do turismo no espaço rural.
- d. Descrever as dimensões de sustentabilidade ambiental e social à luz do DTI em territórios rurais, articulando identidades locais, conservação de recursos e engajamento comunitário.
- e. Compreender os modelos de governança participativa e políticas públicas requeridos para coordenar *stakeholders* e operacionalizar o DTI no espaço rural.
- f. Descrever as estratégias de promoção e marketing digital para destinos rurais, considerando o uso de redes sociais, geolocalização e *branding*.
- g. Mapear a convergência entre os eixos de DTI e as lacunas conceituais, metodológicas e empíricas na literatura sobre turismo rural inteligente.

Este estudo contribui em três dimensões complementares. Teoricamente, reinterpreta o modelo de DTI para contextos rurais, evidenciando como inteligência territorial articula tecnologia, conhecimento local e governança participativa. Empiricamente, sintetiza a apropriação de DTI em territórios rurais, mapeando lacunas conceituais e metodológicas. Praticamente, identifica competências necessárias para gestores rurais e contextos em que pesquisas futuras são urgentes.

Destaca-se ainda o potencial de observatórios de turismo e sistemas de inteligência territorial na adaptação de DTI ao espaço rural. A *International Network of Sustainable Tourism Observatories* (INSTO) demonstra como esses instrumentos monitoram impactos para informar decisões mais sustentáveis. A articulação entre observatórios, redes de destinos inteligentes e políticas públicas, reforça que compreender turismo no espaço rural exige abordagem sistêmica de inteligência territorial, transcendendo a simples transferência de tecnologias digitais.

II. ANTECEDENTES DE PESQUISA

O debate internacional sobre DTI tem se consolidado nas últimas décadas ao integrar inovação, tecnologia, governança colaborativa e sustentabilidade. Inicialmente, os modelos de DTI concentravam-se na infraestrutura digital e no uso de dados como instrumentos de aumento da competitividade dos destinos (Gretzel *et al.*, 2015). Com o avanço do campo, entretanto, passou-se a compreender os DTI como ecossistemas socio-territoriais complexos, nos quais a tecnologia atua de forma articulada à participação social e ao planejamento estratégico do turismo (Ivars-Baidal & Rebollo, 2019).

Nesse contexto, destaca-se a contribuição de Caamaño-Franco *et al.* (2024), que propõem um modelo de inteligência territorial aplicado ao turismo rural, estruturado em três dimensões centrais: a paisagem como elemento organizador do território, a governança colaborativa e a integração entre tecnologia, conhecimento e participação social. Para os autores, a paisagem rural não apenas configura o espaço físico, mas orienta o planejamento turístico e media as relações entre sociedade, ambiente e atividade turística. A inteligência territorial, nessa perspectiva, emerge da articulação entre informação geográfica, saberes locais, tecnologias digitais e mecanismos de governança, ampliando a concepção tradicional de DTI ao reconhecer a identidade do território e a co-criação com as comunidades locais como condições fundamentais.

Apesar desse avanço teórico, o modelo de DTI difundido por organismos internacionais, como a Segittur, ainda reflete predominantemente realidades urbanas e destinos consolidados, sobretudo de sol e praia (Boes *et al.*, 2016; Gretzel *et al.*, 2015; Segittur, 2022). Essa matriz urbana, centrada em infraestrutura digital, plataformas de dados e soluções padronizadas, tende a desconsiderar especificidades dos territórios rurais, como baixa densidade populacional, conectividade limitada, presença marcante da agricultura familiar e maior dependência de redes comunitárias e conhecimento local (Lane & Kastenholtz, 2015; Campanhola & Silva, 2000). Assim, a literatura recente aponta a necessidade de reinterpretar o DTI a partir de uma lógica de inteligência territorial, mais sensível às dinâmicas produtivas, à paisagem e à governança multiescalar dos espaços rurais (Caamaño-Franco *et al.*, 2024). Nesse debate, os observatórios de turismo assumem papel estratégico como infraestruturas de inteligência capazes de monitorar fluxos, impactos e percepções de forma contínua, fortalecendo a tomada de decisão baseada em evidências. A rede International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO), coordenada pela UN Tourism, exemplifica essa abordagem ao reunir observatórios voltados ao acompanhamento de impactos econômicos, ambientais e socioculturais em diferentes destinos (UN Tourism, 2019). Experiências espanholas, como os observatórios de Navarra e Bizkaia, demonstram como esses dispositivos podem apoiar o planejamento turístico e dialogar diretamente com o modelo DTI, ao fornecer indicadores alinhados às dimensões de governança, sustentabilidade e competitividade (Caamaño-Franco *et al.*, 2024). No Brasil, embora existam iniciativas estaduais e municipais, ainda persiste um distanciamento entre o discurso da inteligência turística e a implementação efetiva de sistemas robustos de monitoramento em áreas rurais (Souza & Chiodi, 2023).

Estudos internacionais indicam que práticas inteligentes em territórios rurais podem ampliar a competitividade, qualificar a experiência turística, fortalecer a gestão pública e promover a sustentabilidade (Boes *et al.*, 2016; Lane & Kastenholtz, 2015). No entanto, tais benefícios dependem de processos colaborativos de decisão e de arranjos institucionais capazes de integrar diferentes atores, especialmente em contextos de baixa densidade populacional e forte dependência de recursos naturais (Caamaño-Franco *et al.*, 2024). A revisão sistemática de El Archi *et al.* (2023) reforça essa perspectiva ao evidenciar que governança participativa, sustentabilidade ambiental e inovação social constituem eixos centrais para a implementação de DTI, enquanto a infraestrutura digital, isoladamente, é insuficiente para caracterizar um destino como inteligente.

A experiência espanhola liderada pela Segittur consolidou-se como referência internacional ao estruturar uma metodologia de DTI baseada em cinco eixos, governança, inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade, associada a processos de diagnóstico, planejamento e monitoramento contínuo (Segittur, 2022; 2024). A criação da Rede de DTI e o desenvolvimento de plataformas interoperáveis evidenciam a aposta em soluções padronizadas orientadas por dados. Contudo, a predominância de casos urbanos e litorâneos, em detrimento de aplicações sistematizadas em territórios rurais, reforça a relevância de investigar como o modelo DTI tem sido apropriado e adaptado a contextos de baixa densidade e forte identidade territorial. No Brasil, a incorporação do modelo de DTI ocorre por meio da Estratégia Nacional DTI Brasil, que adapta os eixos de governança, inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade às especificidades territoriais do país, embora sua aplicação ainda se concentre majoritariamente em destinos urbanos, revelando desafios para a operacionalização do modelo em contextos rurais (Ministério do Turismo, 2022).

Dessa forma, o marco teórico deste estudo organiza-se em quatro eixos inter-relacionados: (i) os DTI como modelo de gestão integrada orientado por dados, inovação e sustentabilidade; (ii) o turismo rural como território estratégico estruturado pela paisagem; (iii) a inteligência territorial como abordagem que articula tecnologia, conhecimento local e governança; e (iv) a co-criação e as redes de atores como condições essenciais para soluções inteligentes em contextos rurais. Com base nessas dimensões, esta revisão sistemática busca compreender como a literatura tem interpretado, aplicado e adaptado o conceito de DTI ao turismo no espaço rural.

III. METODOLOGIA

Este estudo é de natureza qualitativa, de tipo exploratório-descritivo. Utilizou-se o método de revisão sistemática da literatura (RSL), processo efetuado para analisar a literatura disponível em uma área específica do saber, por meio de um protocolo que é replicável e transparente. De acordo com Tranfield *et al.* (2003), a RSL é um recurso fundamental no processo de pesquisa acadêmica, empregado para administrar e examinar a variedade de um conhecimento particular, além de oferecer evidências que se destacam pela qualidade, legitimidade e autoridade. Para este estudo, foi utilizada a metodologia PRISMA (Page *et al.*, 2021), incorporando a aplicação do checklist durante a execução e um fluxograma com as etapas realizadas, como: identificação, triagem e inclusão.

3.1 Estratégias de busca e bases de dados

As buscas foram realizadas nas bases de dados: Scopus, Web of Science e SciELO, no título do artigo, resumo ou palavras-chaves (*article, title, abstract, keywords*). A estratégia de busca foi desenvolvida com base em três pilares conceituais fundamentais: (1) o conceito de DTI (2) as diferentes denominações para turismo em áreas não urbanas, e (3) o contexto específico do Brasil.

Foram escolhidos os seguintes descritores, conforme as justificativas:

- **"Smart tourism destinations"**: descritor principal que representa o conceito central da investigação, amplamente consolidado na literatura internacional para designar destinos que integram tecnologia, sustentabilidade e governança.
- **"Rural tourism"**: termo utilizado internacionalmente para designar atividades turísticas desenvolvidas em meio rural, com foco na experiência agrícola e no modo de vida campestre.
- **"Nature tourism"**: incluído para capturar estudos que abordam o turismo baseado em recursos naturais, frequentemente associado a áreas rurais, mas com foco na conservação ambiental e no ecoturismo.
- **"Tourism in rural areas"**: expressão mais abrangente que engloba diferentes modalidades de turismo praticadas no espaço rural, incluindo agroturismo, turismo verde, turismo de aventura e turismo cultural rural.
- **"Brazil"**: adicionado às buscas para identificar estudos desenvolvidos especificamente no contexto brasileiro, permitindo comparações com experiências internacionais.

Utilizou-se o operador booleano *AND* para garantir que os resultados retornassem artigos que abordassem simultaneamente os dois conceitos centrais: DTI e turismo no espaço rural, e *OR*

para ampliações das buscas. A estrutura lógica das buscas foram: ("*Smart tourism destinations*") AND ("*Rural tourism*" OR "*Nature tourism*" OR "*Tourism in rural areas*"). Adicionalmente, buscas específicas foram realizadas combinando ("Destinos turísticos inteligentes") AND ("Turismo Rural" OR "Turismo de Natureza" OR "Turismo no espaço rural") em português, para capturar a produção científica nacional, especificamente na base de dado SciELO por ter uma concentração maior de estudos publicados na América do Sul. O uso de aspas (") em todos os descritores teve como objetivo buscar as expressões exatas, evitando variações indesejadas e garantindo maior precisão nos resultados. No Tabela 1, encontra-se as bases e termos de buscas utilizados na coleta dos artigos.

Tabela 1. Bases e termos de buscas utilizados na coleta dos artigos

Base	Termos de busca e forma
<i>Web of science</i>	("Smart tourism destinations") AND ("Rural tourism" OR "Nature tourism" OR "Tourism in rural areas").
<i>Scopus</i>	("Smart tourism destinations") AND ("Rural tourism" OR "Nature tourism" OR "Tourism in rural areas").
SciELO	("Destino turístico inteligente") AND ("Turismo Rural" OR "Turismo de Natureza" OR "Turismo no espaço rural")

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

3.2. Critérios de seleção

Utilizou-se artigos completos, escritos na língua inglesa e portuguesa, publicados entre 2002 e 2025, um intervalo de publicações de 23 anos. Em relação a seleção das bases de dados para a realização das buscas, considerou-se a relevância no meio científico, e por reunir produções revisadas por pares. Os termos/descriptores utilizados nas buscas foram escolhidos por suas correlações com o objetivo do artigo. A utilização de aspas (") e asterisco (*), garantiu maior precisão nos resultados.

Os resultados iniciais trouxeram 199 artigos, conforme a base de dados e termo/descriptor. Com o apoio do software Start, foi observada a duplicidade de 92 artigos entre as bases de dados pesquisadas, restando 107 trabalhos, dentre essa quantia, 18 artigos foram excluídos por artigos publicados em outros meios que não sejam periódicos e artigos não disponíveis para *download* de forma gratuita. Foram selecionados 89 artigos para a leitura do título, resumo e palavra-chave, levando em consideração o objetivo deste estudo, 32 artigos foram excluídos pelos seguintes motivos: metodologia inconsistente; trabalhos publicados em outros meios sem ser periódicos e artigos não disponíveis para *download* de forma gratuita. Assim, 57 artigos foram considerados elegíveis para a realização da leitura completa.

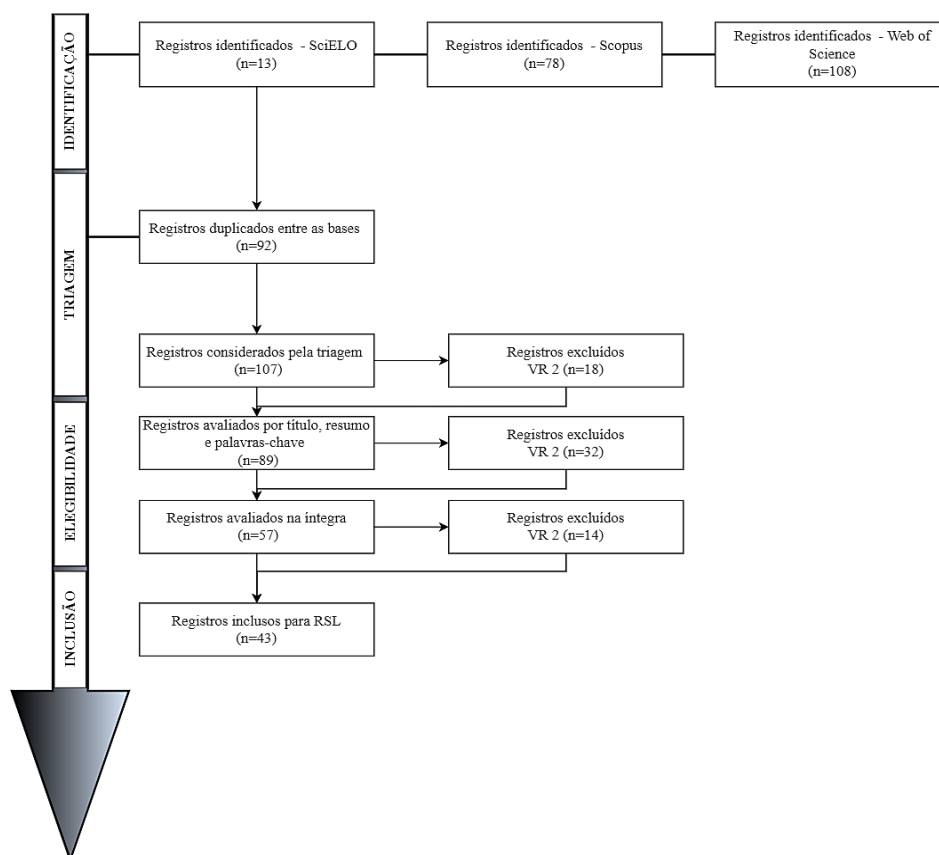
Por fim, todos os artigos pré-selecionados foram analisados na íntegra (introdução, referencial teórico, metodologia, resultados, discussões e considerações finais), e considerou-se os critérios de inclusão, previamente definidos (Tabela 2).

Tabela 2. *Critérios de inclusão*

Artigos completos e de revisão sobre DTI e Turismo Rural que tratam sobre DTI, sustentabilidade e Turismo no Espaço Rural.
Artigos empíricos de abordagem qualitativa ou mista sobre DTI, sustentabilidade e Turismo no Espaço Rural.
Fator de impacto do periódico acima de 3,13.
Revisão por pares
Artigos em língua inglesa e portuguesa

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Após a leitura, foram rejeitados 14 artigos, por não tratarem sobre DTI ou turismo no espaço rural, inviabilizando a contribuição para este estudo (Figura 1). Por fim, foram analisados 43 artigos que tratam sobre a temática investigada.

Figura 1. *Fluxograma do protocolo PRISMA*

Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

III.3. Análise dos dados

A análise dos dados foi conduzida por meio da técnica de análise de conteúdo, entendida como um conjunto de procedimentos sistemáticos que permite produzir inferências válidas e replicáveis a partir das comunicações, desenvolvendo-se em três etapas: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados, inferência e interpretação (Bardin, 2016). Trata-se de um método amplamente utilizado em pesquisas qualitativas por possibilitar tanto a organização estruturada das informações quanto a interpretação crítica de significados implícitos (Seramim & Walter, 2017).

No processo de categorização, adotou-se uma estratégia combinada dedutiva e indutiva. Dedutivamente, foram adotadas como categorias a priori o modelo DTI Brasil: Sustentabilidade, Tecnologia (TICs), Inovação, Promoção e Marketing, Governança e Acessibilidade (Ministério do Turismo, 2022). Indutivamente, a leitura aprofundada dos 43 artigos permitiu a emergência de novas categorias relacionadas ao turismo no espaço rural e às competências e habilidades, em consonância com a premissa de que a análise de conteúdo pode partir tanto de referenciais teóricos quanto do próprio material empírico (Elo & Kyngäs, 2008; Gondim & Bendassolli, 2014). As categorias finais resultaram da combinação dessas duas abordagens, assegurando, ao mesmo tempo, coerência com os referenciais metodológicos adotados e abertura para captar especificidades reveladas pelo material empírico analisado (Gondim & Bendassolli, 2014).

Para tornar o processo mais transparente, apresentam-se alguns exemplos de codificação: (a) trechos que discutiam o uso de smartphones, aplicativos de geolocalização e redes sociais por turistas em áreas rurais foram codificados inicialmente como “TICs” e, em seguida, agrupados em subcódigos como “comportamento digital do turista” e “presença online dos destinos”; (b) passagens que enfatizavam a participação de agricultores, associações locais e poder público na tomada de decisão foram codificadas como “governança” e, quando destacavam processos colaborativos de planejamento, refinadas como “governança participativa”; (c) trechos que tratavam da qualificação de gestores, lacunas de habilidades digitais e necessidade de formação foram codificados como “competências e habilidades” e, posteriormente, organizados em subcategorias como “competências digitais”, “gestão de conhecimento” e “formação em turismo rural”.

A integração entre as abordagens dedutiva e indutiva ocorreu em ciclos sucessivos de leitura e recodificação. Em um primeiro momento, todos os textos foram codificados com base nas categorias a priori derivadas do modelo DTI Brasil. Em seguida, à medida que novos temas recorrentes emergiam, como “turismo no espaço rural” ou “competências de gestores”, esses códigos foram incorporados ao sistema de categorias e aplicados retroativamente ao corpus, em linha com a lógica de refinamento progressivo típica da análise de conteúdo qualitativa (Elo & Kyngäs, 2008; Bardin, 2016). Esse procedimento permitiu tanto preservar o alinhamento com referenciais consolidados quanto captar especificidades do fenômeno estudado.

O processo de análise de conteúdo foi operacionalizado com o apoio do software ATLAS.ti, seguindo um protocolo rigoroso de codificação e análise temática. A análise desenvolveu-se em cinco fases integradas: inicialmente, os 43 artigos selecionados foram importados para o ATLAS.ti, organizados na Unidade Hermenêutica com códigos alfanuméricos e metadados associados. Em seguida, realizou-se a codificação, envolvendo leitura integral dos textos,

seleção de trechos relevantes (quotations), atribuição de códigos temáticos e registro de memos analíticos. A terceira fase consistiu na categorização dedutiva, com categorias a priori baseadas nos eixos do modelo DTI Brasil (governança, sustentabilidade, inovação, TICs e acessibilidade). Na quarta fase, adotou-se uma categorização indutiva, a partir da qual emergiram novas categorias relacionadas ao turismo no espaço rural, promoção e marketing, e competências e habilidades. Por fim, na quinta fase, procedeu-se à análise temática, construção de redes conceituais e interpretação dos resultados, complementadas por visualizações como mapas de relações e nuvens de palavras para representar as conexões entre DTI e turismo no espaço rural.

Para garantir rigor e confiabilidade na análise, adotaram-se dois critérios centrais: consistência interna, assegurada por revisões periódicas dos códigos para manter uniformidade na categorização, e triangulação, realizada por meio do confronto sistemático dos achados com a literatura de referência, garantindo coerência às interpretações. Todos os artigos pré-selecionados foram analisados integralmente, considerando introdução, referencial teórico, metodologia, resultados, discussões e conclusões, e avaliados conforme os critérios de inclusão previamente estabelecidos. Ao final do processo, 43 artigos que abordavam DTI ou turismo no espaço rural compuseram o corpus definitivo do estudo.

IV. ANÁLISES DOS RESULTADOS

De posse dos 43 artigos com temáticas sobre destinos turísticos inteligente e turismo no espaço rural, percebe-se que os estudos são variados e realizados em diferentes países. Os artigos analisados estão detalhados no Anexo 1, que apresenta informações completas de autores, categorias estabelecidas, local do estudo, método utilizado e número de citações.

Apresenta-se a seguir uma síntese que permite visualização das principais categorias de investigação na intersecção entre DTI e turismo no espaço rural (Tabela 3).

Tabela 3. Distribuição dos estudos por categoria temática

Categoria	Qtd. atribuído	ArtigoEstudos Representativos
Sustentabilidade	18	Chin <i>et al.</i> , (2016); Rinaldi <i>et al.</i> , (2022); Gomis-López & González-Reverté (2020)
TICs	17	Buhalis (2020); Cacho <i>et al.</i> , (2016); Brandão & Cavalheiro (2018)
Inovação	16	Buhalis <i>et al.</i> , (2019); Trunfio & Campana (2019); Nengovhela <i>et al.</i> , (2020)
Promoção e marketing	13	Gretzel & Collier de Mendonça (2019); Muniz <i>et al.</i> , (2021); Scherer & Vianna (2017)
Governança	12	Alvares <i>et al.</i> , (2020); Gomes <i>et al.</i> , (2017); Ivars-Baidal & Rebollo (2019)
Turismo no espaço rural	11	Li <i>et al.</i> (2020); Chin <i>et al.</i> , (2016); Ballina (2020)
Competências e habilidades	3	Li <i>et al.</i> , (2020); Otowicz <i>et al.</i> , (2022); Trunfio & Campana (2019)
Acessibilidade	3	Corrêa & Gosling (2021); Fernandes & Bernier (2021); Mendes Filho <i>et al.</i> , (2022)

Nota: Um mesmo artigo pode estar classificado em mais de uma categoria, razão pela qual a soma da quantidade ultrapassa 43 artigos.

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

A distribuição geográfica dos estudos analisados revela padrões importantes sobre a produção científica internacional em DTI e turismo no espaço rural (Tabela 4).

Tabela 4. *Distribuição dos estudos por continente*

Continente	Número de estudo	Principais Países
Europa	15	Espanha (7), Portugal (3), Reino Unido (3), Itália (1), Sérvia (1)
América do Sul	22	Brasil (21) e Equador (1)
Ásia	3	China (2) e Malásia (1)
América do Norte	1	EUA (1)
África	1	África do Sul (1)
Oceania	1	Austrália (1)

Fonte: Resultados da pesquisa (2025).

A concentração geográfica dos estudos na Europa e América do Sul sugere que o conceito de DTI em espaço rural é predominantemente discutido em contextos em que: (1) existe tradição de turismo rural consolidado (caso europeu), ou (2) há políticas públicas recentes de incentivo à inovação no turismo (caso brasileiro), o referencial teórico da metodologia DTI publicado em 2022 pelo Ministério do Turismo em todo território nacional (Ministério do Turismo, 2022). A escassez de estudos em outras regiões representa uma limitação importante para a generalização dos achados e aponta para a necessidade de investigações em contextos culturais, econômicos e tecnológicos mais diversificados. O *Journal Sustainability* da editora MDPI, é o principal canal que publica trabalhos relacionados com DTI e turismo no espaço rural. Os métodos mais utilizados nos trabalhos que compõem estes estudos, são: revisão sistemática; estudo de casos e análise bibliográfica.

4.1. Categorias relacionadas aos DTIs no espaço rural

4.1.1 Turismo no Espaço Rural

O turismo rural inteligente configura-se como uma abordagem emergente, fortemente sustentada pelas Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs). Esse modelo amplia o acesso dos turistas a informações diversificadas e qualifica a prestação de serviços pelos destinos (Hu, 2022). Dados empíricos demonstram a relevância econômica desse segmento, com crescimentos expressivos no número de hóspedes e dormidas (Maraña *et al.*, 2021), exigindo um planejamento que valorize paisagens e atrativos singulares para integrar experiências autênticas ao ambiente rural (Chin *et al.*, 2016).

Contudo, a consolidação desse modelo enfrenta o desafio de converter economias locais em destinos competitivos e sustentáveis (Li *et al.*, 2020). Embora o "turista inteligente" utilize intensivamente ferramentas digitais, com taxas de uso de smartphones próximas a 90% mesmo em áreas rurais (Ballina, 2020), muitos destinos ainda sofrem com infraestrutura insuficiente e baixa presença online (Arango-Morales *et al.*, 2019; Castillo Vizuetete *et al.*, 2021).

Essa assimetria reforça a necessidade de políticas públicas e programas de capacitação que integrem tecnologias, processos e aprendizagem coletiva (Nunes *et al.*, 2020; Otowicz *et al.*, 2022).

4.1.2 TICs

Os DTI baseiam-se em uma gestão sistêmica impulsionada pela transformação digital, que qualifica a tomada de decisão e estimula a inovação (Melijosa *et al.*, 2022). Esse modelo acompanha a ascensão do "turista inteligente", cujo comportamento é mediado por ferramentas digitais que permitem interações em tempo real (Brandão & Cavalheiro, 2018). Alinhados ao paradigma das cidades inteligentes, os DTIs utilizam as TICs para apoiar o planejamento e a cocriação de valor, movimento que ganhou força com a pandemia de COVID-19 ao exigir soluções digitais para segurança e monitoramento (Castillo Vizuite *et al.*, 2021).

No contexto rural, embora a densidade tecnológica seja menor, o uso de smartphones pelos visitantes é intensivo, atingindo 90% (Ballina, 2020). A tecnologia atua como elo de conexão com o território e a natureza, sendo fundamental para enriquecer a experiência e fortalecer a governança (Brandão & Cavalheiro, 2018). Entretanto, nota-se um descompasso entre a alta digitalização do turista e as limitações infraestruturais dos destinos rurais, que enfrentam lacunas de conectividade e competência digital (Busulwa *et al.*, 2022; Stanujkic *et al.*, 2015). Essa assimetria demanda políticas de capacitação contínua e uma gestão do conhecimento que integre tecnologia e aprendizagem coletiva (Otowicz *et al.*, 2022).

4.1.3 Inovação

O termo DTI é inovador não apenas pelo viés tecnológico, mas por incorporar a sustentabilidade no cerne do espaço turístico. Um destino inteligente deve facilitar a integração do visitante com o meio ambiente, elevando sua experiência e a qualidade de vida dos residentes (Melijosa *et al.*, 2022). O sucesso do DTI depende de fatores como governança, gestão do conhecimento e inovação de processos, em que as TICs desempenham papel iniciador (Melijosa *et al.*, 2022). Em um mercado fluido, destinos e negócios devem ser dinâmicos e oferecer produtos diferenciados para garantir sobrevivência e destaque (Otowicz *et al.*, 2022).

Uma alternativa inovadora para o desenvolvimento dos DTIs é a implementação de Living Labs. Governos têm incentivado essas infraestruturas, junto a parques científicos e hubs de inovação, para fomentar ideias e disseminar conhecimento entre os stakeholders (Mendes Filho *et al.*, 2022). Além disso, o advento do 5G e da Internet das Coisas (IoT) promete revolucionar a entrega de conteúdo e a conectividade automatizada (Buhalis *et al.*, 2019). No entanto, o grande desafio para empreendimentos rurais permanece sendo o acesso básico a essas tecnologias, dada a limitação de infraestrutura de rede em áreas remotas.

4.1.4 Sustentabilidade

Sob a globalização, o turismo deve desenvolver-se de forma sustentável, priorizando identidades locais, benefícios socioeconômicos e o uso de tecnologias renováveis (Corrêa & Gosling, 2021). A Organização Mundial do Turismo e a ONU (Objetivos 8, 12 e 14) reforçam que a sustentabilidade deve perpassar todos os tipos de turismo, focando em consumo e crescimento inclusivos (Maraña *et al.*, 2021). Para destinos rurais, conservar o meio ambiente

é vital para garantir a perenidade das atrações diante do aumento do fluxo de visitantes (Chin *et al.*, 2016).

A sustentabilidade social também depende da cooperação e do apoio das comunidades locais; sem o engajamento coletivo, a conservação do destino torna-se inviável (Chin *et al.*, 2016). Universidades desempenham um papel crucial nesse processo ao democratizar o conhecimento necessário para apoiar mudanças e potencializar o engajamento dos diversos atores envolvidos (Rinaldi *et al.*, 2022).

4.1.5 Acessibilidade

A acessibilidade é pilar essencial para a inteligência de um destino, garantindo igualdade de oportunidades e inclusão para portadores de necessidades especiais, o que gera competitividade e qualidade de vida (Mendes Filho *et al.*, 2022). As TICs podem potencializar essa independência, como em sistemas acionados por voz que auxiliam turistas com limitações motoras (Corrêa & Gosling, 2021). Além da acessibilidade física, é imperativo que a informação seja compreensível e navegável, independente da língua ou estrutura tecnológica do usuário (Fernandes & Bernier, 2021).

No planejamento pré-viagem, a acessibilidade virtual funciona como instrumento de interação, permitindo que o turista busque informações claras e seguras (Fernandes & Bernier, 2021). Investir em plataformas online acessíveis é, portanto, um compromisso com o princípio de igualdade de direitos e uma estratégia para atender às expectativas de todos os visitantes.

4.1.6 Governança

Um destino turístico inteligente deve estar preparado nos âmbitos estrutural, econômico, social, político, cultural, virtual e ambiental para lidar com diferenças e incertezas por meio de tecnologias inovadoras, garantindo a satisfação de turistas e residentes em um ambiente que promova desenvolvimento sustentável, qualidade de vida, imagem positiva e vantagem competitiva (Fernandes & Bernier, 2021). Para isso, seu desenvolvimento precisa estar articulado às políticas urbanas relacionadas à mobilidade, ao meio ambiente, à economia e aos aspectos sociais e culturais, além de exigir um modelo de governança ou política turística capaz de coordenar e integrar as ações do destino (Fernandes & Bernier, 2021; Gomes *et al.*, 2017).

O planejamento turístico inteligente pode se tornar um catalisador que reúne diferentes processos em uma dinâmica inovadora para melhorar os níveis de sustentabilidade e competitividade dos destinos turísticos (Ivars-Baidal & Rebollo, 2019). É necessário para que um destino adote um modelo que ordene seu desenvolvimento. A gestão de destinos turísticos está ligada fundamentalmente ao planejamento (Gomes *et al.*, 2017). Dessa forma, é essencial que os *stakeholders* trabalhem em conjunto para definir uma governança satisfatória que irá atender os objetivos do DTI.

O desenvolvimento do turismo inteligente requer a participação articulada de as partes interessadas, bem como uma forte liderança política para alcançar uma ampla colaboração e consenso. Alcançar o turismo inteligente é um processo contínuo e requer constante monitoramento dos impactos para introduzir as medidas preventivas ou corretivas necessárias (Alvares *et al.*, 2020).

Deste modo, nota-se que a gestão de um destino turístico está ligada a leis e processos estabelecidos com base na atuação de um poder central que é subordinado a um Estado (Gomes *et al.*, 2017). Portanto, políticas públicas voltadas ao turismo é essencial para a aplicação de uma governança satisfatória a adequação do DTI.

O DTI está enquadrado em um processo real de governança que potencializa princípios fundamentais como coordenação administrativa, colaboração público-privada, participação social, transparência e monitoramento e controle de políticas (Ivars-Baidal & Rebollo, 2019). Portanto, os projetos estaduais ou municipais devem se apoiar, pois ser e tornar-se inteligente não são sinônimos de ter domínio sobre tecnologia de ponta (Gomes *et al.*, 2017).

4.1.7 *Promoção e marketing*

Destinos menos conhecidos dependem fortemente da internet e das mídias sociais para atrair visitantes. O uso de smartphones impulsiona a promoção digital, permitindo que gestores compreendam as experiências dos viajantes por meio de relatos compartilhados (Muniz *et al.*, 2021). Mecanismos de busca, reserva e redes sociais são fontes cruciais na jornada do visitante, tornando o marketing digital e a geolocalização ferramentas essenciais para os DTIs (Samora-Arvela *et al.*, 2020).

Além disso, a gestão de marca (branding) é vital para comunicar valor e atrair consumidores de forma diferenciada (Scherer & Vianna, 2017). Convencer os stakeholders sobre o modelo de DTI exige comunicação estratégica para educar e explicar essa complexa noção de turismo inteligente, projetando imagens positivas que satisfaçam tanto turistas quanto residentes (Carballido & Plaza, 2021; Fernandes & Bernier, 2021).

4.1.8 *Competências e habilidades*

A transição para o modelo de Destino Turístico Inteligente (DTI) no campo exige que o gestor rural atualize seu perfil profissional, superando a histórica carência de treinamento formal no setor (Li *et al.*, 2020). Para que um destino alcance padrões de excelência e sustentabilidade, o investimento no capital humano deve contemplar um conjunto multidisciplinar de competências técnicas e digitais (Mazo *et al.*, 2021).

Nesse sentido, a gestão de um DTI rural requer o domínio de Sistemas de Informação para a tomada de decisão baseada em dados, aliado a estratégias de Marketing digital que consolidem a presença online do destino (Muniz *et al.*, 2021; Melijosa *et al.*, 2022). No âmbito operacional, são essenciais habilidades em Meios de Hospedagem, para garantir a qualidade dos serviços, e gestão financeira, assegurando a viabilidade econômica das inovações tecnológicas (Chin *et al.*, 2016).

Por fim, a inteligência do destino é sustentada pela Gestão de Pessoas, que promove o engajamento coletivo dos stakeholders, e por um forte viés de Empreendedorismo, capaz de gerar soluções inovadoras e resilientes frente às mudanças do mercado (Otowicz *et al.*, 2022). A integração dessas competências é fundamental para reduzir o descompasso entre a tecnologia disponível e a capacidade de gestão no espaço rural.

4.2 **Relação de DTI com o turismo no espaço rural**

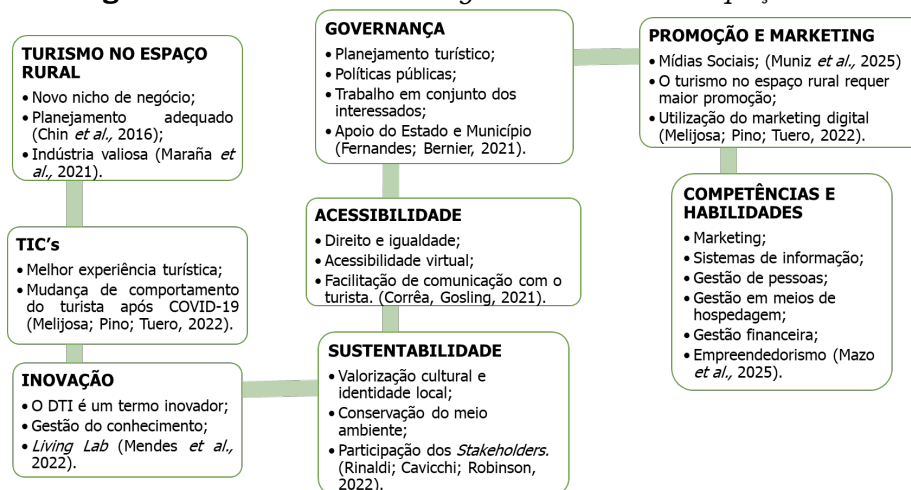
Com o apoio da revisão de literatura, foi possível constatar que para um Destino Turístico ser certificado como inteligente aqui no Brasil, é necessário atender o modelo adotado pelo Ministério do Turismo.

Na literatura, não foi possível identificar até o momento, um estudo onde é investigada a percepção do turista em relação ao DTI, especificamente no espaço rural. Conforme os estudos apresentados nessa revisão, os turistas estão cada vez mais conectados as TICs, principalmente nas mídias sociais, onde é indispensável o uso do *smartphone* durante a execução do roteiro turístico.

Além disso, os turistas estão compartilhando suas experiências de viagem pelo boca a boca eletrônico (e-WOM), por meio da Internet das Coisas (IoT) e serviços de redes sociais (SNS), que podem ser cruciais no âmbito das experiências compartilhadas virtuais (Castillo Vizuite *et al.*, 2021).

Com base na revisão sistemática da literatura, os assuntos mais relevantes pesquisados sobre destinos turísticos no espaço rural (Figura 2), são: o uso da TICs nos empreendimentos turísticos; mudança de consumo do turista; a gestão do conhecimento como fonte de inovação; a participação dos interessados para melhorar e fomentar ainda mais a política de DTI; direito de igualdade aos turistas e acessibilidade; desenvolvimento de políticas públicas para DTI; o aumento da promoção e marketing para turismo em área rural e a possibilidade de atualização do perfil profissional do gestor rural que tem interesse em atuar na área do turismo.

Figura 2. Análise das abordagens sobre DTI no espaço rural



Fonte: Elaborado pelos autores (2025).

Na Figura 3, é demonstrada a nuvem de palavras elaborada a partir do software ATLAS.ti 25, levando em consideração as categorias: turismo no espaço rural; TICs; inovação; sustentabilidade; acessibilidade; governança; promoção e marketing; competências e habilidade; percepções turísticas.

V. CONCLUSÕES

Esta revisão sistemática examinou a relação entre DTI e turismo no espaço rural, identificando um campo em expansão, porém ainda marcado por lacunas conceituais, metodológicas e empíricas significativas. A análise de 43 artigos revelou que a literatura internacional sobre DTI em contextos rurais estrutura-se em três eixos principais: (1) sustentabilidade, (2) tecnologias da informação e comunicação (TICs) e (3) inovação. Esses elementos convergem com a definição proposta pela Segittur (2016) e dialogam com os princípios de desenvolvimento territorial sustentável defendidos pela Organização Mundial do Turismo (UNWTO).

Diferentemente dos contextos urbanos, onde a adoção de tecnologias como IoT, Big Data e Inteligência Artificial avança em ritmo acelerado, os territórios rurais enfrentam barreiras estruturais severas. A escassez de infraestrutura digital, somada à baixa qualificação tecnológica dos gestores e à insuficiência de investimentos públicos, impõe limites à consolidação de DTI rural seja tecnologicamente modesta, o turista rural contemporâneo é altamente digitalizado. Este perfil de viajante utiliza intensivamente smartphones e plataformas de geolocalização para cocriar sua experiência, evidenciando um descompasso entre uma demanda conectada e uma oferta com baixa presença online e estratégias de marketing limitadas (Castillo Vizuite *et al.*, 2021; Mendes Filho *et al.*, 2017).

Do ponto de vista teórico, esta revisão sistemática desloca o eixo do debate sobre DTI do ambiente urbano para o espaço rural. Demonstra-se que a inteligência turística, neste recorte, depende menos de soluções tecnológicas padronizadas e mais da articulação entre conhecimento local, governança participativa e sustentabilidade territorial. Portanto, o modelo DTI tradicional precisa ser reinterpretado para incorporar dimensões singulares, como a agricultura familiar, a paisagem como estrutura identitária e a criação de observatórios de turismo adaptados a realidades de baixa densidade demográfica (Caamaño-Franco *et al.*, 2024; Lane & Kastenholtz, 2015).

No campo prático, os achados desencorajam a simples replicação de modelos urbanos, sugerindo a adoção de modelos híbridos que respeitem os ritmos socioculturais e os fortes vínculos identitários do campo. Contudo, a produção científica atual ainda apresenta limitações, como a concentração geográfica de estudos na Europa e América do Sul e uma predominância de abordagens qualitativas transversais, o que restringe análises comparativas de longo prazo. As limitações desta revisão sistemática decorrem dos filtros metodológicos aplicados, os descritores específicos em inglês e português podem ter omitido terminologias regionais. O período (2002-2025) não captura plenamente transformações recentes. A concentração geográfica (Europa e América do Sul) restringe generalização.

Diante dessas lacunas, propõe-se uma agenda de pesquisas futuras centrada em quatro pilares: I) Investigar as expectativas e os significados atribuídos ao “rural inteligente” por meio de métodos mistos. II) Aprofundar o estudo sobre a formação e a aprendizagem organizacional necessárias para que gestores dominem áreas como marketing digital, sistemas de informação e gestão financeira. III) Articular soluções de inclusão social e física mediadas pela tecnologia em territórios de difícil acesso. IV) Expandir as investigações para outros contextos regionais fora do eixo euro-sul-americano para identificar barreiras específicas e fatores de sucesso globais.

Em suma, os DTIs no espaço rural não são apenas ferramentas de modernização, mas estratégias de reposicionamento do rural no imaginário turístico. Ao integrar inovação e tradição, o espaço rural inteligente pode promover um desenvolvimento mais sustentável e territorialmente equilibrado, desde que desafios persistentes de infraestrutura e capacitação sejam superados de forma coordenada.

5.1 Autoria do trabalho

Conceitualização (A.G.F.E.A.); metodologia (A.G.F.E.A.; E.B.); aquisição de dados (A.G.F.E.A.); análise e interpretação (A.G.F.E.A.; E.B.); redação, revisão e edição (A.G.F.E.A.; E.B.; G.G.F.A.; P.A.; M.M.S.). Os autores leram e concordam com a versão publicada do manuscrito.

VI. BIBLIOGRAFIA

Alvares, Daniela Fantoni, Santos, Saulo Ribeiro dos, & Perinotto, André Riane Costa (2020). Network of tourism observatories toward a tourism intelligence: the case of Brazil. *Enlightening tourism. A pathmaking journal*, 10(2), 140. <https://doi.org/10.33776/et.v10i2.4696>

Ballina, Francisco Javier De La (2020). Is there rural smart tourism? A Spanish experience. *Management Theory and Studies for Rural Business and Infrastructure Development*, 42(3), 369–380. <https://doi.org/10.15544/mts.2020.37>

Ballina, Francisco Javier De La (2022). Smart concept in rural tourism: A comparison between two phases (2016-2019). *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 60(1), e234629. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2021.234629>

Boes, Kim, Buhalis, Dimitrios, & Inversini, Alessandro (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>

Braga, Solano De Souza, Malta, Guilherme Augusto, Perinotto, André Riani & Barbosa, Maria Flávia Pires (2019). Analysis of the tourist assistance centers in Belo Horizonte/Minas Gerais/Brazil between 2014 and 2018. *Leisure and Tourism Review*, 8(2), 174–191.

Brandão, Mariana, & Cavaleiro, Gabriel (2018). Applying Patent Analytics to understand Technological Trends of Smart Tourism Destinations. *XV Seminário da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo*, 15. <https://doi.org/10.1080/09537325.2020.1870950>

Boes, Kim, Buhalis, Dimitrios, & Inversini, Alessandro (2016). Smart tourism destinations: Ecosystems for tourism destination competitiveness. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 108–124. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0032>

Buhalis, Dimitrios, Harwood, Tracy, Bogicevic, Vanja, Viglia, Giampaolo, Beldona, Srikanth, & Hofacker, Charles (2019). Technological disruptions in services: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Service Management*, 30(4), 484–506. <https://doi.org/10.1108/JOSM-12-2018-0398>

Bussador, Alessandro, Bauermann, Bárbara Françoise Cardoso, & Matrakas, Miguel Diogenes (2024). Sustainable and smart: Evaluating São Paulo's tourist resorts with the "DTI-BR Model". *Smart Tourism*, 5(2), 2661. <https://doi.org/10.54517/st.v5i2.2661>

Busulwa, Richard, Pickering, Mark, & Mao, Iris (2022). Digital transformation and hospitality management competencies. *International Journal of Hospitality Management*, 102(1), 103–159. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.103132>

Cacho, Andréa, Mendes-Filho, Luiz, Estaregue, Daniela, Moura, Brunna, Lopes, Frederico, & Alves, Cacho (2016). Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: A Brazilian case study. *International Journal of Tourism Cities*, 2(2), 164–183. <https://doi.org/10.1108/IJTC-12-2015-0030>

Caamaño-Franco, Iria, Muíño Sar, Begoña, & Solórzano, Eduardo Guillén (2024). Tourism Observatories as an intelligent center in tourism planning and management. *Journal of Tourism & Development*, 47, 395-424. <https://doi.org/10.34624/RTD.V47I0.36178>

Campanhola, Cleyton, & Silva, José Graziano da (2000). Tourism in the rural area as a new opportunity for small farmers. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 38(3), 1–26. <https://www.eco.unicamp.br/images/arquivos/artigos/1702/texto72.pdf>

Carballido, Ainhola, & Plaza, Antônio Guevara (2021). The smart destination concept in tourism research. A systematic review of the literature for its definition and normalization. *Cuadernos de Turismo*, 48, 545–548. <https://doi.org/10.6018/turismo.492781>

Castillo Vizuite, Danny Daniel, Gavilanes Montoya, Alex Vinicio, Muñoz Jácome, Eduardo Antonio, Chávez Velásquez, Carlos Renato, & Borz, Aleandru (2021). An Evaluation of the Importance of Smart Tourism Tools in the Riobamba Canton, Ecuador. *Sustainability*, 13(16), 9436. <https://doi.org/10.3390/su13169436>

Chen, Yu, Albert, Leslie Jordan, & Jensen, Scott (2022). Innovation farm: Teaching artificial intelligence through gamified social entrepreneurship in an introductory MIS course*. *Decision Sciences Journal of Innovative Education*, 20(1), 43–56. <https://doi.org/10.1111/dsji.12253>

Chin, Chee Hua, Lo, May-Chiun, Nair, Vikneswaran, & Songan, Peter (2016). Examining the Effects of Environmental Components on Tourism Destination Competitiveness: The Moderating Impact of Community Support. *Asian Academy of Management Journal*, 21(1), 75–104. <https://doi.org/10.21315/aamj2016.21.suppl.1.4>

Corrêa, Stela Cristina Hott, & Gosling, Marlusa De Sevilha (2021). Smart Tourism Destinations from the Perspective of Travelers with Disability. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 23, 1-20 Paginazione. <https://doi.org/10.6092/ISSN.2036-5195/11472>

Costa, Teresa, & Galina, Simone (2016). A relação virtuosa entre empreendedorismo e capital social: Um estudo em empreendimentos de turismo em espaço rural em Portugal e no Brasil. *Tourism & Management Studies*, 12(2), 57–69. <https://doi.org/10.18089/tms.2016.12207>

El Archi, Youssef, Benbba, Brahim, Zhu, Kai, El Andaloussi, Zineb, Pataki, László, & Dávid, Lóránt Dénes (2023). Mapping the Nexus between Sustainability and Digitalization in Tourist Destinations: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 15(12), 9717. <https://doi.org/10.3390/su15129717>

Elo, Satu, & Kyngäs, Helvi (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>

Embratur (2025). Chegada de turistas internacionais no Brasil cresce 55% em janeiro e bate novo recorde: 1,48 milhão de visitantes [Governamental]. *Chegada de turistas internacionais no Brasil cresce 55% em janeiro e bate novo recorde: 1,48 milhão de visitantes*. <https://embratur.com.br/2025/02/21/chegada-de-turistas-internacionais-no-brasil-cresce-55-em-janeiro-e-bate-novo-recorde-148-milhao-de-visitantes/>

Fernandes, Diogo Lüders, & Bernier, Enrique José Torres (2021). Virtual Accessibility in Intelligent Tourist Destinations: The Cases of Curitiba [Brazil] and Málaga [Spain]. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 13(1), 2–21. <https://doi.org/10.18226/21789061.v13i1p2>

Filho, Luiz Mendes, & Silva, Jôzy Cleide (2019). Percepções e perspectivas de destino turístico inteligente: um estudo de caso com a secretaria municipal de turismo em natal/rn. *Turismo: Estudos & Práticas (RTEP/UERN)*, 8(1), 27. <https://geplat.com/rtep/index.php/tourism/article/view/187>

Gomes, Ewerton Lemos, Gândara, José Manoel, & Ivars-Baidal, Josep (2017). Is it important to be a smart tourism destination? Public managers' understanding of destinations in the state of Paraná. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 11(3), 503–536. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1318>

Gomis-López, Joan Miquel, & González-Reverté, Francesco (2020). Smart Tourism Sustainability Narratives in Mature Beach Destinations. Contrasting the Collective Imaginary with Reality. *Sustainability*, 12(12), 5083. <https://doi.org/10.3390/su12125083>

Gondim, Sonia Maria Guedes., & Bendassolli, Pedro Fernando (2014). Uma crítica da utilização da análise de conteúdo qualitativa em psicologia. *Psicologia Em Estudo*, 19(2), 191–199. <https://doi.org/10.1590/1413-737220530002>

Gretzel, Ulrike, Sigala, Marianna, Xiang, Zheng, & Koo, Chulmo (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179–188. <https://doi.org/doi:10.1007/s12525-015-0196-8>

Ivars-Baidal, Josep Antoni, & Vera Rebollo, José Fernando (2019). Tourism planning in Spain. From traditional paradigms to new approaches: Smart tourism planning. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2765, 1–31. <https://doi.org/10.21138/bage.2765>

Kyngäs, Helvi, Mikkonen, Kristina, & Kääriäinen, Maria (2020). *The Application of Content Analysis in Nursing Science Research*. Springer International Publishing. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-030-30199-6>

Lane, Bernard, & Kastenholz, Elisabeth (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches – towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8–9), 1133–1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>

Li, Huiquin, Nijkamp, Peter, & Xie, Xuelian (2020). A new livelihood sustainability index for rural revitalization assessment-a modelling study on smart tourism specializatio. *Sustainability*, 12(148), 18. <https://doi.org/10.3390/su12083148>

Maraña, Paula Antón, Castillo, Santiago Aparicio, Regaliza, Julio César Puche, & Val, Pablo Arranz (2021). A comparative study for understanding the impact and evolution of the tourism role in Burgos province. *Journal of Tourism & Development*, 1(36), 221–231. <https://doi.org/10.34624%2Ftrd.v1i36.8697>

Martins, Rodrigo Constante, & Madureira, Gabriel Alarcon (2019). Do “buraco” ao atrativo turístico: Uma sociologia da resignificação do rural. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 57(2), 326–338. <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2019.185693>

Mazo, Alex Maurício, Oliveira, Renata Kazys de, Biancolino, César Augusto, & Tomazzoni, Edegar Luis (2021). Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre “cidades inteligentes”, “turismo” e “competitividade”. *Turismo - Visão e Ação*, 23(1), 148–168. <https://doi.org/10.14210/rtva.v23n1.p148-168>

Melijosa, Inés Sustacha, Pino, José Francisco Banõs, & Tuero, Eduardo Del Valle (2022). An analysis of the research on smart tourism destinations based on bibliometric network visualisations. *Investigaciones Turísticas*, 23, 266–289. <https://doi.org/10.14198/INTURI2022.23.12>

Mendes Filho, Luiz, Batista, Jasna de Oliveira, & Cacho, Andréa do Nascimento Barbosa (2017). Mobile Applications and Tourism: A Quantitative Study Applyng the Theory of Planned Behavior. *Revista Rosa dos Ventos - Turismo e Hospitalidade*, 9(2), 179–199. <https://doi.org/10.18226/21789061.v9i2p179>

Mendes Filho, Luiz, Mayer, Verônica Feder, & Corrêa, Cynthia Harumy Watanabe (2022). Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 2332. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2332>

Moura-Fé, Marcelo Martins (2015). Geoturismo: Uma proposta de turismo sustentável e conservacionista para a Região Nordeste do Brasil. *Sociedade & Natureza*, 27(1), 53–66. <https://doi.org/10.1590/1982-451320150104>

Ministério do Turismo, Brasil (2022). *Estratégia Nacional DTI Brasil—Manual Metodológico*. Ministério do Turismo. https://www.gov.br/turismo/pt-br/centrais-de-conteudo-publicacoes/copy4_of_DTIBrasilManualMetodologico2022.pdf

Ministério do Turismo, Brasil (2024). *Brasileiros consideram Turismo a terceira atividade econômica mais importante do país*. <https://www.gov.br/turismo/pt-br/assuntos/noticias/brasileiros-consideram-turismo-a-terceira-atividade-economica-mais-importante-do-pais>

Mucunskas, Danfika, & Gjorgievski, Mijalce (2023). Harnessing local wisdom: A cornerstone for rural tourism development. *Economic Development*, 14(2), 166-176. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.36666.50888>

Muniz, Emerson Cleister Lima, Dandolini, Gertrudes Aparecida, Biz, Alexandre Augusto, & Ribeiro, Alessandro Costa (2021). Customer Knowledge Management in social media: Application of the SMARTUR Framework for the proposition of smart solutions. *Investigaciones Turísticas*, 24, 292-317. <https://doi.org/10.1108/JKM-07-2020-0529>

Nengovhela, Munei, Ochara, Nixon Muganda, & Madzunya (Nethengwe), Tondani. (2020). Confirmation and Validation of Smart Tourism Technology Attributes: The case study of City of Tshwane. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 9(3), 38-56. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720-3>

Nunes, Ricardo Ferreira, Medaglia, Julia, & Stadler, Adriano (2020). Smart tourist destinations and knowledge management: Possible convergences. *AtoZ: novas práticas em informação e conhecimento*, 9(1), 61. <https://doi.org/10.5380/atoz.v9i1.71613>

Otowicz, Marcelo Henrique, Lacerda, Leonardo Lincoln Leite de, Emmendoerfer, Luana, & Biz, Alexandre Augusto (2022). Tourism, knowledge management and its processes: An integrative literature review. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 2368. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2368>

Page, Matthwe, McKenzie, Joanne, Bossuyt, Patrick, Boutron, Isanelle, Hoffmann, Tammy, Mulrow, Cynthia, Shamseer, Larissa, Tetzlaff, Jennifer, Akl, Elie, Brennan, Sue, Chou, Roger, Glanville, Julie, Grimshaw, Jeremy, Hróbjartsson, Asbjorn, Lalu, Manoj, Li, Tianjing, Loder, Elizabeth, Mayo-Wilson, Evan, McDonald, Steve, McGuinness, Luke, Stewart, Lesley, Thomas, Janes, Tricco, Andrea, Welch, Vivian, Whiting, Penny & Moher, David (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *Systematic Reviews*, 10(1), 89. <https://doi.org/10.1186/s13643-021-01626-4>

Pinheiro, Isabelle de Fatima Silva, Lima, Vera Lúcia Antunes, Freire, Eliza Maria Xavier & Melo, Antônio Antunes (2011). A percepção ambiental de uma comunidade da caatinga sobre o turismo: Visões e perspectivas para o planejamento turístico com vistas a sustentabilidade. *Sociedade & Natureza*, 23(3), 467-482. <https://doi.org/10.1590/S1982-45132011000300008>

Rabahy, Wilson Abrrahão (2019). Análise e perspectivas do turismo no Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 1(14), 1-13. <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v14i1.1903>

Rinaldi, Chiara, Cavicchi, Alessio, & Robinson, Richard NS. (2022). University contributions to co-creating sustainable tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(9), 2144-2166. <https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1797056>

Samora-Arvela, André, Ferreira, Jorge, Vaz, Eric, & Panagopoulos, Thomas (2020). Modeling Nature-Based and Cultural Recreation Preferences in Mediterranean Regions as Opportunities for Smart Tourism and Diversification. *Sustainability*, 12(1), 433. <https://doi.org/10.3390/su12010433>

Santos, Rodrigo Amado dos, & Custódio, Monique Cristina de Moraes (2012). A prática do turismo no espaço rural: conceituações e delimitaçõesdesuasasções. *Revista Científica Eletrônica de Turismo*, 9(16), 1–13. http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/mlVa9uTiyCizONz_2013-5-23-17-57-38.pdf

Scherer, Lisiane, & Vianna, Silvio Luiz Gonçalves (2017). O branding como fator crítico para o desenvolvimento do turismo rural. O caso da Rota Colonial Baumschneis, Dois Irmãos—RS/Brasil. *El periplo sustentable*, 33, 1–20. <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/4849>

Skinner, Heather, Sarpong, David, & White, Gareth RT. (2018). Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: Gamification in tourism through geocaching. *Journal of Tourism Futures*, 4(1), 93–104. <https://doi.org/10.1108/JTF-12-2017-0060>

Segittur, Espanha (2016)]. *Sociedad Mercantil Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*. <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>
Segittur, Espanha (2022). *Smart tourist destination methodology*. SEGITTUR. <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Segittur, Espanha (2024). *Catálogo de soluciones tecnológicas para destinos turísticos inteligentes*. SEGITTUR. <https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/>

Seramim, Ronaldo José, & Walter, Silvana Anita (2017). O que Bardin diz que os autores não mostram? Estudo das produções científicas brasileiras do período de 1997 a 2015. *Administração: Ensino e Pesquisa*, 18(2), 271–299. <https://doi.org/10.13058/raep.2017.v18n2.478>

Silva, Alexandre Cesar Batista da, & Silva, Ana Cristina da Silva (2021). Repercussões do SARS-CoV-2 no turismo e nas atividades laborais do segmento no cenário brasileiro. *Revista Espaço Acadêmico*, 21–32. <https://periodicos.uem.br/ojs/index.php/EspacoAcademico/article/view/58122/751375151850>

Souza, João Pedro Machado & Chiodi, Rafael Eduardo (2023). Desafios e Potencialidades do Turismo na Área Rural: Um Estudo de Caso na Serra da Mantiqueira. *Turismo: Visão e Ação*, 25(2), 175–197. <https://doi.org/10.14210/rtva.v25n2.p284-304>

Stanujkic, Dragisa, Zavadskas, Edmundas Kazimieras, & Tamošaitienė, Jolanta (2015). An approach to measuring website quality in the rural tourism industry based on atanassov intuitionistic fuzzy sets. *E+M Ekonomie a Management*, 18(4), 184–199.

Tranfield, David, Denyer, David, & Smart, Palminder (2003). Towards a Methodology for Developing Evidence-Informed Management Knowledge by Means of Systematic Review. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222. <https://doi.org/10.1111/1467-8551.00375>

Trunfio, Mariapina, & Campana, Salvatore (2019). Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda. *Journal of Destination Marketing & Management*, 14, 100–370. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.100370>

UN Tourism (2019). UN Tourism International Network of Sustainable Tourism Observatories (INSTO). UN Tourism. <https://www.untourism.int/sustainable-development/un-tourism-international-network-of-sustainable-tourism-observatories>

Universidade Federal Fluminense, Brasil (2021). Experiências do Brasil Rural: UFF develops tourism project at national level. Niterói, RJ: UFF. <https://international.uff.br/2021/02/experiences-from-rural-brazil-uff-develops-tourism-project-at-national-level/>

Zúñiga-Sarango, Wilson, Gaona, Fernando P., Reyes-Castillo, Valeria, & Iñiguez-Armijos, Carlos (2020). Disrupting the Biodiversity–Ecosystem Function Relationship: Response of Shredders and Leaf Breakdown to Urbanization in Andean Streams. *Frontiers in Ecology and Evolution*, 8, 592404. <https://doi.org/10.3389/fevo.2020.592404>

Anexo 1. Artigos selecionados após a aplicação dos critérios de inclusão e exclusão

Tabela 5.

Artigo	Autor(es)	Categoria(s)	Local do estudo	Método utilizado	Número de citações
<i>Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article</i>	(Buhalis, 2020)	-TICs	Reino Unido	Revisão sistemática	536
<i>Technological disruptions in services: lessons from tourism and hospitality</i>	(Buhalis et al., 2019)	-Inovação	Reino Unido	Revisão sistemática	447
<i>Meeting the needs of the Millennials and Generation Z: gamification in tourism through geocaching</i>	(Skinner et al., 2018)	-Inovação	Reino Unido	Estudo de caso	172
<i>Mobile tourist guide supporting a smart city initiative: a Brazilian case study</i>	(Cacho et al., 2016)	-TICs	Brasil	Estudo de caso	51
<i>Drivers and emerging innovations in knowledge-based destinations: Towards a research agenda</i>	(Trunfio & Campana, 2019)	-Inovação -Governança -TICs -Sustentabilidade -Competências e habilidades	Itália	Revisão integrativa	50
<i>Smart destination brands: semiotic analysis of visual and verbal signs</i>	(Gretzel & Collier de Mendonça, 2019)	-Promoção e marketing	EUA	Análise semiótica	46
<i>Customer knowledge management and smart tourism destinations: a framework for the smart management of the tourist experience - SMARTUR</i>	(Muniz et al., 2021)	-Promoção e marketing -Inovação -Percepções turísticas	Brasil	Framework	45
<i>Geoturismo: uma proposta de turismo sustentável e conservacionista para a Região Nordeste do Brasil</i>	(Moura-Fé, 2015)	-Sustentabilidade	Brasil	Análise bibliográfica	45
<i>Examining the effects of environmental components on tourism destination competitiveness: The moderating impact of community support</i>	(Chin et al., 2016)	-Turismo no espaço rural -Sustentabilidade -Governança	Malásia	Modelagem Estrutural	19
<i>Residents' Quality of Life in Smart Tourism Destinations: A Theoretical Approach</i>	(Santos-Júnior et al., 2020)	-TICs	Portugal	Revisão sistemática	19
<i>University contributions to co-creating sustainable tourism destinations</i>	(Rinaldi et al., 2022)	-Sustentabilidade	Austrália	Estudo de caso	19
<i>A new livelihood sustainability index for rural revitalization assessment-a modelling study on smart tourism specialization in China</i>	(Li et al., 2020)	-Turismo no espaço rural -Sustentabilidade -TICs -Promoção e marketing -Competências e habilidades -Sustentabilidade -Inovação	China	Entrevista em profundidade	17
<i>A percepção ambiental de uma comunidade da caatinga sobre o turismo: visões e perspectivas para o planejamento turístico com vistas a sustentabilidade</i>	(Pinheiro et al., 2011)	-Turismo no espaço rural -Governança	Brasil	Análise bibliográfica	15
<i>Modeling Nature-Based and Cultural Recreation Preferences in Mediterranean Regions as</i>	(Samora-Arvela et al., 2020)	-Sustentabilidade -Promoção e marketing	Portugal	Avaliação multicritérios	15

<i>Opportunities for Smart Tourism and Diversification</i>					
<i>An approach to measuring website quality in the rural tourism industry based on a tanassov intuitionistic fuzzy sets</i>	(Stanujkic et al., 2015)	-Turismo no espaço rural -Promoção e marketing	Sérvia	Critérios múltiplos	14
<i>Is it important to be a smart tourism destination? Public managers' understanding of destinations in the state of Paraná</i>	(Gomes et al., 2017)	-Inovação -Governança -Acessibilidade	Brasil	Métodos mistos	13
<i>Network of tourism observatories toward tourism intelligence: The case of Brazil</i>	(Alvares et al., 2020)	-Governança -Sustentabilidade	Brasil	Estudo de caso	12
<i>Smart tourism sustainability narratives in mature beach destinations. Contrasting the collective imaginary with reality</i>	(Gomis-López & González-Reverté, 2020)	-Sustentabilidade	Espanha	Método Delphi	12
<i>Perceptions and perspectives of smart tourism destination: a case study with the municipal secretariat of tourism in Natal/RN</i>	(Filho & Silva, 2019)	-Sustentabilidade -Percepções turísticas	Brasil	Estudo de caso	11
<i>A relação virtuosa entre empreendedorismo e capital social: um estudo em empreendimentos de turismo em espaço rural em Portugal e no Brasil</i>	(Costa & Galina, 2016)	-Promoção e marketing -Turismo no espaço rural -Governança	Portugal Brasil	Estudo de caso	8
<i>Applying patent analytics to understand technological trends of smart tourism destinations</i>	(Brandão & Cavalheiro, 2018)	-TICs	Brasil	Análise bibliográfica	8
<i>Tourism planning in Spain. From traditional paradigms to new approaches: Smart tourism planning</i>	(Ivars-Baidal & Vera Rebollo, 2019)	-Governança	Espanha	Análise bibliográfica	8
Análise bibliográfica e sistemática da literatura acadêmica sobre "cidades inteligentes", "turismo" e "competividade".	(Mazo et al., 2021)	-Turismo no espaço rural -Percepções turísticas -TICs -Governança -Promoção e marketing	Brasil	Métodos mistos	7
<i>Is there rural smart tourism? A spanish experience</i>	(Ballina, 2020)	-Percepções turísticas -Turismo no espaço rural -Promoção e marketing -TICs	Espanha	Entrevista em profundidade	6
<i>Do "buraco" ao atrativo turístico: uma sociologia da ressignificação do rural</i>	(Martins & Madureira, 2019)	-Sustentabilidade	Brasil	Estudo de caso	3
<i>O branding como fator crítico para o desenvolvimento do turismo rural: O caso da Rota Colonial Baumschneis, Dois Irmãos - RS/Brasil</i>	(Scherer & Vianna, 2017)	-Turismo no espaço rural -Promoção e marketing -Governança	Brasil	Estudo de caso	3
<i>An Evaluation of the Importance of Smart Tourism Tools in the Rio bamba Canton, Ecuador</i>	(Castillo Vizúete et al., 2021)	-Sustentabilidade -TICs -Percepções turísticas -Inovação	Equador	Métodos mistos	2
<i>Dimensões que influenciam a percepção dos turistas sobre Destinos Turísticos Inteligentes</i>	(Mendes Filho et al., 2022)	-Governança -TICs -Acessibilidade -Inovação	Brasil	Análise de regressão linear múltipla	2

		-Percepções turísticas			
<i>Tourism and knowledge management: an integrative literature review</i>	(Otowicz et al., 2022)	-Inovação -Competências e habilidades	Brasil	Revisão integrativa	2
<i>A comparative study for understanding the impact and evolution of the tourism role in Burgos province</i>	(Maraña et al., 2021)	-Sustentabilidade -Turismo no espaço rural -TICs -Promoção e marketing	Espanha	Entrevista em profundidade	1
<i>An analysis of the research on smart tourism destinations based on bibliometric network visualisations</i>	(Melijosa et al., 2022)	-Inovação -Sustentabilidade -TICs -Promoção e marketing	Espanha	Análise bibliográfica	1
<i>Analysis of the tourist assistance centers in belo horizonte/ minas gerais/ brazil between 2014 and 2018</i>	(Braga et al., 2019)	-Promoção e marketing -Percepções turísticas	Brasil	Métodos mistos	1
<i>Confirmation and validation of smart tourism technology attributes: The case study of city of Tshwane</i>	(Nengovhela et al., 2020)	-Inovação -Percepções turísticas -Promoção e marketing	África do Sul	Análise fatorial	1
<i>Mobile Applications and Tourism: A Quantitative Study Applying the Theory of Planned Behavior</i>	(Mendes Filho et al., 2017)	-TICs -Percepções turísticas	Brasil	Teoria do Comportamento Planejado	1
<i>Smart Concept In Rural Tourism: A Comparison Between Two Phases (2016-2019)</i>	(Ballina, 2022)	-Promoção e marketing -Inovação -Turismo no espaço rural	Espanha	Entrevista em profundidade	1
<i>Smart Tourism Destinations: a study based on the view of the stakeholders</i>	(Corrêa & Gosling, 2021)	-Inovação -Sustentabilidade -Governança	Espanha	Estudo de caso	1
<i>Smart Tourism Destinations from the Perspective of Travelers with Disability</i>	(Corrêa & Gosling, 2021)	-Acessibilidade	Brasil	Teoria fundamentada em dados	1
<i>Virtual Accessibility in Intelligent Tourist Destinations: The Cases of Curitiba-Brasil and Malaga-Espanha</i>	(Fernandes & Bernier, 2021)	-Inovação -TICs -Promoção e marketing -Inovação -Acessibilidade -Governança	Espanha Brasil	Descritivo exploratório	1
<i>Optimization of Rural Smart Tourism Service Model with Internet of Things</i>	(Hu, 2022)	-Turismo no espaço rural -Inovação	China	Análise bibliográfica	0
<i>Smart tourist destinations and knowledge management: possible convergences</i>	(Nunes et al., 2020)	-Governança -Inovação	Brasil	Análise bibliográfica	0
<i>The Smart Destination concept in tourism research. a systematic review of the literature for its definition and normalization</i>	(Carballido & Plaza, 2021)	-TICs	Espanha	Revisão sistemática	0
<i>Sustainable and smart: Evaluating São Paulo's tourist resorts with the "DTI-BR Model"</i>	(Bussador et al., 2024)	-Inovação	Brasil	Estudo de caso	0

Fonte: próprio autor (2025).