



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO



Fernanda Imaculada Barroso Veríssimo e Rodrigues

**USO DE APLICATIVOS DE TRANSPORTE NA MOBILIDADE
INTRADESTINO: PERCEPÇÕES COM BASE EM REVIEWS DE TURISTAS
(NATAL-RN)**

Natal
2021

Fernanda Imaculada Barroso Veríssimo e Rodrigues

**USO DE APLICATIVOS DE TRANSPORTE NA MOBILIDADE
INTRADESTINO: PERCEPÇÕES COM BASE EM REVIEWS DE TURISTAS
(NATAL-RN)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito parcial para a obtenção do Grau de Mestre em Turismo, na área de Gestão em Turismo.

Orientador: Mauro L. Alexandre, D.Sc.

Natal

2021

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN
Sistema de Bibliotecas - SISBI
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais Aplicadas - CCSA

Rodrigues, Fernanda Imaculada Barroso Veríssimo e.

Uso de aplicativos de transporte na mobilidade intradestino:
percepções com base em reviews de turistas (Natal-RN) / Fernanda
Imaculada Barroso Veríssimo e Rodrigues. - 2021.
92f.: il.

Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade Federal do
Rio Grande do Norte., Centro de Ciências Sociais Aplicadas.,
Programa de Pós Graduação em Turismo. Natal, RN, 2021.

Orientador: Prof. Dr. Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre.

1. Aplicativos de Transporte - Dissertação. 2. Mobilidade
Intradestino - Dissertação. 3. Reviews - Dissertação. 4.
Percepções - Dissertação. 5. Uber - Dissertação. I. Alexandre,
Mauro Lemuel de Oliveira. II. Universidade Federal do Rio Grande
do Norte. III. Título.

RN/UF/Biblioteca CCSA

CDU 338.48:656.1

Fernanda Imaculada Barroso Veríssimo e Rodrigues

**USO DE APLICATIVOS DE TRANSPORTE NA MOBILIDADE
INTRADESTINO: PERCEPÇÕES COM BASE EM REVIEWS DE TURISTAS
(NATAL-RN)**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte como requisito curricular para a obtenção do Grau de Mestre em Turismo, na área de Gestão em Turismo.

Natal, 25 de agosto de 2021

Mauro Lemuel de Oliveira Alexandre, D.Sc.
Presidente da Banca - Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Luiz Augusto Machado Mendes Filho, D
Membro Interno – Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN)

Michele Galdino Câmara Signoretti, D
Membro Externo – Universidade do Estado do Rio Grande do Norte (UERN)

Dedico a minha mãezinha (Dolores) e meu pai (José Valdir)
Minha base e fortaleza

AGRADECIMENTOS

Primeiro, agradeço a Deus pelo dom da vida e pela sabedoria para chegar até aqui.

A caminhada foi árdua, mas a alegria de ter a dissertação concluída é o que traz paz ao coração e certeza que mesmo com as dificuldades, venci.

Em especial, com o coração apertado e os olhos cheios de lágrimas de saudade, agradeço a minha amada mãezinha Dolores e ao meu pai José Valdir. Saudade eterna! Obrigada pelos ensinamentos. Eles serão levados para a vida. A educação que para vocês sempre foi prioridade me trouxe onde estou e eu só tenho que agradecer por todo o incentivo. Essa conquista é por vocês.

Agradeço também a minha “Grande Família”. Afinal, não é todo mundo que tem 09 irmãos, 16 sobrinhos e 05 sobrinhos netos e 07 cunhados (a). Todos que me rodeiam sabe o quanto eu amo essa família. Com qualidades e defeitos somos a base uns dos outros. É nela que encontro paz e agito. Uma vez li essa frase que faz muito sentido: “A família é como os galhos de uma árvore... Cada um vai para uma direção diferente, mas as raízes são sempre as mesmas”. E independentemente do quão longe eu esteja é para vocês que sempre vou voltar. Essa conquista também é por vocês.

Agradeço de forma imensurável ao meu esposo, Waldney. Meu companheiro, meu incentivador desde a primeira palavra que escrevi para o projeto de mestrado até agora na dissertação. Aliás, desde a hora que nos conhecemos na Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) em 2010 que ele me apoia nos estudos e na caminhada da vida. É muito especial em todos os momentos. Foram muitas noites mal dormidas e você estava sempre comigo me dando sua mão e oferecendo seus ouvidos e ombros para meus desabafos sem palavras. Essa conquista também é por você.

Agradeço também aos meus amigos de Juiz de Fora - MG e os que por lá passaram e marcaram minha vida de alguma forma. Em especial à Suellen Fávero e família, Raphaela Guedin, Paulo Roberto, Natália Tavella, Daniel e Juliana Araújo junto com seus pais, Adriana Pontes e Família, Claudia Maria, por sua companhia nos perrengues dos primeiros anos de faculdade, Adriana Souza e Malu (e o saudoso Jenimar com aquela carona depois da aula no Instituto de Ciências Humanas – ICH até o portão de casa), Ana Luiza e Monteiro, Thassália, Ismael e família e Débora Araújo. Agradeço ainda a Cristiane Oliveira e Patrícia Coelho, que de colegas de trabalho se transformaram em pessoas especiais que compartilham a vida comigo. Nos últimos anos, ter vocês, meus amigos, mesmo que a distância, foi um alento para acalmar meu coração.

Ainda em Juiz de Fora, agradeço aos professores da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF) que participaram da minha formação na graduação do Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas (BACH) e Turismo. Entre eles, Miriane Frossard e Alice Arcuri (minhas orientadoras da graduação, respectivamente). Vocês também fazem parte dessa conquista.

Em Natal-RN, agradeço a Josyane Cruz e Kallyane pelos momentos de leveza que compartilhamos.

Aos colegas de turma do Mestrado 2019-2021 do Programa de Pós-Graduação em Turismo (PPGTUR), obrigada pelos momentos que passamos juntos. As trocas no espaço da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) contribuíram para eu chegar até aqui.

Agradeço ao professor e orientador Mauro Lemuel Alexandre por toda paciência e sabedoria na construção desse trabalho.

Agradeço também ao professor Luiz Mendes Filho, pelas contribuições em sala de aula, na banca de qualificação e por participar da banca de dissertação. Tudo cooperou para o resultado desse estudo.

Agradeço também à professora Michele Câmara Signoretti por ter aceitado participar como membro externo da banca. Sua disponibilidade e conhecimento foram importantes para minha formação.

Agradeço também ao PPGTUR/UFRN e todos os professores que fazem parte do programa. Pelo acolhimento e ensinamentos nesse tempo de mestrado. Agradeço também ao Antony (secretaria do curso) por estar sempre solícito e disposto a ajudar com as burocracias do sistema.

E por fim, agradeço à Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo apoio financeiro para realização dessa pesquisa.

Obrigada!

Rodrigues, F. I. B. V. e (2021). *Uso de aplicativos de transporte na mobilidade intradestino: percepções com base em reviews de turistas* (Natal-RN). (Dissertação de Mestrado). Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Natal, RN, Brasil.

RESUMO

OBJETIVO: Analisar a percepção de uso do aplicativo Uber como opção de mobilidade intradestino em Natal-RN com base em *reviews* de turistas. **METODOLOGIA:** Trata-se de pesquisa de natureza exploratório-descritiva, com abordagem funcional, predominantemente qualitativa. Utiliza o mecanismo dos conteúdos digitais em plataforma de viagem, coletando as *reviews* compartilhadas pelos turistas que visitaram Natal-RN e utilizaram o aplicativo Uber como ferramenta de conexão para contratar um veículo para se deslocar dentro do espaço urbano. As avaliações sobre o uso do aplicativo Uber foram selecionadas para posterior análise que investigou a percepção desse público sobre a dinâmica de deslocamento em destinos turísticos, tendo em vista a influência do avanço tecnológico dos meios de comunicação nos meios de transporte. Aplica a técnica qualitativa de análise de conteúdo, utilizando os *softwares* NVIVO 13 e Excel como ferramentas auxiliares desse processo analítico-interpretativo. O Conteúdo Gerado pelos Usuários (CGU) constituíram os dados primários dessa pesquisa por serem produzidos pelos próprios usuários (turistas) do referido app. O corpus da pesquisa foi composto por 93 comentários que tratavam especificamente o aplicativo Uber. **RESULTADOS:** Constata que o uso de aplicativo de transporte é uma realidade efetiva na experiência dos turistas de Natal-RN em diversas ocasiões relacionadas à viagem. O estudo destaca a diversidade de opiniões dos usuários compartilhadas na plataforma *TripAdvisor* sobre o aplicativo e a implicação de tais avaliações para o processo de tomada de decisão de outros turistas com relação ao deslocamento revelando o valor desse tipo de plataforma no planejamento de viagens. Mostra ainda que o Uber se configura como uma ferramenta facilitadora da dinâmica de deslocamento intradestino, trazendo para o turista comodidade e bem-estar durante a viagem. Expõe também que a escolha de uma forma de deslocamento em detrimento a outra está relacionada a diferentes aspectos, tais como o preço, tempo de deslocamento e conforto. E que mesmo havendo diversas opções de se deslocar em Natal-RN, o aplicativo Uber é relevante e apontado como útil pelos turistas em suas avaliações. Revela que os avanços tecnológicos oferecem melhorias para as experiências dentro do destino pelo fato de que aplicativos dessa categoria permitem a personalização dos serviços dando ao turista previsibilidade de valores, tempo e trajeto da viagem. **CONCLUSÃO:** Conclui que o uso do aplicativo (Uber) é percebido pelos turistas como uma ferramenta que auxilia o deslocamento no destino, sendo uma alternativa relevante nesse processo pelo fato dele conferir maior acessibilidade e mobilidade dentro do espaço urbano de Natal-RN. Certifica o papel dos *apps* e sua efetiva participação na transformação da mobilidade intradestino necessária à vida do turista e à melhoria das condições das localidades.

Palavras-Chave: Aplicativos de Transporte. Mobilidade Intradestino. *Reviews*. Percepções. Uber.

Rodrigues, F. I. B. V. e (2021). *Use of transportation apps in intradestination mobility: perceptions based on tourist reviews (Natal-RN)*. [Master's dissertation]. Programa de Pós-graduação em Turismo, Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN, Natal, RN, Brasil.

ABSTRACT

OBJECTIVE: To analyze the perception of the use of the Uber application as an intra-destination mobility option in Natal-RN, based on *reviews* tourist. **METHODOLOGY:** This is an exploratory-descriptive research, with a functional approach, predominantly qualitative. It uses the mechanism of digital content in a travel platform, collecting *reviews* shared by tourists who visited Natal-RN and used the Uber application as a connection tool to hire a vehicle to travel within the urban space. The evaluations on the use of the Uber app were selected for further analysis that investigated the perception of this public about the dynamics of displacement in tourist destinations, in view of the influence of technological advances in the means of communication in the means of transport. It applies the qualitative technique of content analysis, using *software* NVIVO 13 and Excel auxiliary tools for this analytical-interpretive process. The User Generated Content (CGU) constituted the primary data of this research because they are produced by the users (tourists) of the app. The research corpus consisted of 93 comments that specifically addressed the Uber app. **RESULTS:** It is verified that the use of a transport application is an effective reality in the experience of tourists from Natal-RN on several occasions related to travel. The study highlights the diversity of opinions shared by users on the platform *TripAdvisor* about the application and the implications of such reviews for the decision-making process of other tourists regarding travel, revealing the value of this type of platform in travel planning. It also shows that Uber is configured as a tool to facilitate the dynamics of intra-destination movement, bringing comfort and well-being to the tourist during the trip. It also exposes that the choice of one form of commuting over another is related to different aspects, such as price, commuting time and comfort. And even though there are several options to move around Natal-RN, the Uber app is relevant and pointed out as useful by tourists in their evaluations. It reveals that technological advances offer improvements for in-destination experiences due to the fact that applications in this category allow the personalization of services, giving tourists predictability of values, time spent and travel path. **CONCLUSION:** It concludes that the use of the application (Uber) is perceived by tourists as a tool that helps to move around the destination, being a relevant alternative in this process because it provides greater accessibility and mobility within the urban space of Natal-RN. It certifies the role of *apps* and their effective participation in the transformation of intra-destination mobility necessary for the tourist's life and for the improvement of local conditions.

Keywords: Transportation apps. Intradestination Mobility. Reviews. Perceptions. Uber.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Solicitação de viagem via aplicativo Uber.....	55
Figura 2. Caracterização dos turistas – Gênero	58
Figura 3. Perfil do Turista-Nacionalidade	59
Figura 4. Auto Codificação por Sentimentos	69
Figura 5. Auto Codificação por sentimento – Turistas	70
Figura 6. Frequência dos Termos baseada nas reviews dos turistas	71
Figura 7. Percepção dos Turistas sobre o aplicativo Uber	72
Figura 8. Aspectos Relevantes sobre o Uber	79
Figura 9. Mapa Conceitual da Pesquisa.....	80

LISTA DE QUADROS

Quadro 1	32
Quadro 2	37
Quadro 3	41
Quadro 4	45
Quadro 5	49
Quadro 6	53
Quadro 7	54
Quadro 8	75
Quadro 9	82

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 Perfil do Visitante – Relatórios Fecomércio	59
Tabela 2 Perfil do Turista-Estado	60

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

APP	Aplicativo
BACH	Bacharelado Interdisciplinar em Ciências Humanas
CAPES	Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior
CEP	Comitê de Ética em Pesquisa
CGU	Conteúdo Gerado pelo Usuário
CONEP	Comissão Nacional de Ética em Pesquisa
FECOMÉRCIO	Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do RN
GPS	Sistema de Posicionamento Global
MG	Minas Gerais
MTUR	Ministério do Turismo
OMT	Organização Mundial do Turismo
PPGTUR	Programa de Pós-Graduação em Turismo
PRT	Provedoras de Rede de Transporte
RJ	Rio de Janeiro
RN	Rio Grande do Norte
SP	São Paulo
SEBRAE	Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas
SISTUR	Sistema do Turismo
STF	Superior Tribunal Federal
STTU	Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana
TI	Tecnologia da Informação
TIC	Tecnologia da Informação e Comunicação
UERN	Universidade do Estado do Rio Grande do Norte
UFJF	Universidade Federal de Juiz de Fora
UFRN	Universidade Federal do Rio Grande do Norte
WWW	Word Wide Web

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
2 ABORDAGEM CONCEITUAL SOBRE TURISMO, MOBILIDADE, TECNOLOGIA E APLICATIVOS DE TRANSPORTE	18
2.1 Turismo, Modais de Transporte e Mobilidade: Evolução e dinâmica	18
2.2 Turismo e Tecnologia da Informação e Comunicação	25
2.3 Aplicativos de Transporte	29
3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	37
3.1 Caracterização e Abordagem da Pesquisa.....	38
3.2 Universo e Campo de Pesquisa.....	39
3.3 Métodos de Coleta de Dados	44
3.4 Método de Análise dos Dados	46
Instrumento de coleta de dados	46
Procedimentos de Análise de Dados	47
3.5 Considerações Éticas da Pesquisa	48
4 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS TURISTAS SOBRE O APLICATIVO DE UBER EM NATAL-RN	51
4.1 Caracterização do Aplicativo de Transporte (Uber).....	51
4.2 Perfil dos turistas de Natal-RN usuários dos serviços do aplicativo de transporte Uber.....	57
4.3 Reviews dos turistas sobre o aplicativo Uber	61
4.4 Uso de transporte para mobilidade intradestino	72
4.5 Relevância dos serviços de tecnologia do aplicativo de transporte para destinos turísticos	76
5 CONCLUSÃO	82
REFERÊNCIAS	85
APÊNDICES	91

1 INTRODUÇÃO

O presente estudo se inscreve no contexto moderno de uso disseminado de tecnologias da informação e comunicação (TICs), mais especificamente de aplicativos que funcionam como ferramentas de comunicação e auxiliam a dinâmica dos negócios e serviços, tanto do ponto de vista do consumidor quanto da organização. Para tanto, busca-se nesse estudo analisar a circunstância de uso de aplicativos de transporte pelos turistas.

Parte-se do princípio de que qualquer atividade de natureza turística pressupõe o uso de transporte para o deslocamento. E, no atual cenário, da era da tecnologia da informação (TI), as plataformas funcionam como ferramentas que conectam usuários a motoristas parceiros. Assim, novas opções de mobilidade surgiram dentre as quais se destaca o Uber¹ como objeto de análise desse estudo. O aplicativo é analisado a partir das avaliações ou reviews compartilhadas pelos turistas na plataforma Tripadvisor. Tais comentários são caracterizados como Conteúdo Gerado pelo Usuário (CGU).

O turismo, à medida que se desenvolve, provoca mudanças em diversas esferas da sociedade em que se insere. De acordo com Quevedo (2007), com a atividade turística, pode-se perceber transformações estruturais no destino pelo fato do turismo ser uma atividade que depende de diversas infraestruturas para atender o turista durante a viagem, como os meios de transporte, de hospedagem, os bares e restaurantes, dentre outras. Para a autora, o planejamento é fator essencial para o desenvolvimento da atividade, assim como a participação de todos os agentes. Isso contribui para a competitividade do setor, uma vez que ele envolve além das estruturas físicas, a circulação de pessoas que poderá ser afetada por diversos aspectos que permeiam as estratégias das organizações do trade turístico (Quevedo, 2007).

Nesse contexto, Tribe (1997) coloca que o turismo e as atividades que o compõem envolvem o turista, os negócios, a comunidade anfitriã, o ambiente anfitrião, os governos e o país gerador da demanda. E para Jafari (2005), o turismo envolve vários elementos da sociedade e sua análise em interface com outras áreas se faz necessária para compreender de maneira mais detalhada como se dá o seu funcionamento. Nesse sentido, Sakata (2002) discorre que os estudos dessa área envolvem questões sobre o planejamento, as políticas públicas, a oferta e a demanda em relação aos destinos. Logo,

¹ Neste texto a expressão “o Uber”, no masculino, será utilizada para fazer referência ao aplicativo e “a Uber”, no feminino, para se referir à empresa que o administra

o turismo pode ser considerado em relação com diferentes campos do conhecimento, como a economia, a psicologia, a geografia, a história, a administração, o direito e outras (Jafari, 2005). E dentre essas áreas, dos estudos tecnológicos.

As pesquisas sobre tecnologia e turismo vêm sendo desenvolvida com atenção a diversos aspectos dos setores turísticos, como a hotelaria, o transporte, as agências de viagens, os eventos, alimentos e bebidas, os destinos e os atrativos turísticos locais. Algumas pesquisas envolvem a gestão do turismo e as organizações turísticas, outras ressaltam questões relacionadas aos turistas. No campo da tecnologia, Biz e Correa (2016) colocam que as abordagens iniciais estavam ligadas aos serviços online e a posteriori passaram a analisar aspectos relacionados ao e-tourism, sendo a inovação e a hospitalidade a chave de mudança no campo de estudos do turismo. Esses autores destacaram a premissa de que as pesquisas futuras estariam ligadas aos aplicativos móveis disponíveis em diferentes dispositivos.

Fato que vai ao encontro das colocações de Jonh Urry (1996) e mais recentemente de Beni (2017) que ressaltaram a importância do avanço tecnológico para o sistema turístico. Segundo Beni (2017), o uso das TICs pelos agentes do turismo desencadeou mudanças observadas na comunicação e na interação de todo o sistema de negócios do setor. Logo, o avanço tecnológico vivenciado pela sociedade acarretou em mudanças na forma de realização dos negócios por parte das organizações e influencia também a forma como o turista se relaciona com o destino, com os serviços turísticos e com outros turistas em uma viagem.

No contexto da era informacional, os turistas passam a ter mais informações sobre viagens e são eles próprios os agentes que difundem suas experiências através do compartilhamento de suas percepções nas mídias sociais e plataformas de interação social. Para Litvin, Goldsmith e Pan (2018), essas percepções compartilhadas caracterizadas como CGU são os comentários ou reviews dos usuários através de avaliações postadas nas mídias sociais, como Facebook, Instagram e Tripadvisor. Assim sendo, descrever e avaliar determinada experiência turística nas plataformas de comunicação poderá auxiliar, por exemplo, outros consumidores na tomada de decisão durante o planejamento de uma viagem. Essa interação para Corrêa e Hansen (2014) é possível em razão da expansão da comunicação advinda com o desenvolvimento da internet.

Nessa lógica, o CGU tem sido uma estratégia de pesquisa utilizada como ferramenta de coleta de dados sobre diferentes temáticas do turismo. As pesquisas que

utilizam o CGU como base de dados analisam os comentários e avaliações (reviews) produzidos pelos turistas nas plataformas e mídias sociais para responder a diferentes perguntas sobre o turismo e suas interfaces.

Em pesquisa exploratória realizada no Portal de Periódicos Capes e na Plataforma Google Acadêmico encontrei pesquisas nesse sentido relacionados a hotelaria, bares e restaurantes, atrativos turísticos, infraestrutura, eventos, museus e serviços turísticos, sendo o Tripadvisor a plataforma de CGU mais apontada pelos pesquisadores para analisar a visão dos turistas sobre os equipamentos turísticos dos destinos como por exemplo os estudos de Correa e Hansen (2014), Santos e Gândara (2019), Júnior, Júnior e Lobato (2020), Viana (2015), Fernandes (2015), dentre outros.

E a internet se mostra relevante para essa dinâmica de comunicação, pois através da conexão em rede o turista tem a possibilidade de acessar diferentes dados, uma vez que ela facilita a interatividade e a troca de ideias, produtos e serviços alterando o comportamento dos consumidores e das empresas turísticas (Beni, 2017). Buhalis e Law (2008) complementam que o acesso a informações turísticas proporcionado pelas mudanças tecnológicas no setor, perfaz o consumidor e o fornecedor. E em meio às inovações da tecnologia disponíveis aos consumidores, Wang, Park e Fesenmaier (2011) destacam os aparelhos móveis (smartphones) como facilitadores da conexão do turista que passa a usar esses dispositivos no dia a dia e em viagem configurando-se assim como uma nova possibilidade de comunicação.

Com essas inovações da tecnologia e as mudanças na forma de acesso a produtos e serviços pelos consumidores, as organizações tiveram que se adaptar para atender ao novo público consumidor. Para Beni (2011, p. 29), isso é efeito da globalização que “provocou uma maior disponibilização e acessibilidade em amplitude mundial dos produtos, das instalações e dos serviços turísticos”. Essas novas formas de realizar os negócios da atividade turística são caracterizadas segundo o autor, como e-tourism (Beni, 2017).

Novas opções de relacionamento com o consumidor surgiram e dentre elas tem-se os aplicativos ou apps como softwares criados para acesso a informações instantâneas e atualizadas através de dispositivos móveis, como smartphones ou tablets. Para Mendes Filho, Batista, Cacho e Soares (2017), os apps são ferramentas que facilitam o acesso do turista à informação de forma rápida e em tempo real em uma viagem. Pesquisa da Travelport (2018) apontou que o turista utiliza cerca de 13 aplicativos móveis durante suas viagens. Fato que levou o Serviço Brasileiro de Apoio à Micro e Pequenas Empresas

(SEBRAE) caracterizá-los como “consumidor do turismo mobile” (Sebrae, 2019). Sobre isso, Silva e Gosling (2018) destacam que o comportamento do consumidor foi alterado a partir do crescente uso de aplicativos móveis. Foram percebidas mudanças de comportamento de toda a sociedade com as inovações tecnológicas. E o turismo, como uma atividade decorrente do deslocamento de indivíduos que podem ser realizados por diferentes motivações e envolver os diferentes setores da sociedade também foi influenciado (Assunção, 2012).

Para que a atividade turística se desenvolva são necessárias diferentes infraestruturas e dentre elas, o transporte que para Lohmann e Panosso Netto (2008), funciona como um componente fundamental do turismo por possibilitar a mobilidade e o deslocamento do turista entre destinos e também no local visitado. Nesse sentido, De Sá e Gastal (2020) apontam que a mobilidade advém do deslocamento e, portanto, considera-se que o deslocamento pressupõe que existe conexão entre dois lugares e isso envolve a relação entre o tempo e espaço. Porém, a mobilidade abarca também as implicações sociais relacionadas ao ato de ir e vir (De Sá & Gastal, 2020). Para esses mesmos autores, a partir das ideias de Sheller e Urry (2006), a mobilidade tem como premissa a compreensão do movimento de “pessoas, objetos, capitais e informações”, assim como “os processos locais de transporte diário, movimento através do espaço público e as viagens” (De Sá & Gastal, 2020, p. 5).

Na perspectiva do turismo, a mobilidade envolve um contexto de relações dentro do destino que diz respeito não só ao deslocamento, mas a uma ideia mais ampla de movimento de pessoas e as possibilidades que o turista tem a sua disposição (Allis, 2016). Assim, diante do fato de que a tecnologia está influenciando os processos relacionados às viagens e ao turismo torna-se relevante analisar a percepção do turista em relação às novas tecnologias que auxiliam o deslocamento e, por consequência afetam a mobilidade. Destaca-se nesse estudo, o uso de aplicativos de transporte de passageiros.

Os turistas têm feito uso das inovações tecnológicas para se comunicar e planejar o deslocamento dentro dos destinos. O uso dos aplicativos de transporte de passageiros é um exemplo da influência da internet na demanda a ser atendida pelo turismo, uma vez que une a inovação tecnológica com a prestação de serviço de transporte. Este é o ponto fundamental da presente pesquisa que visa compreender o uso de uma nova ferramenta tecnológica na circulação de pessoas dentro de um destino. Para isso, foi realizado a análise da percepção dos turistas ao optar pelo aplicativo Uber em sua mobilidade

intradestino. Diante do que foi exposto, tem-se que a questão de pesquisa desse estudo é: como se configura a percepção de turistas sobre o uso de aplicativo de transporte (Uber) na dinâmica da mobilidade intradestino (Natal-RN)?

Os processos organizacionais das empresas e o padrão de consumo dos indivíduos têm tido a influência do desenvolvimento tecnológico em diferentes atividades que executam no dia a dia. Fato esse que também permeia o setor turístico e o de transporte do turista. Em virtude disso, a escolha desse tema é perpassada pelo fato de que o deslocamento, segundo Lohmann (2002), é um dos componentes essenciais do turismo e que as inovações tecnológicas têm influenciado a tomada de decisão dos sujeitos interessados no deslocamento intradestino. Posto isso, se torna relevante compreender a percepção destes, no momento da escolha de um meio de transporte.

O crescente número de aplicativos e consequentemente de usuários de diversas modalidades de apps tem marcado o mundo moderno. Em se tratando da mobilidade, esses aplicativos inseriram no ambiente urbano uma nova forma de contatar um motorista particular para o deslocamento de pessoas e isso influencia a maneira como os turistas se deslocam dentro de um destino turístico (Albuquerque Neto, Silva & Portugal, 2019). Dessa maneira, busca-se com esse estudo analisar as reviews dos turistas pelo fato deles serem agentes sociais diretamente envolvidos com a mobilidade intradestino.

Cientificamente, busca-se com esse estudo tratar a temática do transporte e da mobilidade do turista juntamente com as TICs como ferramenta de comunicação. Sendo assim, com o recorte da presente pesquisa tem-se a intenção de contribuir com as discussões do fenômeno turístico e suas interfaces com os setores e agentes envolvidos na atividade. Tratar a circulação dos viajantes dentro do destino possui relevância teórica, pois é uma forma de compreender a dinâmica do deslocamento do turista em uma viagem e as relações que são estabelecidas dentro dos centros urbanos com a sua mobilidade.

Existem diversas pesquisas que tratam o CGU compartilhado na plataforma TripAdvisor como mencionado anteriormente. Porém, sobre os meios de transporte ainda existe uma lacuna de estudo. E é nesse interim que essa pesquisa se encaixa podendo servir de base para preencher uma aresta ainda a ser pesquisada com o intuito de gerar conhecimento científico a partir da contribuição do turista sobre um equipamento essencial para o turismo.

E por fim, esse estudo poderá contribuir para a construção de um conhecimento prático, pois o argumento comum de que o valor mais baixo é o principal motivo da opção pelo aplicativo talvez seja contradito pelos dados que podem revelar outras arestas que

contribuam para o uso deste pelos turistas. Também se revela interessante para a classe política da cidade, que através do estudo poderá entender um pouco da dinâmica que envolve o turismo em relação à mobilidade e à tecnologia. Ou seja, esse estudo poderá auxiliar nas diferentes tomadas de decisão.

Para operacionalizar a construção empírica do presente trabalho, estabelece-se como objetivo do estudo: analisar a percepção sobre o uso do aplicativo de transporte Uber com base em reviews de turistas na dinâmica da mobilidade intradestino em Natal-RN. A partir disso, desenvolvem-se os seguintes objetivos específicos: a) caracterizar o aplicativo Uber e suas nuances de funcionamento; b) descrever sobre o perfil dos turistas usuários dos serviços da Uber em Natal-RN; c) compreender as percepções de uso do aplicativo baseado nas reviews dos turistas que constam no Tripadvisor; d) qualificar os meios de transporte de Natal-RN usado para mobilidade intradestino; e) apresentar a relevância dos serviços de tecnologia dos aplicativos de transporte.

No presente relato de pesquisa, após essa introdução, é apresentada a revisão da literatura que constitui a base e modelo para a compreensão do fenômeno e das observações empíricas, configurando-se nos eixos Turismo, Transporte, Mobilidade Intradestino, TIC e Aplicativos. Foram utilizadas fontes atuais e relevantes para compor o modelo de análise conceitual desse estudo. Destaca-se a pertinência do problema levantado, com base nas teorias de autores que já discutiram a presente temática, buscando compreender a influência da comunicação através dos aplicativos nos serviços de transporte de turistas.

Logo depois, seguem os Procedimentos Metodológicos, seção em que é apresentado como foi realizada a pesquisa: delineamento e tipo de abordagem, universo e campo de pesquisa, instrumento de pesquisa, procedimentos de coleta de dados e procedimentos de análise dos resultados. Na seção seguinte, Análise e Discussão dos Resultados, é abordado a partir dos objetivos de estudo, das categorias de análise e dos dados coletados, os resultados pertinentes a essa pesquisa que dialogam com a teoria discutida. E, por fim, na conclusão, tem-se o panorama geral da pesquisa a partir das discussões anteriores que buscou verificar e atestar, a partir da aplicação adequada dos métodos, dos dados teóricos e empíricos os resultados relacionados ao objetivo da pesquisa.

2 ABORDAGEM CONCEITUAL SOBRE TURISMO, MOBILIDADE, TECNOLOGIA E APLICATIVOS DE TRANSPORTE

Nesse capítulo, destaca-se a discussão teórica do trabalho baseando-se em autores que já realizaram estudos nesse sentido. Busca-se compreender a relação entre os transportes e a mobilidade de turistas, as ferramentas das TIC usadas no turismo pelas organizações e pelos turistas e por fim, o uso dos aplicativos móveis nos serviços de transporte privado de passageiros.

2.1 Turismo, Modais de Transporte e Mobilidade: Evolução e dinâmica

O turismo, como um fenômeno que existe em decorrência das viagens, aproxima pessoas de lugares distantes uns dos outros e proporciona a relação entre culturas distintas e a troca de experiências entre os indivíduos. Cria-se, com as viagens, novos valores e conhecimento do outro (Assunção, 2012). Portanto, o deslocamento é o elemento principal da atividade turística.

Na Antiguidade, a motivação para os deslocamentos associava-se a fatores relacionados “à procura de bens para subsistência, ao comércio, à procura de melhores condições de vida, à religiosidade” (Assunção, 2012, p. 2). Com o passar dos anos, as razões para o deslocamento se tornaram o esporte, o tratamento de saúde, a gestão das atividades políticas, a religião, dentre outras motivações presentes nos dias atuais. Porém, no mundo Antigo, as infraestruturas de transporte e de alojamento eram precárias e somente com as inovações técnicas criadas como, por exemplo, a bússola e os navios é que os deslocamentos foram facilitados. Essas mudanças nos equipamentos e nas ferramentas melhoraram a mobilidade, a localização e a comunicação dos indivíduos e com isso a relação da sociedade com o mundo foi transformada (Assunção, 2012). Desde então, nota-se que a inovação tecnológica influencia diretamente as viagens da sociedade.

Com os deslocamentos turísticos é possível identificar que são gerados aspectos positivos ou negativos sobre o outro, devido à troca estabelecida entre os agentes envolvidos no contexto de uma viagem. O fato de esses deslocamentos serem praticados com mais frequência cria valores e afinidades pautados na forma como o contato é realizado. Urry (1996) aponta que as peregrinações passaram a ser realizadas entre os séculos XII e XV, e, para atender a crescente demanda, instalações comerciais surgiram no sentido de servir de hospedaria para os viajantes. Os deslocamentos ocorridos até

então misturavam as devoções religiosas, cultura e prazer, mas com o tempo passaram a ser reconhecidos como necessários às trocas entre a sociedade (Urry, 1996). Posto isso, o conhecimento, a informação, a interação e a experiência eram enxergados pelos indivíduos como possíveis valores adquiridos durante uma viagem.

Com a Revolução Industrial surgiram novos avanços sobretudo no setor econômico e na tecnologia. Fato que reverberou em mudanças na infraestrutura dos locais visitados na época. De acordo com Assunção (2012), a construção de estradas de ferro e a navegação a vapor, como inovações nos meios de transporte trouxeram novos significados aos deslocamentos que por sua vez passaram a ser mais rápidos e confortáveis. A prática de viajar foi difundida como consequência do desenvolvimento da tecnologia de transportes.

O século XIX foi, segundo Dias (2013), a referência do desenvolvimento do turismo conhecido atualmente. Para o autor, “os avanços tecnológicos que proporcionaram a Revolução Industrial também contribuíram para a facilitação das viagens, ampliando o público em condições de realizá-las” (Dias, 2013, p. 34). Com a invenção da máquina a vapor, os deslocamentos passaram a ser realizados em maior quantidade, sendo possível então perceber o crescimento da atividade turística.

Com essa nova realidade surgiram instituições ligadas ao turismo como, por exemplo, empresas do setor de hospedagem e de transporte (Dias, 2013; Assunção, 2012). Fatores como o advento e aumento da produção de automóvel no início do século XX, por Henry Ford, e a concessão de férias remuneradas aos trabalhadores, contribuíram para o crescimento das viagens praticadas pela sociedade gerando o turismo de massa (Assunção, 2012).

Além desses fatores, Dias (2013, pp. 39-40) complementa que “a evolução dos transportes, aplicação de novas tecnologias, política de cooperação internacional, tendências dos mercados emissores e receptores” também contribuíram para o desenvolvimento do turismo entre os anos de 1970 e 1980. Esses elementos fizeram com que os serviços voltados à atividade turística fossem oferecidos aos turistas e assim ampliasse a procura pelas viagens. Logo, a globalização gerada com a revolução científico-tecnológica apresenta elementos que corroboram para o desenvolvimento das viagens desde a década de 90 (Dias, 2013).

Sendo o turismo uma prática de lazer que o turista usufrui para se distanciar do trabalho e da rotina, sua evolução nos destinos reverbera em mudanças estruturais nos setores econômicos e com isso novas empresas surgem com o intuito de atender essa

demanda (Urry, 1996). Essas mudanças alteram a dinâmica do destino e a população passa a conviver com pessoas e culturas vindas de outras regiões, provocando assim variações em todos os setores locais. Dessa maneira, o fato de haver turistas em circulação dentro de uma cidade modifica os serviços voltados à comunidade, e não só os turísticos (Urry, 1996).

Ao tratar a contribuição do desenvolvimento tecnológico, Urry (1996) destaca ainda que este seria responsável pela modificação da comunicação e da informação no sistema turístico. Além disso, estudos apontam o fato de que o desenvolvimento da atividade turística necessita de um planejamento que atenda às necessidades dos atores envolvidos, pois sua presença em uma região pode propiciar diferentes mudanças no destino turístico. Nesse sentido, Beni (2003) discorre que a organização do turismo pode ser baseada na ideia de um sistema caracterizado como SISTUR – Sistema do Turismo. O autor caracteriza o SISTUR como um conjunto de relações ambientais, o conjunto da organização estrutural e o conjunto das ações operacionais que juntos permitem o crescimento e a organização do turismo nos destinos.

Ainda de acordo com as ideias de Beni (2003), com o SISTUR é possível reconhecer as motivações dos turistas, inventariar os recursos turísticos dos destinos, medir a oferta e demanda, diagnosticar pontos críticos da atividade, conhecer o comportamento do consumidor, planejar ações de marketing, avaliar as ações de promoção dos destinos, conhecer as contribuições econômicas na região, dentre outros aspectos que podem contribuir para o desenvolvimento do turismo. Seguindo essa indicação, para esse estudo sobre o deslocamento intradestino, a discussão se dará em torno do subsistema da infraestrutura com o intuito de examinar as percepções do turista sobre uma tecnologia intermediadora do deslocamento de pessoas em viagens.

O subsistema da infraestrutura “reúne as condições básicas de habitabilidade e apoio aos equipamentos e serviços turísticos” (Beni, 2003, p. 126). Na visão do autor, ele envolve os serviços urbanos, o sistema viário e de transportes, a organização territorial, os custos e os investimentos na infraestrutura turística. Esse tipo de transporte utilizado para os deslocamentos dentro do centro urbano compõe a infraestrutura geral de uma cidade e é responsável por atender ao morador e ao turista. Em algumas situações, os investimentos feitos nesses equipamentos por causa do turismo beneficiam a população local (Beni, 2003). Para tanto, o transporte será tratado nessa pesquisa como uma infraestrutura que atende o turista e o morador de uma localidade turística que, atrelado ao desenvolvimento tecnológico, altera a dinâmica da mobilidade dentro dos destinos.

Sendo o turismo uma prática que se relaciona diretamente com o deslocamento de pessoas, os meios de transporte utilizam o sistema viário para acessar os locais uma vez que o sistema viário se caracteriza como um conjunto de vias que compõem uma determinada região. Nesse sentido, Beni (2003, p. 133) destaca que “para o desenvolvimento socioeconômico de uma região, o sistema viário e de transportes são de vital importância, mormente quando visam promover a expansão e o desenvolvimento do turismo”. Dentre as classes de transporte, o autor destaca o rodoviário como um elemento indutor da integração e do desenvolvimento de uma localidade. Portanto, torna-se essencial que os serviços de transporte sejam eficientes de forma a atender a demanda da população local e os turistas, pois é inerente à comunidade e aos turistas que haja deslocamentos no dia e a dia e em viagens (Lohmann, Fraga & Castro 2013).

Outro subsistema que cabe ser apontado é o de distribuição. Para Beni (2003, p. 181), este é um subsistema formado pelo “conjunto de medidas tomadas com o objetivo de levar o produto ou serviço do produtor ao consumidor”. No turismo, tem-se o transporte como o indutor do deslocamento de pessoas de um destino a outro e também dentro do destino. Após o uso de determinado transporte para o deslocamento do turista pode avaliá-lo e isso reverbera na qualidade dos serviços prestados. Alguns critérios de avaliação são importantes para os usuários do transporte nas cidades como deslocamento seguro, o transporte confortável, a acessibilidade e eficiência (Beni, 2003).

Como consequência, por ser o transporte um componente principal na vida contemporânea e o deslocamento de turistas ser realizado por diferentes meios de transporte, o viajante é quem escolhe aquele que melhor atende seus objetivos (Beni, 2003). Para Santos, Paula, Marques e Zardo (2010), o transporte influencia a comunicação entre pessoas, já que funciona como um agente de integração entre diferentes regiões. Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007) complementam que é através do transporte que o turista chega ao destino e se locomove dentro dele.

Corroborando com as ideias de Beni (2003) e Cooper et al. (2007), Lohmann et al. (2013) também destacam que o deslocamento humano é o elemento que une o turismo ao transporte. Para esses autores é necessário observar que o sistema de transporte pode estar relacionado à viabilidade de um destino. De acordo com esses autores, o transporte turístico:

É a atividade meio compreendida por uma série de atributos que interliga a origem de uma viagem turística a um determinado destino, que interliga vários destinos turísticos entre si (primário ou secundário) ou que faz com que os visitantes se

desloquem dentro de um mesmo destino primário ou secundário (Lohmann et al. 2013, p.05).

A escolha de um meio de transporte em relação a outro pode estar condicionada a variáveis como preço, tempo para o deslocamento e qualidade do transporte. Esses aspectos influenciam diretamente o tipo de viagem que o turista opta por fazer. Para além disso, a acessibilidade e a conectividade dos transportes também influenciam essa tomada de decisão do turista (Lohmann et al., 2013). Esse processo de decisão sobre um meio de transporte para uma viagem relaciona-se também ao acesso até o local onde cada tipo de transporte está disponível.

Um dos principais fatores apontados por Cooper et al. (2007) sobre a decisão do visitante em relação ao transporte diz respeito à motivação da viagem. Porém, segundo esses autores, outros aspectos também afetam essa escolha, como conforto, status, utilidade, segurança, preço, escala de serviços oferecidos e concorrência entre os serviços (Cooper et al., 2007). Essas variáveis precisam ser observadas pelas organizações do setor de transporte para adequar os serviços ao que o turista busca, pois essa dinâmica de atendimento ao consumidor pode influenciar na competitividade do setor. Na era da informação, novas formas que facilitam o deslocamento e a mobilidade surgem e estão ligadas as inovações no sistema de comunicação da sociedade.

A maneira que os meios de transporte atendem o turista está ligada ao tipo de deslocamento que o turista necessita. Cooper et al. (2007) e Lohmann et al. (2013) caracterizam-nos como transporte interdestino e intradestino, sendo o primeiro relacionado ao deslocamento feito para chegar a um destino, e o segundo ao deslocamento dentro da cidade visitada. No destino estes meios de transporte são usados para acessar outras infraestruturas ligadas ao turismo, como hotel, atrativos turísticos, rodoviária e aeroporto (Cooper et al., 2007). Nesse sentido, Lohmann et al. (2013) complementam que a mobilidade intradestino caracteriza-se pelo fato de que o deslocamento do turista pode se dar através de serviços de transporte público e também pelos serviços específicos para o turismo. E durante essa utilização do transporte, o turista se envolve com situações do cotidiano da comunidade (Allis, 2010).

Dentre os meios de transportes utilizados pelos turistas, alguns são comumente usados pelos moradores para suas atividades diárias, como por exemplo, os ônibus urbanos, trens, metrô, táxi e atualmente o uso dos aplicativos de transporte privado, como é o caso do Uber e de outros aplicativos de mobilidade recém-criados. Sendo assim, os gestores do sistema de transportes devem realizar ações de planejamento, a

fim de minimizar os impactos causados pelo uso conjunto dos turistas e da comunidade (Lohmann et al., 2013). Nesse sentido, Allis (2010) aponta que o turismo dentro do destino pode funcionar como estratégia para melhorar a infraestrutura das cidades.

Como a atividade turística está relacionada ao deslocamento e a mobilidade de pessoas, Allis (2016) aponta que são diversas as opções contemporâneas de mobilidade e, dessa forma compreender a atividade turística pela lógica desse paradigma vai permitir que se entendam também novos paradigmas em relação ao comportamento do turista, como um agente do turismo. Em razão disso, Allis (2010) aponta ainda que a mobilidade depende da disponibilidade de recursos, como transporte público, infraestruturas e espaços de circulação. Nesses espaços é que acontecem as relações entre o turista e a comunidade, o que contribui para a experiência turística. Para o autor, a mobilidade dos turistas e as experiências dentro do destino acontecem não só nos atrativos turísticos, mas na cidade como um todo.

Nesse sentido, Allis e Fraga (2016) explicam que o conceito de mobilidade engloba diferentes deslocamentos não só do turista, mas também das ideias. Concepção essa que vai ao encontro das colocações de Urry (2000) quando afirma que a sociedade está diante de um novo “paradigma de mobilidades”. Para esse autor, a mobilidade envolve não só as pessoas, mas todos os elementos que compõe a construção de uma determinada atividade da sociedade. Nesse sentido, é preciso destacar que nos espaços de mobilidade dentro do destino é que ocorrem as relações entre o consumidor e produtor, havendo assim o deslocamento de pessoas e mercadorias (Villaça, 1998). O que para Allis e Fraga (2016) se configura como uma temática importante para compreender por que as pessoas viajam.

Com o desenvolvimento tecnológico, os meios de transporte estão se modificando e isso afeta a forma de deslocamento das pessoas e também como as organizações do sistema de transportes atendem à demanda turística. O turista espera adquirir com as viagens, experiências nos pontos turísticos e em todo o trajeto a ser percorrido. E os meios de transporte com tecnologia inovadora não só facilitam o deslocamento, como também agregam valor às viagens, pois, em certas circunstâncias, um tipo de transporte pode se tornar ele mesmo um atrativo turístico (Allis, 2010).

Esses desenvolvimentos são acompanhados de mudanças no comportamento da sociedade com relação ao turismo (Assunção, 2012). As novas experiências dizem respeito à forma como o turista enxerga o trajeto e a interação, bem como a sua expectativa com a viagem. Segundo Allis (2010, p 271), “a dinâmica urbana brasileira – e

de qualquer país – guarda particularidades que precisam ser incorporadas ao estudo e às propostas de desenvolvimento turístico”.

Atualmente são variadas as opções de transporte utilizadas para a mobilidade. Cooper et al. (2007) destacam que este é um setor complexo e competitivo. Para esses autores, sua complexidade é baseada no tipo de transporte que o turista escolhe em uma viagem visto que o avanço tecnológico altera a dinâmica de consumo do setor de transporte no turismo. Com a globalização e a consequente integração entre culturas, mudanças foram ocorrendo em todos os setores da atividade turística (Beni, 2011). Com o advento da tecnologia dos meios de comunicação, novas formas de conectividade entre fornecedores e usuários foram criadas e as informações geradas passaram a atingir maior número de pessoas.

Partindo desse panorama de globalização é possível perceber que as viagens se tornaram mais acessíveis, uma vez que os avanços tecnológicos nos meios de transporte e na comunicação diminuíram as barreiras físicas proporcionando maior acesso das pessoas a produtos e serviços (Beni, 2011). Nota-se também um crescimento do número de empresas da cadeia produtiva do turismo. Com as novas tecnologias disponíveis nos destinos emissores e receptores, a forma de relacionamento entre produtor e consumidor do turismo se altera e os serviços passam a ser mais acessíveis ao passo de serem contratados pelo próprio turista, sem a intermediação de um agente especializado.

Um estudo realizado pela Organização Mundial do Turismo (OMT) já apontava alguns fatores que iam influenciar o turismo até o ano de 2020, dentre eles o desenvolvimento tecnológico da comunicação e dos transportes (Beni, 2011). Com esses avanços, o acesso à informações sobre uma viagem passa a ser realizado independentemente da localização geográfica do fornecedor e consumidor. Fato esse que interfere no volume de elementos que uma empresa do setor precisa mobilizar para atender as necessidades do novo turista. Dessa forma, novos produtos foram criados para atender a essa demanda que surgiu com o advento das TIC no turismo, uma vez que as novas tecnologias alteraram a comunicação entre usuários e prestadores dos serviços turísticos. O acesso às novas tecnologias auxiliam o consumidor nas compras de produtos e reservas de serviços turísticos, contribuindo assim para o relacionamento do turista com as organizações do setor.

2.2 Turismo e Tecnologia da Informação e Comunicação

O desenvolvimento das TICs está transformando o processo de comunicação da sociedade e isso engloba também o turismo (organizações públicas e privadas e o turista). Para Vicentin e Hoppen (2003), os efeitos da globalização trouxeram mudanças perceptíveis do mercado fornecedor do turismo e com isso, as organizações passaram a se conectar com os consumidores por meio de ferramentas digitais à medida que elas se desenvolveram.

Tem-se uma gama de pesquisas realizadas nesse sentido por autores como Buhallis (2000), Costa, Araújo e Perinotto (2019), Guimarães e Borges (2008), Ramos, Mendes Filho e Lobianco (2017), Cacho et al. (2014), Quevedo (2007), entre outros que apontam as mudanças decorrentes do uso da internet e outras ferramentas tecnológicas no turismo. Esses estudos corroboram para a compreensão de como a comunicação e as trocas inerentes ao turismo têm sido influenciadas pelas transformações da tecnologia.

Ao tratar o desenvolvimento das TIC, Castells (2018) complementa as ideias de Vicentin e Hoppen (2003) apontando que esses avanços seriam responsáveis pelas transformações sociais vivenciadas mundialmente e modificaram a sociedade. Para o autor, vivenciamos o processo da chamada “sociedade em rede” e isso reflete sobre o fato de que “as funções e os processos dominantes na era da informação estão cada vez mais organizados em torno de redes” (Castells, 2018, p. 497). Na concepção do autor, mesmo que já tenha existido organização social em rede em outras épocas, atualmente ela é pautada em um novo paradigma da tecnologia da informação (TI). A capacidade de alcance da informação dessa nova era modifica a estrutura social, altera a interação dos indivíduos e o meio ambiente (Castells, 2018).

Para Castells (2003), a internet é uma ferramenta central que representa a expansão do alcance das informações e com isso contribui para essa nova era comunicacional da sociedade. Castells (2003), Beni (2017), Buhalis (2000), Vicentin e Hoppen (2003), Buhalis e Law (2008) dentre outros pesquisadores afirmam ser a internet um recurso revolucionário que viabiliza a troca de informações de maneira instantânea entre o sistema organizacional e o mercado consumidor.

Dado que o turismo é um setor que depende da troca de informações, os avanços percebidos com a disseminação da internet trouxeram maior alcance de seus produtos e serviços para a sociedade. Enquanto para o fornecedor turístico o uso da internet possibilita a divulgação e a comercialização dos serviços, para o consumidor ela permite

autonomia por contribuir para a organização e planejamento de atividades relativas à viagem como, por exemplo, o alcance à informações sobre os pontos turísticos, os meios de transporte, os restaurantes, os meios de transporte e todos os processos que envolvem a atividade turística (Vicentin & Hoppen, 2003; Xiang, Wang, O’Leary & Fesenmaier, 2015). Dessa maneira, o turista se torna mais exigente e informado através do acesso online a ferramentas disponíveis na rede.

Posto isso, Lamas, Mendes Filho, Perinotto e Marques Junior (2019) discorrem que a internet oferece ao viajante a possibilidade de interagir com os serviços turísticos durante todo o contexto que envolve uma viagem. São diversas as possibilidades criadas com o objetivo de atender o consumidor que utiliza as ferramentas tecnológicas para ter acesso a “informação, planejamento, compra, preferências, reclamações, dentre outras” (Lamas et al., 2019, p. 200). Ou seja, ela é uma ferramenta que funciona como intermediadora de negociações entre as empresas e consumidores do turismo.

Para além do número de usuários, Castells (2003, p. 08) coloca que “as atividades econômicas, sociais, políticas e culturais essenciais por todo o planeta estão sendo estruturadas pela internet e em torno dela, como por outras redes de computadores”. As informações produzidas na rede promovem a geração de conteúdos diversos que são disponibilizados aos consumidores e produtores da cadeia turística. A partir da sua expansão, em meados da década de 90, criou-se uma teia de comunicação onde é possível compartilhar informações através de textos, imagens, vídeos em tempo real independentemente da localização geográfica (Castells, 2018). E é esse o contexto dos Conteúdos Gerados pelos Usuários (CGU) em que os turistas compartilham suas impressões em relação às experiências vivenciadas em um destino.

Seguindo um curso cronológico, primeiramente, a criação do recurso www (Word Wide Web) foi responsável pela organização e disseminação de diferentes conteúdos por parte das empresas aos consumidores. Posteriormente, diferentes mecanismos de difusão da informação surgiram como, por exemplo, os aplicativos que estão disponíveis nos smartphones que possibilitam a troca e acesso de informações e serviços com outros usuários e prestadores de serviços (Françoso & Mello, 2016; Guimarães & Borges, 2008). Dessa maneira, Castelhana e Cardoso (2019), Guimarães e Borges (2008), Ramos et al. (2017) assinalam que as organizações tiveram que se adaptar ao contexto de mudanças decorrentes dos avanços tecnológicos.

Toda essa dinâmica da comunicação do turismo é analisada por Cacho et al. (2014) que colocam que o acesso do turista às informações dão a ele a possibilidade de

conhecer o local visitado antes da viagem por meio de pesquisas em blogs e sites dos destinos. Colocam ainda que os dados disponibilizados nos sites oficiais facilitam o acesso a opções de hospedagens, de alimentação, pontos turísticos, serviços públicos, dentre outros equipamentos do turismo (Cacho et al., 2014).

Outra forma de o turista ter acesso a informações sobre destinos e serviços turísticos é as mídias sociais. Como já dito anteriormente, as postagens nas diferentes mídias, originam o CGU. Logo, elas têm se tornado um meio relevante de acesso a dados para o planejamento de viagens. Esses conteúdos compartilhados na rede têm contribuído para mudanças no comportamento do turista que, na maioria das vezes, busca por respostas rápidas para situações relacionadas à viagem (Mendes Filho, Mills, Tan & Milne, 2018).

Para Litvin, Goldsmith & Pan (2007), o CGU se caracteriza como a informação que é produzida pelo público na internet através de postagens nas mídias sociais e sites próprios para tais publicações. São feitos por meio de comentários, fotos, vídeos e blogs de acordo com a percepção e experiência do consumidor sobre produtos e serviços consumidos. No segmento das viagens, usar esses comentários tem sido uma prática constante dos turistas como forma de adquirir informações sobre os produtos e serviços do destino. Os dados gerados nessas mídias e plataformas ficam à disposição de outros usuários da rede que de posse das informações sobre os destinos e serviços turísticos planejam suas viagens e tomam decisões de compra considerando a opinião de outros consumidores. Para Lamas et al. (2019, p. 200) “as revisões de viagens online, atuam como fonte adicional de informações”.

As postagens disponíveis nas mídias digitais permitem que a escolha de produtos e serviços seja feita a partir da opinião de outras pessoas que já visitaram um destino ou consumiram determinado tipo de serviço (Mendes Filho et al., 2018). Mendes Filho et al. (2018) trazem ainda que o uso do CGU acaba tornando o turista um consumidor mais empoderado e isso tem modificado seu comportamento em viagens. Em razão disso, os pesquisadores têm feito uso do CGU para compreender o comportamento do turista relacionados às viagens. Segundo esses autores, os comentários online são percebidos como a atividade mais procurada pelos turistas para organizar uma viagem.

A partir dos comentários postados nas mídias sociais ocorre a troca de informações online entre os turistas reais e potenciais. Para Lamas et al. (2019) e Mendes Filho et al. (2018), através das postagens é possível perceber as percepções de cada usuário e isso poderá influenciar de maneira positiva ou negativa outros consumidores. Santos e

Gândara (2018) contribuem afirmando que a partir dessa troca de informações são formadas comunidades virtuais em que os consumidores descrevem suas impressões, o que contribui para a formação da imagem de um destino.

Face à importância dos CGU para os turistas, Litvin et al. (2007) e Mendes Filho et al. (2014) apontam que eles são mecanismos relevantes de avaliação de serviços turísticos do ponto de vista da organização. Para esses autores, tais comentários servem de base para os profissionais de marketing dos destinos e das organizações turísticas mensurar a satisfação dos turistas. Para a organização, considerar os conteúdos postados pelos viajantes no gerenciamento de suas atividades pode ser um fator que contribui para o direcionamento certo dos produtos e serviços de acordo com a demanda (Litvin et al., 2007; Mendes Filho et al., 2014).

Alguns autores têm se debruçado em pesquisar o uso de vídeos pelos turistas no processo de escolha em relação a produto ou serviço turístico. Silva, Silva, Marques Júnior, Mendes-Filho (2020) apresentam um estudo onde foi feita uma análise sobre o comportamento do consumidor influenciado por vídeos postados nas mídias sociais. Para esses autores, “o marketing digital através do uso de vídeos vem ganhando visibilidade, pois a imagem é para o turismo uma ferramenta que permite uma comunicação mais eficiente, minimizando a percepção do risco na compra, por vezes, sentida pelo cliente” (Silva et al., 2020, p. 291). Nesse estudo, os autores destacam ainda que, a comunicação realizada através de vídeos apresenta ao turista uma experiência de viagem com informações realistas do destino ou serviço utilizado.

Para Lamas et al. (2019), as mídias sociais mais utilizadas pelo turista para acessar informações sobre viagens são o Tripadvisor, Yelp, Citysearch e Virtualtour. A TripAdvisor, plataforma utilizada nesse estudo, é uma comunidade virtual que contém informações sobre diferentes contextos de viagens. Nessa plataforma, os turistas compartilham suas experiências com outros usuários através de fotos e textos e as empresas publicam conteúdos sobre o produto ou serviço que oferecem.

Atrelado às facilidades advindas com as inovações tecnológicas e o desenvolvimento de novas tecnologias para os aparelhos celulares, como a criação de aplicativos, destaca-se o fato de que o crescente uso de aparelhos smartphones com acesso à internet facilitou a conexão entre as partes envolvidas com o turismo. Através dos aplicativos, os turistas têm a possibilidade de se conectar com diferentes atividades do setor, inclusive no transporte. Para Ramos et al. (2017), a tecnologia maximiza o uso de determinados tipos de transportes utilizados pelos turistas para o deslocamento em

viagens. E ainda, segundo França e Melo (2016), no setor de transportes, os aplicativos permitem o acesso a mapas interativos com a localização de diversos meios de transporte possíveis em razão da disseminação das redes de conexão 3G e 4G disponíveis aos usuários. Para tanto, as discussões sobre os aplicativos são apresentadas no tópico seguinte.

2.3 Aplicativos de Transporte

O crescente uso de smartphones resultou em melhorias das funcionalidades desses dispositivos em diferentes escalas. No turismo, seu uso ganha relevância na comunicação entre turista e fornecedor à medida que empresas do destino turístico os utilizam para se conectar ao turista. Para Rossi e Ramos (2019, p. 267), os recursos que esses aparelhos dispõem “proporcionam um contato diferente no relacionamento com o consumidor, criam oportunidades baseadas na comunicação e na interação durante a experiência turística”. Para esses autores, o uso do smartphone é um fenômeno global que pode, nos dias de hoje, influenciar todas as etapas da experiência turística.

Os smartphones representam um acréscimo de valor para o turismo, uma vez que permite a troca de opiniões, experiências e imagens inspiradoras para outros viajantes, contribuindo para a divulgação do destino, enquanto apoia o turista no processo de tomada de decisão e quando do planejamento da sua viagem (Rossi & Ramos, 2019, p. 268).

Arelado ao uso da internet, o smartphone possibilita que o turista tenha acesso às informações em qualquer localidade que disponha de rede. Dessa maneira, Nonnenmacher (2012) aponta que o desenvolvimento dos smartphones viabilizou a criação dos aplicativos móveis ou app que se caracterizam como um software instalado nos dispositivos móveis e são usados para facilitar o acesso a informações de acordo com o objetivo do usuário. Primeiro, faz-se o download nas lojas oficiais de cada sistema operacional, e depois pode ser usado *online* ou *offline* dependendo da função de cada aplicativo.

No turismo, o uso dos aplicativos móveis pelos turistas tem se expandido. Segundo Serra (2008), isso acontece devido ao aumento dos aparelhos móveis que resultou em benefícios para o turismo por ser um setor de serviços baseado na troca antecipada de informações. Com a inovação tecnológica possibilitada pelo uso dos smartphones a forma de as empresas atenderem seus clientes e os negócios ligados ao setor turístico estão

cada vez mais usando as possibilidades que a internet proporciona, mudando os processos de comercialização de seus produtos e serviços (Sant'anna & Jardim, 2007).

Os aplicativos permitem o acesso a informações e notícias sobre as cidades, a localização de atrativos turísticos, a contratação de serviços de alimentação e transporte (Nonnenmacher, 2012). Esses avanços nos dispositivos móveis proporcionados pelos aplicativos possibilitam que as relações comerciais sejam realizadas diretamente entre o fornecedor e o consumidor (Guimarães & Borges, 2008).

As possibilidades dos aplicativos no turismo englobam diferentes setores. Para Navío-Marco, Ruiz-Gómez e Sevilla-Sevilla (2018), o uso dessa ferramenta tem se destacado no mercado turístico como um novo canal de comunicação e, assim, modificado a relação dos turistas com a viagem. Mendes Filho et al. (2017, p. 183), complementam a colocação anterior ao afirmar que “devido à crescente demanda por usuários de aplicativos móveis, os websites estão adaptando seu conteúdo para este tipo de plataforma” não deixando dessa forma de atender as necessidades do novo consumidor. Segundo esses autores, algumas organizações criam conteúdos que podem ser acessados pelo smartphone, através da opção mobile, e outras, os apps como uma nova ferramenta utilizada para comunicação e interação através do aparelho móvel (Mendes Filho et al., 2017).

Os aplicativos são utilizados em todas as fases de uma viagem, desde o planejamento até no pós-viagem. De acordo com o Sebrae (2019), na fase de planejamento, os consumidores exploram através dos apps as opções de realidade virtual, as compras pela internet e consultam as avaliações sobre o destino e serviços personalizados realizadas por usuários em plataformas especializadas. Durante a viagem, conectam-se através dos dispositivos móveis, postam conteúdo da viagem nas mídias sociais, utilizam aplicativos para escolher o meio de transporte para o deslocamento dentro do destino e também para localizar os atrativos turísticos. E após a viagem, utilizam os apps para compartilhar informações e avaliar os serviços consumidos na viagem. Logo, eles são avaliados pelo Sebrae (2019) como soluções que transformam a experiência dos turistas.

Em meio às diferentes opções de aplicativos, têm-se aqueles que auxiliam o deslocamento dentro do destino. Françoso e Mello (2016, np) dizem que, “como a tecnologia dos dispositivos para aparelhos móveis representa uma área de grande crescimento, são disponíveis diversos modelos de aplicativos usados em diferentes modais de transporte e com uma variedade de informações inclusive do transporte

urbano”. Segundo esses autores, as empresas de ônibus têm utilizado apps que possibilitam aos usuários acessar o horário previsto de um veículo baseado na sua localização. O sistema desses aplicativos funciona através de geocalizadores e auxiliam os usuários no deslocamento dentro da cidade (Françoso & Mello, 2016).

Já em relação ao transporte prestado pelos veículos particulares, são diversas as opções disponíveis. Cada um com sua especificidade atende através da solicitação feita pelo usuário cadastrado. Para Vasconcelos e Assis (2018, p. 513), essas “plataformas se apresentam como um novo modelo de negócio, na qual usa a tecnologia a fim de conectar os indivíduos, organizar e promover recursos dentro de um mundo virtual”. Portanto, apesar desses aplicativos não serem uma opção de serviço que funciona exclusivamente para os viajantes, atende-os.

A lógica das empresas que gerenciam os aplicativos de transporte é oferecer aos consumidores um novo modelo de negócios focado na mobilidade do indivíduo. Para Neto et al., (2019), foi a partir dos avanços tecnológicos que novas formas de consumo surgiram dando espaço para a criação de startups como empresas emergentes cujo o foco vai além de inovações tecnológicas e envolve a criação de soluções para diversos mercados até então consolidados. Telésforo (2016) complementa com a ideia de que essas empresas se baseiam em uma Economia de Compartilhamento ou *Sharing Economy* definido como um “modelo disruptivo foi motivado por entusiastas da tecnologia e deu início a uma forma de consumo que enfatiza o aluguel e o compartilhamento, em detrimento da propriedade e da posse” (Telésforo, 2016, p.11).

E a partir desse contexto de *startups*, surgem as que são voltadas para a mobilidade dentro dos centros urbanos. São plataformas que funcionam como agentes intermediadores da comunicação entre passageiro e motorista (Neto et al., 2019). Dentre as várias opções dessa categoria, algumas das que atuam no Brasil são Cabify, 99POP, EasyGo e a Uber. Segundo Stone (2017), a aceitação do Uber pelos usuários é resultado do crescente acesso as redes sociais, pois isso aumenta a criação da identidade *online* dos usuários. Telésforo (2016, p. 31) aponta que a Uber:

No setor de transporte de passageiros, o surgimento da Uber representou a economia de compartilhamento com a ambição de trazer soluções para os diversos problemas que vinham sendo apresentados até então como a concentração de força nas mãos de pequenos grupos, abuso de poder econômico, desrespeito ao consumidor, assimetrias de informação, monopolização, dentre outros.

Existem estudos que tratam os aplicativos de transporte no Brasil (Quadro 1). Essas pesquisas, distribuídas entre artigos, dissertações e teses, tratam diferentes aspectos com relação a essa nova dinâmica de mobilidade urbana que começaram a ser objeto de estudo no ano de 2016, visto que o início desse tipo de serviço no Brasil ocorreu no ano de 2014.

Quadro 1
Pesquisas sobre aplicativos de transporte

AUTOR/ANO	TÍTULO	TIPO	ÁREA	PALAVRAS-CHAVE
Olmos e Favera (2016)	Uber X Táxi: Estudo Normativo, Doutrinário e Jurisprudencial acerca do Conflito Existente entre ambos os Serviços de Transporte no Brasil	Artigo	Políticas Públicas e Demandas Sociais	0
Siqueira, Christino (2017)	Análise do Mix de Marketing de Serviços de Transporte de Passageiros Através de Dispositivos Móveis no Brasil	Artigo	Administração	Aplicativos; e-hailing; marketing de serviços; benchmarking; economia disruptivas.
Moraes, Freire, Bachmann, Abreu (2017)	Qualidade em Serviços e Dispositivos Móveis: Uma Análise a Partir da Aplicação do Modelo Servqual.	Artigo	Administração	Qualidade em Serviços. Dispositivos Móveis. Servqual.
Dal Bó, Petrini (2017)	Empoderamento e Resistência no Contexto da Economia Compartilhada: Os Dois Lados da Moeda	Artigo	Administração	Desenvolvimento Sustentável, Teoria das Transições, Sistemas Sociotécnicos, Economia Compartilhada, Mobilidade Urbana.
Rosa (2017)	Uber : de onde viemos, onde estamos e para onde vamos?	Dissertação	Economia	Economia compartilhada. Uber. Plataformas digitais. Regulamentação.
Vasconcelos e Assis (2018)	O serviço público de transporte de passageiros e os aplicativos de motoristas particulares	Artigo	Direito	Serviço Público; Aplicativos; Regulamentação
Hino e Cunha (2018)	Mobilidade Urbana: uma abordagem de gênero e tecnologia no uso de aplicativos móveis	Artigo	Administração	Tecnologia; Gênero; Mobilidade Urbana.
Pereira e Silva (2018)	A Economia Compartilhada como um Movimento de Transição para uma Mobilidade Sustentável	Artigo	Administração	economia compartilhada, transição para sustentabilidade, mobilidade.
Gaio (2018)	As novas formas de trabalho no mundo dos aplicativos: o caso UBER	Tese	Direito	Mobilidade urbana, Integração tarifária, Multimodalidade, Subsídios cruzados
Hino (2018)	Estudo das diferenças individuais no comportamento de usuáias de tecnologia em serviços de	Tese	Administração	Tecnologia. Gênero. Mobilidade Urbana

mobilidade urbana				
Barbosa, Medaglia (2019)	Tecnologia digital, turismo e os hábitos de consumo dos viajantes contemporâneos	Artigo	Turismo e Marketing	turismo; tecnologia digital; viajantes; consumo; marketing.
Barleta (2019)	Um estudo sobre os sentidos do trabalho na Uberização em São José dos Campos	Dissertação	Administração	Administração, Ensino de administração, Aplicativos móveis de transporte Aplicativos E-healing, Continuidade do uso, Sergipe (SE)
Lazzari (2019)	As narrativas de Mudança no Contexto da Economia Compartilhada	Dissertação	Administração	economia compartilhada; narrativas de mudanças; mudança social
Paixão (2019)	Contratos eletrônicos de consumo: os novos paradigmas da teoria contratual e a proteção do consumidor	Dissertação	Direito	Contratos eletrônicos; Contratos de adesão; Defesa do consumidor; Comércio eletrônico; Juízes - Decisões; Direito Privado
Simão (2019)	Computação urbana: as camadas de dados urbanos em Florianópolis/SC	Dissertação	Arquitetura e Urbanismo	computação urbana, dados urbanos, gestão urbana, cidades inteligentes
Lima (2019)	O desenvolvimento da interculturalidade por meio da mídia-educação: Ação com alunos do Ensino Médio de escola pública de Itanhandu	Dissertação	Comunicação	mídia-educação; comunicação; educação intercultural; agronegócio; interculturalidade.
Nascimento, Viana e Hall (2020)	Razões para a Escolha e Utilização de Aplicativos de Transporte em Dourados-MS	Artigo	Administração	Uber; economia do compartilhamento; atributos de escolha
Colodetti e Melo (2020)	As relações de gênero no contexto socioeconômico e cultural brasileiro: estudo com mulheres motoristas de aplicativos de mobilidade urbana	Artigo	Administração	Gênero. Trabalho. Mulheres motoristas
Reis e Meireles (2020)	Autonomia na subordinação: a relação de emprego entre os motoristas e a UBER	Artigo	Direito	Uberização. Economia compartilhada. Flexibilização. Precarização. Relação de emprego
Lopes e Brito (2020)	A proteção ambiental trabalhista de entregadores de aplicativo : estudo de direito comparado	Artigo	Direito	Trabalho digno. Organização Internacional do Trabalho. Entregadores de aplicativos. Direito comparado. Covid-19.

Barreto Júnior (2020)	Economia compartilhada: um estudo para o Brasil.	Dissertação	Desenvolvimento Regional e Urbano	Economia Compartilhada, Pesquisa, Consumidor, Brasil
Passarelli (2020)	Economia Compartilhada e os Modelos tradicionais de hospedagem e transporte: um estudo das plataformas Airbnb e Uber em Curitiba PR sob a perspectiva da Teoria dos Custos de Transação	Dissertação	Administração	custos de transação; economia compartilhada; Airbnb; Uber; modelos tradicionais
Bastos (2020)	Pacto da Mobilidade Urbana: a viabilização política de uma cidade sustentável	Dissertação	Engenharia de Transportes	0
Lobato (2020)	Análise dos parâmetros para a tomada de decisão na mobilidade urbana segundo o problema custo – conforto – conveniência	Dissertação	Engenharia de Produção	mobilidade urbana; transporte público; transporte privado; modais de transporte; revisão sistemática da literatura.
Silva (2020)	Organizações que atuam no modelo de economia compartilhada: pesquisa exploratória sobre os conceitos e práticas	Dissertação	Administração	Economia Compartilhada. Análise de Cocitação. Iniciativa Empresarial. Laço. Lucro.
Barbosa (2020)	O Lazer sob a percepção de pessoas com deficiência usuárias de cadeiras de rodas	Dissertação	Estudos do Lazer	Lazer. Participação social. Pessoa com deficiência. Cadeira de rodas. Barreiras.
Shiaku (2020)	Transporte público em Uberlândia: apropriação de princípios de cidades inteligentes	Dissertação	Gestão Organizacional	transporte público; mobilidade urbana; cidade inteligente; mobilidade inteligente; TIC.
Caneiro (2020)	De burca ou de biquíni: direito à cidade, mobilidade urbana e assédio de rua em Fortaleza/CE	Dissertação	Sociologia	Direito à cidade. Mobilidade urbana. Assédio
Yung (2020)	Profissão sociólogo : formação, identidade e inserção no mercado de trabalho	Tese	Sociologia	mercado de trabalho; sociologia; profissão; inserção ocupacional; sociologia clínica.
Neto e Santos (2021)	Transporte rodoviário de passageiros e os novos aplicativos	Artigo	Geografia	Transporte rodoviário de passageiros. Interações espaciais. Agentes corporativos. Técnica.
Barros (2021)	Modelo de Negócio para uma empresa de transporte individual e remunerado de passageiros em veículos descaracterizados a partir de plataforma eletrônica de (TVDE) em Portugal Continental	Dissertação	Ciências Empresariais	Modelo de Negócio, TVDE, Indicadores.

Batista (2021)	Análise da frequência de uso do ridesourcing e do transporte público por ônibus em Porto Alegre : aplicação de modelos híbridos de escolha discreta	Dissertação	Engenharia de Produção	transporte por aplicativo sob demanda; transporte público por ônibus; variáveis latentes; modelo de múltiplas causas e múltiplos indicadores (MIMIC); modelos híbridos de escolha discreta; modelo logit ordenado.
Samuel (2021)	Do táxi convencional ao serviço de transporte por aplicativo: recrudescimento ou nova precarização do trabalho?	Dissertação	Serviço Social	Mercado de trabalho, Labor market, Transporte por aplicativo, Táxi convencional, Precarização

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Nota-se que, dentre as pesquisas já realizadas que elas são de diversas áreas do conhecimento, como a Administração, o Direito, a Engenharia, o Serviço Social, a Sociologia, dentre outras. Alguns estudos têm a economia compartilhada e a relação de trabalho vivenciada pelos motoristas de aplicativo como temática principal das abordagens. E outros apresentam a relação dos consumidores com essa inovação tecnológica no sistema de comunicação e de transportes vivenciado pela sociedade. No entanto, os estudos com relação ao turismo e o uso de aplicativos de transporte ainda estão em estágios iniciais.

Para Neto et al. (2019), ainda é necessário aprofundar os estudos sobre o uso de aplicativos, como o Uber, no Brasil, para abarcar as diferentes vertentes que permeiam sua dinâmica de funcionamento. Afirmação esta que condiz com a visão de Beni (2017), quando diz que, ainda é necessário observar e estudar mais essas plataformas de serviços, avaliando e monitorando o seu desenvolvimento, bem como sua regulamentação de acordo com as exigências regulatórias de cada país.

Para Beni (2017), caracterizar as transformações da TIC nos serviços turísticos perpassa pela pesquisa de como essas plataformas impactam o planejamento turístico e o comportamento do próprio turista. Informação complementada pelo Ministério do Turismo (MTUR, 2019) que diz que o uso de ferramentas digitais precisa ser analisado e melhor entendido pelos prestadores de serviços turísticos para compreender a relação entre os turistas e a tecnologia atualmente. Nesse sentido, Vasconcelos e Assis (2018) apontam que a plataforma Uber é uma das que vivenciou alguma situação quanto à

regulamentação dos serviços, frente aos órgãos públicos e à pressão dos taxistas, devido às características de oferta de serviços desse tipo de plataforma.

Para interpretar os fatores que envolvem o uso do aplicativo Uber, como mencionado anteriormente, caberá compreender aspectos a respeito da percepção com o intuito de facilitar o entendimento de como essa categoria é percebida pelos turistas de Natal-RN. Percepção é uma categoria da psicologia, que está relacionada ao que o indivíduo percebe ou entende sobre algum fenômeno, produto ou serviço. Ela é apresentada por Skinner que a explica através do comportamento perceptivo como uma função cerebral que do ponto de vista psicológico envolve os processos mentais, a memória e outros aspectos que podem influenciar na interpretação de dados percebidos. Para Daru (2011, p. 14), “a percepção ocorre através dos sentidos fundamentais do nosso corpo, os sistemas sensoriais: visão, audição, tato, etc.” Posto isso, o percurso metodológico para tal será delimitado no tópico que segue.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Os tópicos seguintes têm o objetivo de apresentar a metodologia utilizada na pesquisa. Neles são expostos como foi organizada a busca pelos dados para compreensão do objeto de estudo.

Quadro 2

Procedimentos Metodológicos da Pesquisa

Procedimentos Metodológicos da Pesquisa	
Problema de Pesquisa	Como se configura a percepção de turistas sobre o uso de aplicativo de transporte (Uber) na dinâmica da mobilidade intradestino (Natal-RN)?
Objetivo do Estudo	Analisar a percepção sobre o uso do aplicativo de transporte Uber com base em reviews de turistas na dinâmica da mobilidade intradestino em Natal-RN). a) caracterizar o aplicativo Uber e suas nuances de funcionamento b) descrever sobre o perfil dos turistas usuários dos serviços da Uber em Natal-RN
Objetivos Específicos	c) compreender as percepções de uso do aplicativo baseado nas reviews dos turistas que constam no Tripadvisor d) qualificar os meios de transporte de Natal-RN usado para mobilidade intradestino e) apresentar a relevância dos serviços de tecnologia dos aplicativos de transporte.
Categorias de Análise	Preço Segurança no deslocamento Conforto Acessibilidade Eficiência Tempo de deslocamento Qualidade Utilidade Disponibilidade Infraestrutura
Método de Abordagem	Pesquisa Qualitativa
Método de Coleta	Coleta de Dados Online
Método de Análise dos Dados	Análise de Conteúdo (NVIVO)

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

O percurso desenvolvido na metodologia apresentado em síntese no quadro anterior diz respeito ao delineamento da pesquisa, tipo de abordagem, o universo e campo de pesquisa, método de coleta e de análise de dados.

3.1 Caracterização e Abordagem da Pesquisa

A presente pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, de natureza qualitativa. Ela é exploratória, pois tem como objetivo expandir a familiaridade do pesquisador sobre o objeto de estudo com a realização da pesquisa (Marconi & Lakatos, 2002). Para Gil (2002), a pesquisa exploratória, tem o objetivo de tornar o objeto de pesquisa mais próximo ao pesquisador. É descritiva por ter como objetivo principal descrever características de populações e fenômenos que estão em consonância com a temática de estudo. Segundo Veal (2011), essa caracterização é comum nos estudos do turismo e lazer, por serem fenômenos que passam por constantes mudanças. Já para Gil (2002), a pesquisa descritiva tem como objetivo principal descrever as características de um fenômeno ou população.

Inicialmente realizou-se uma busca das pesquisas científicas que versam sobre o tema analisado com o objetivo de organizar as ideias de outros pesquisadores sobre o tema. Para isso foram aplicados os constructos “turismo”, “aplicativos de transporte” e “Uber” na plataforma *Google Acadêmico* e na base de dados do Portal de Periódicos da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) para que assim pudesse reconhecer como essa temática tem sido estudada pelos pesquisadores da área. O objetivo foi mapear como têm sido realizados os estudos voltados ao turismo que tratavam os aplicativos de transporte no geral e o Uber, em específico. Com esse levantamento foi possível verificar que os estudos sobre esse viés ainda são recentes, o que se deve ao fato de a empresa Uber representar uma inovação tecnológica no contexto da mobilidade urbana.

Quanto ao tipo de abordagem, essa pesquisa se caracteriza como qualitativa. Segundo Veal (2011), a pesquisa qualitativa abarca uma grande quantidade de informações. Com esse tipo de abordagem, o objetivo do pesquisador é produzir informações aprofundadas sobre um objeto de estudo (Gerhardt & Silveira, 2009). A pesquisa qualitativa “não se preocupa com representatividade numérica, mas, sim, com o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização” (Gerhardt & Silveira, 2009, p. 31). Neste estudo o grupo social será representado pelos turistas de

Natal-RN que utilizaram o Uber em sua viagem e participaram do fórum que trata o uso do aplicativo na plataforma Tripadvisor. Portanto, esse estudo aproxima-se da abordagem qualitativa, já que a finalidade é buscar a opinião dos usuários (turistas) sobre o uso de uma ferramenta tecnológica (aplicativo) que auxilia o deslocamento no destino turístico, aprofundando a análise do conteúdo dos seus comentários.

3.2 Universo e Campo de Pesquisa

O Ministério do Turismo divulgou que, de acordo com pesquisa realizada por uma consultoria global de pesquisa e inteligência estratégica de mercado – Euromonitor International, viajar está entre os desejos de muitos consumidores mundialmente e que o turismo representava uma entre as dez principais tendências globais de consumo para o ano de 2019 (MTUR, 2019). A pesquisa realizada por essa consultoria considera que o turismo é uma atividade que gera emoção e por esse motivo o compartilhamento de informações pela internet é uma tendência entre os consumidores turísticos (MTUR, 2019).

Em consonância ao desejo de viajar dos indivíduos, observa-se que o turismo representa fonte de receita nas diferentes regiões do Brasil. Geograficamente, esse estudo trata o turismo na Região Nordeste do país, mais especificamente a capital do Estado do Rio Grande do Norte, Natal. Segundo dados do Relatório da Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado do Rio Grande do Norte (Fecomércio (2019), o Estado do RN tem como perfil de turista na alta temporada, homens e mulheres com idade entre 25 e 65 anos, brasileiros vindos das regiões Sudeste (49,2%), Nordeste (24,4%), Centro-Oeste (13,3%), Sul (9,1%) e Norte (3,8%), respectivamente. E a principal motivação de visita ao Estado é o lazer.

Outro fato que aponta a expressividade de Natal-RN com relação ao turismo é que a cidade foi o terceiro destino mais procurado pelos turistas domésticos entre os meses de junho e julho de 2019 (MTUR, 2019). Portanto, é possível perceber que esse é um destino turístico que possui uma demanda variável de visitantes representada por diferentes estados brasileiros. Assim sendo, a cidade foi escolhida como campo de estudo diante da sua representatividade para o turismo brasileiro.

A partir dessa contextualização, adotou-se como universo da pesquisa para esse estudo os comentários da plataforma TripAdvisor que dizem respeito ao serviço de transporte privado de passageiros da Uber em Natal-RN. A opção dessa plataforma para

a coleta de dados ocorreu em virtude da pandemia do Covid-19² que impossibilitou que essa fase da pesquisa fosse realizada de forma presencial com os turistas no destino. Porém, por se tratar de avaliações e comentários realizados de forma espontânea pelos turistas, as informações que concernem essa plataforma se configuram como dados primários e, portanto, possuem um caráter legítimo tornando os dados empíricos relevantes para a análise. Os dados disponíveis nessa plataforma, como apontado por Lamas et al. (2019), podem ser úteis para as organizações como estratégia de negócios e para os consumidores como ferramenta de consulta para o planejamento de viagens.

A plataforma TripAdvisor foi criada no ano de 2000 e funciona como uma comunidade virtual com informações e opiniões dos turistas sobre viagens. As “pessoas do mundo todo usam o site e o aplicativo do TripAdvisor para acessar cerca de 859 milhões de avaliações e opiniões sobre 8,6 milhões de acomodações, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros” (TripAdvisor, 2019).

Essas avaliações ou reviews compartilhadas pelos turistas sobre suas experiências com relação a equipamentos do turismo em viagens caracterizadas como CGU ficam à disposição na rede para serem acessadas por outros turistas. Buhalis e Law (2008) e Navío-Marco et al. (2018), assim como Lamas et al. (2019) consideram essa plataforma uma ferramenta útil para o turista obter informações sobre um destino, bem como para a organização conhecer o comportamento do consumidor. As informações buscadas na internet junto com os conteúdos criados nas comunidades virtuais, como Instagram e TripAdvisor têm influenciado o consumo turístico por conter dados que são gerados por outros consumidores passando maior credibilidade aos futuros usuários.

O fato de as reviews dos turistas terem se acumulado a torna uma ferramenta importante de pesquisa no contexto das viagens e turismo. De acordo com o Relatório Global TripAdvisor 2017/2018, o acesso aos dados dessa plataforma inspirou metade dos usuários a visitar um destino (TripBarometer, 2018). Assim sendo, as informações para compor o banco de dados para o presente estudo são os comentários disponíveis no Tripadvisor sobre o Uber em Natal-RN.

Dentro desse contexto, o público alvo dessa pesquisa são os turistas que visitaram Natal-RN, utilizaram o aplicativo para sua mobilidade na cidade e participaram dos fóruns de discussão sobre os serviços da Uber na referida plataforma. Os comentários gerados por esses usuários foram utilizados para compreender a percepção do turista da capital

² Doença respiratória causada pelo Coronavírus que foi identificada na China em dezembro de 2019 que espalhou mundialmente.

potiguar sobre o aplicativo. Com relação ao período pesquisado, nesse estudo foram considerados os tópicos propostos entre os anos de 2016 e 2019. O primeiro tópico a respeito do aplicativo ocorreu no mês de setembro de 2016 e isso advém do fato de que o aplicativo começou a funcionar no Estado do RN a partir do mês de agosto daquele ano. Ao final, desconsiderou-se o ano de 2020 devido ao contexto da pandemia da Covid-19.

Primeiramente, foi feita a busca no site do TripAdvisor e após a aplicação de filtros de busca na plataforma, foram identificados 105 fóruns (Apêndice B). Após o processo de busca inicial percebeu-se que cada fórum era composto por comentários diversos compartilhados em sua maioria por turistas que já haviam utilizado o aplicativo em Natal-RN e participaram da discussão para contribuir com informações a partir de sua própria experiência. Porém, notou-se que os próprios moradores da cidade também compartilhavam informações sobre o app, além de respostas postadas pelos gestores da plataforma.

Quadro 3

Tópicos do TripAdvisor sobre o Transporte Uber em Natal-RN

Nº	Tópicos	Data do Tópico	Comentários
1	Contratar transfer antes ou fechar no aeroporto?	27 de outubro de 2019	35
2	Uber	22 de julho de 2019	11
3	Vila Gale Touros / transfer	10 de setembro de 2018	17
4	Transfer de Madrugada	28 de janeiro de 2019	7
5	Taxi para fazer turismo	26 de outubro de 2019	6
6	Viagem para Natal/Outubro de 2019	06 de setembro de 2019	3
7	Uber ou 99 pop para a Dunas	17 de fevereiro de 2020	5
8	Traslado até Ponta Negra	12 de março de 2019	8
9	Transfer ou ônibus para São Miguel do Gostoso	04 de junho de 2018	14
10	Vale a pena alugar carro em Natal?	25 de abril de 2018	36
11	Preço	16 de agosto de 2018	3
12	Traslado em Natal o que vale mais a pena? Uber, Taxi ou Van	21 de julho de 2018	11
13	Dicas de Receptivo	01 de março de 2019	4
14	Transfer Vila Gale Touros em Natal	12 de setembro de 2019	3
15	Uber-Aluguel de Carro	08 de dezembro de 2018	6
16	Passeio Lagoa do Carcará e Lagoa de Arituba	10 de Abril de 2020	0
17	Viajar sozinho para Natal	03 de julho de 2020	7
18	Transporte até o Manoa Park	10 de maio de 2019	5
19	Custo x Benefício	26 de fevereiro de 2018	38
20	Aluguel de carro no aeroporto	15 de novembro de 2019	16

21	Situação Covid Natal	11 de maio de 2020	2
22	Chegar até o Vila Gale Touros	05 de novembro de 2018	4
23	Valor transfer aeroporto-hotel	26 de fevereiro de 2018	3
24	Uber	24 de janeiro de 2018	5
25	Sugestões de passeios em Natal	26 de novembro de 2018	70
26	Passeios em Natal	24 de julho de 2018	8
27	Genipabu ou Ponta Negra	26 de outubro de 2018	7
28	Natal	11 de abril de 2018	3
29	Uber ou alugar carro	01 de julho de 2018	4
30	Mês de Fevereiro/ Carnaval 2019	31 de dezembro de 2018	3
31	Aluguel de Carro	30 de setembro de 2018	2
32	Natal	15 de agosto de 2018	4
33	Vale a pena Uber para Pipa	08 de março de 2018	11
34	Custo do dia em Natal	24 de julho de 2018	7
35	Dicas Natal Outubro	27 de agosto de 2019	8
36	Transfer Ponta Negra-Pipa	23 de outubro de 2019	2
37	E-suítes Vila do Mar	23 de abril de 2018	9
38	99 pop em Natal -aeroporto-hotel, é confiável?	27 de fevereiro de 2018	9
39	Estadia no Serhs Grand Hotel	27 de julho de 2018	3
40	Uber compensa em Natal	16 de outubro de 2017	7
41	Qual o melhor local para se hospedar	07 de junho de 2018	34
42	Deslocamento ponta negra aero as 5:30 da manhã	05 de outubro de 2018	3
43	Ventos Frios em Agosto	24 de julho de 2018	5
44	Aluguel de carro ou Uber em Natal?	15 de dezembro de 2017	11
45	Passeios em Natal	11 de junho de 2019	4
46	O que fazer em Natal	31 de outubro de 2018	4
47	Viagem Pipa/Natal Julho de 2018	07 de fevereiro de 2018	5
48	Traslado em Natal O que vale mais a pena?	18 de novembro de 2016	43
49	Uber, Taxi ou Van	03 de setembro de 2016	73
50	Alugar carro para todos os dias ou não tem necessidade	30 de agosto de 2018	4
51	Dicas de passeios em Natal - RN	22 de agosto de 2018	3
52	Vale a pena alugar carro ou andar de Uber?	09 de dezembro de 2019	4
53	Natal-Junho	31 de julho de 2017	2
54	Dicas	01 de julho de 2018	7
55	UBER, traslado Aeroporto/hotel/aeroporto	24 de junho de 2017	3
56	Aluguel de carro / Transporte	16 de julho de 2017	8
57	Passeio de buggy	10 de julho de 2019	15

58	Transfer Aeroporto - Genipabu	10 de janeiro de 2017	2
59	Dúvida	03 de junho de 2017	3
60	Receptivo em Natal, qual vocês indicam?	21 de outubro de 2017	13
61	Prodigy Beach Resort , qual avaliação de vocês?	19 de outubro de 2017	5
62	Translado	25 de julho de 2017	6
63	Uber	01 de maio de 2017	5
64	Aeroporto x Ponta Negra	25 de maio de 2017	7
65	Rodoviária	28 de fevereiro de 2017	3
66	Viagem para Natal-RN	24 de junho de 2017	10
67	Hospedagem	07 de dezembro de 2016	37
68	Estimativa de preços de passeios	09 de janeiro de 2017	12
69	Segurança no final do ano	22 de dezembro de 2017	2
70	Traslado do aeroporto de Natal para Pipa	19 de dezembro de 2016	7
71	Clima em Maio	21 de março de 2018	12
72	Traslado Aeroporto/Pousada	20 de setembro de 2016	8
73	Situação da segurança em pontos turísticos	14 de janeiro de 2018	6
74	Dicas de receptivo...esqueci de falar que é em Natal	01 de março de 2019	11
75	Traslado Aeroporto/Hotel	14 de novembro de 2016	4
76	Aluguel de carro compensa	31 de agosto de 2018	3
77	Natal x Pipa taxi 24 h	22 de janeiro de 2017	3
78	Natal x Pipa taxi 24 h	22 de janeiro de 2017	3
79	Qual vale mais pena: Sehrs ou Ocean Palace	16 de janeiro de 2018	10
80	Vou a Natal: devo alugar um carro?	09 de outubro de 2017	5
81	Vida noturna em Natal	31 de janeiro de 2017	4
82	Passeios	21 de julho de 2016	6
83	Transfer do aeroporto de Natal/Praia de Pipa	13 de outubro de 2016	5
84	Hospedagem, asseio e clima	01 de outubro de 2017	3
85	Com bebê de 01 ano e meio	13 de julho de 2017	3
86	Natal com crianças - Junho	20 de junho de 2017	4
87	Ajuda com roteiros de 12 dias	19 de fevereiro de 2017	6
88	Obrigada	30 de maio de 2017	6
89	Aluguel de Carros	01 de junho de 2017	3
90	Aeroporto x Ponta Negra	08 de maio de 2017	20
91	Segurança em Natal	12 de junho de 2017	7
92	Qual o melhor lugar para se ficar em Natal	09 de março de 2017	22
93	Agradecimento	27 de maio de 2017	4
94	Viagem a Natal - Passeios	28 de setembro de 2016	9
95	O que achei de Natal	17 de novembro de 2016	12
96	Dicas de passeio	01 de janeiro de 2017	5

97	Buggy - Contatos	16 de março de 2017	20
98	Natal Junho de 2017	01 de fevereiro de 2017	9
99	Quais as melhores dicas e passeios	09 de março de 2017	2
100	Viagem a Natal - Dezembro de 2017	17 de março de 2017	8
101	Passeios Imperdíveis	29 de novembro de 2016	7
102	Passeios em Natal - Maio 2017, quais opções e valores?	16 de março de 2017	15
103	Maracajaú +Punau	16 de março de 2017	6
104	Aluguel de Carro - Ponta Negra	13 de fevereiro de 2017	9
105	Viagem para Natal	06 de fevereiro de 2017	8

Fonte: Dados do Estudo baseado na plataforma TripAdvisor, 2021.

Observa-se pelo título de cada fórum que o termo “Uber” utilizado na busca inicial nem sempre aparece em evidência, porém permeia os comentários à medida que se dá a discussão do fórum. Posteriormente, a inclusão ou não do fórum foi baseada em algumas palavras-chave que possuía relação com aplicativo, deslocamento e mobilidade como traslado, transfer, táxi, aluguel de carro, receptivo, deslocamento, rodoviária, Uber, aeroporto, transporte e 99 POP. Assim, do universo de 105 fóruns iniciais, 58 fóruns foram excluídos por não atender aos critérios estabelecidos para análise. E ainda, dentro desses fóruns validados, foram excluídos os comentários dos moradores, outros com cunho de propaganda de empresas de receptivo ou outro tipo de serviço ligado ao deslocamento e os que foram postados pela equipe de gerenciamento do TripAdvisor, como intermediadora de alguma discussão. Para a análise final foram validados 93 comentários.

3.3 Métodos de Coleta de Dados

Diante do contexto de desenvolvimento de atividades virtuais e os impactos em diferentes áreas de pesquisa, esse estudo e seu método de coleta de dados caracteriza-se como netnográfico, na medida em que utiliza comunicações mediadas por computador, aplicativos, plataformas, redes sociais como base para a fonte de dados empíricos, com vistas a se obter compreensão e representação de fenômenos socioculturais disponíveis na internet. Esse estudo, por se tratar de uma pesquisa realizada no meio virtual, a base de dados foi constituída a partir da coleta de dados online. Flick (2013, p. 164) aponta que “a pesquisa que usa a internet como um instrumento para a realização de pesquisa social

é chamada de pesquisa online”. E dentre os tipos de pesquisa online, tem-se a etnografia virtual ou netnografia.

Segundo Soares e Stengel (2021), a netnografia é um método de pesquisa que surgiu em virtude das pesquisas sociais realizadas em ambiente virtual, principalmente para análise de mídias sociais. Para Gondim, Bolzán, Espínola & Alexandre (2020) esse é um método de coleta qualitativa adaptado da etnografia que é utilizado para estudar o comportamento das comunidades virtuais e as interações online dos atores envolvidos com o turismo (comunidade, organizações e turistas).

A percepção do turista que é tratada nesse estudo é caracterizada como a impressão que ele tem de produtos e serviços que consome em uma viagem. Na presente pesquisa, essa percepção é ressaltada a partir das reviews dos turistas a respeito de um objeto de estudo em específico. A partir do momento que esse indivíduo estabelece contato com um produto, serviço, pessoa ou acontecimento ele passa a interpretar o sentido de acordo com o seu objetivo. Para fins da compreensão da percepção dos turistas, tem-se um conjunto de categorias que nortearam a estruturação do instrumento de coleta dessa pesquisa.

Quadro 4

Categorias de Análise baseadas na teoria

Categorias Teóricas	
1 Preço	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007); Lohmann, Fraga e Castro (2013)
2 Segurança no deslocamento	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
3 Conforto	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
4 Acessibilidade	Beni (2003); Lohmann, Fraga e Castro (2013)
5 Eficiência	Beni (2003)
6 Tempo de deslocamento	Lohmann, Fraga e Castro (2013)
7 Qualidade	Lohmann, Fraga e Castro (2013)
8 Utilidade	Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
9 Disponibilidade	Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
10 Infraestrutura	Allis (2010)
Categorias ou Dimensões Estruturantes	
1 Caracterização do Serviço	
2 Perfil dos Usuários	
3 Percepções	
4 Uso de Aplicativos	
5 Relevância	

Fonte: Dados do Estudo baseados na teoria estudada e dados empíricos, 2021.

Buscando entender aspectos do uso de aplicativos como ferramenta de acesso a um meio de transporte para mobilidade em Natal-RN, as categorias de análise dessa pesquisa baseiam-se nas discussões teóricas e nos objetivos de estudo. Em relação às categorias teóricas para construção do instrumento de pesquisa, cada categoria apresentada deu origem a uma pergunta que serviu de base para compreender o objeto de estudo. As perguntas que compõem o roteiro servem de guia para a coleta de dados e foram formuladas a partir da base teórica que gerou a categoria e a questão subsequente (Anexo A). E no caso das categorias estruturantes destacadas no quadro 4, tem-se que elas serviram de alicerce para analisar características do objeto de pesquisa, uma vez que se mostram como categorias transversais a esse estudo.

Os comentários ou reviews que compõem os dados desse estudo permitem acessar informações sobre as experiências de outros usuários que, ao adquirirem um produto ou utilizar um serviço ligado ao turismo, descrevem sua impressão como consumidor nas redes sociais. Essas informações, segundo Muniz e Santos (2019), se dissipam na rede possibilitando o acesso de outros viajantes a dados, deixando-os mais informados. Assim sendo, descrever e avaliar uma experiência nas plataformas sociais poderá influenciar na decisão de outros turistas.

Vale ressaltar que a apropriação dos CGU como objeto de estudo de pesquisas científicas revela uma empiria relevante. Os comentários ou reviews, como são chamados na linguagem virtual, merecem mais atenção atualmente nos estudos científicos, pois possibilitam maior acessibilidade, uma vez que estão livres para consulta e registro para os mais variados fins e temáticas.

As pesquisas realizadas em ambiente virtual ainda em estágios iniciais eram uma aresta importante para alguns pesquisadores que, em virtude do avanço tecnológico, utilizam os dados online para compreender diversos objetos de estudo. Nesse sentido, Soares e Stengel (2021) apontam que essas análises baseadas em dados digitais precisam avançar em diferentes áreas do conhecimento e da sociedade. Porém, com o estado de disseminação da Covid-19 em nível global, diversas pesquisas tiveram que ser adaptadas ao ambiente virtual dada a necessidade de isolamento social como medida para prevenir a contaminação.

3.4 Método de Análise dos Dados

Instrumento de coleta de dados

Com o objetivo de validar o procedimento adotado nessa pesquisa, na primeira fase da coleta de dados, foi realizado o teste piloto. Através dele foi possível ter um retorno sobre o desenho metodológico do estudo e adequar o entendimento das categorias de análise usadas. Esse tipo de teste possibilita que o pesquisador enxergue novos passos para a pesquisa e faça as modificações para adequar alguma questão para melhor compreensão do problema (Denker, 2000).

A coleta dos dados para o teste piloto aconteceu entre os meses de junho e julho de 2020. Na plataforma TripAdvisor foi realizada uma pelo termo “Uber” no fórum de discussão da cidade de Natal-RN (Apêndice B). E a partir da relação dos tópicos e seus respectivos comentários foi possível construir o quadro 3 com a relação dos fóruns.

A partir do teste piloto, buscou-se separar dentre os fóruns aqueles que tratavam a temática desse estudo, as datas que foram criados na plataforma e o número de comentários de cada um. De posse desses comentários, o objetivo foi analisar cada um com atenção às categorias de análise indicadas no Quadro 4.

Procedimentos de Análise de Dados

O procedimento usado foi baseado na técnica de Análise de Conteúdo. Com esse método, após a seleção do material foi preciso realizar a codificação dos dados coletados. Na perspectiva de Bardin (1977), a análise de conteúdo tem sido uma das técnicas mais utilizadas para esse fim. Trata-se de "um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens" (Bardin, 1977, p. 38). Sua utilização prevê três fases fundamentais: pré-análise, exploração do material e tratamento dos resultados.

Para tratar os resultados foi feita uma compilação dos dados coletados em uma planilha do programa Excel, dividida entre os anos de 2016, 2017, 2018 e 2019 com o título do tópico, o perfil e os respectivos comentários. Através da tabulação de dados foi possível comparar o perfil dos participantes dos fóruns da plataforma TripAdvisor com o perfil dos turistas apresentados nos relatórios da Fecomércio-RN.

Com a tabulação dos dados validados para esse estudo no software Excel, logo após, optou-se pelo uso do NVIVO13 (2021) um software de análise qualitativa de dados. Alves, Figueiredo Filho e Henrique (2015, p. 122) explicam que o NVIVO “organiza e categoriza informações textuais. Além disso, ajuda a descobrir tendências e a sistematizar análises, facilitando uma rápida reexaminação dos dados”. Ou seja, é uma ferramenta

relevante para organização da análise de resultados de uma pesquisa. No presente estudo, foi empregado o NVIVO 13 para compreender o sentimento dos turistas e a frequência de palavras das avaliações sobre o Uber. Para isso, foram utilizados os recursos de Codificação por Sentimento e a Nuvem de Palavras.

3.5 Considerações Éticas da Pesquisa

O Comitê de Ética em Pesquisa da Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN) em consonância com a Comissão Nacional de Ética em Pesquisa (CONEP) possui orientações sobre procedimentos de coleta de dados dentro de qualquer categoria do ambiente virtual (UFRN, Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2021). Por se tratar de pesquisas que envolvem seres humanos, e, para que ocorram sem prejuízos para as partes envolvidas no processo, cabe apresentar autorizações para a participação (Comitê de Ética em Pesquisa, 2021).

No caso da presente pesquisa, realizada em ambiente virtual, os dados utilizados para análise foram compostos de informações disponibilizadas pelo próprio usuário da plataforma TripAdvisor. A participação dos turistas nesse tipo de fórum de avaliação está condicionada ao consentimento prévio com a divulgação de seus dados e avaliações compartilhadas. A seção de *Política de Privacidade da Plataforma TripAdvisor* esclarece que ao acessar o site, o usuário concorda com a prática da divulgação das informações postadas no espaço virtual da plataforma.

Logo, enxergou-se ser possível utilizar as avaliações compartilhadas pelos turistas na plataforma visto que os conteúdos das publicações são de livre acesso no ambiente virtual. Entretanto, é válido observar que os dados coletados na plataforma serão utilizados somente para fins acadêmicos e que os respondentes não serão identificados como forma de preservar sua identidade. Para isso, foram usadas nomenclaturas compostas por letras e números diferentes daqueles nomes dos usuários cadastrados na plataforma.

E após descrever os procedimentos metodológicos do presente estudo, o próximo quadro destaca o Design da Pesquisa para elucidar como foi realizada cada etapa da presente dissertação.

Quadro 5
Design de Pesquisa

DESIGN DA PESQUISA							
1 PROBLEMA	2 OBJETIVO DO ESTUDO	3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	4 CATEGORIAS TEÓRICAS E ESTRUTURANTES	5 AUTOR/ ANO	6 MÉTODO DE ABORDAGEM	7 PROCEDIMENTOS DE COLETA	8 PROCEDIMENTOS DE ANÁLISE
Como se configura a percepção sobre o uso de aplicativo de transporte (Uber) com base em reviews de turistas na dinâmica da mobilidade intradestino (Natal-RN)?	Analisar a percepção sobre o uso do aplicativo de transporte Uber com base em reviews de turistas na dinâmica da mobilidade intradestino em Natal-RN.	Caracterizar o aplicativo Uber e suas nuances de funcionamento	1 - Preço 2 - Segurança no deslocamento 3 - Conforto 4 - Acessibilidade 5 - Eficiência 6 - Tempo de deslocamento 7 - Qualidade 8 - Utilidade 9 - Disponibilidade 10 - Infraestrutura 11 - Caracterização do Serviço 12 - Perfil dos Usuários 13- Percepções 14 - Uso de Aplicativos 15 - Relevância	Beni (2003) Cooper et al. (2007) Lohmann et al. (2013) Allis (2010) Allis e Fraga (2016) Urry (2000)	Qualitativo	Documental Coleta de Dados Virtuais	Análise de Conteúdo Word
		Descrever sobre o perfil dos turistas usuários dos serviços da Uber em Natal-RN					Excel
		Compreender as percepções de uso do aplicativo baseado nas reviews dos turistas que constam no Tripadvisor					Análise de Conteúdo Excel NVIVO
		Qualificar os meios de transporte de Natal-RN usado para mobilidade intradestino					Análise de Conteúdo Excel
		Apresentar a relevância dos serviços de tecnologia dos aplicativos de transporte.					Análise de Conteúdo Word

Esse quadro demonstra uma síntese da dinâmica da pesquisa, desde a problemática, passando pelas demais fases, incluindo o objetivo do estudo e os objetivos específicos, as categorias de análise teóricas e estruturantes, assim como a referência teórica, os métodos de abordagem e os procedimentos de coleta e de análise de dados. A partir dos dados coletados na plataforma TripAdvisor foi possível dividir as avaliações dos turistas sobre o aplicativo Uber anualmente (2016 – 2019) e dessa forma compreender como os primeiros comentários surgiram e a evolução de uso à medida que a plataforma era reconhecida como opção para mobilidade em Natal-RN. No tópico de análise do uso de aplicativos são destacados os aspectos sobre os turistas, usuários do aplicativo Uber e as características elencadas pelos turistas que culminam em sua escolha como meio de solicitação de deslocamento.

4 ANÁLISE DA PERCEPÇÃO DOS TURISTAS SOBRE O APLICATIVO DE UBER EM NATAL-RN

Depois de apresentar a caracterização do problema, os objetivos, os aspectos teóricos e os procedimentos metodológicos para analisar o uso do aplicativo de transporte Uber no destino turístico Natal-RN, serão descritos os resultados da análise com base em dados e informações, a partir principalmente da percepção de turistas focada no uso do aplicativo como opção e escolha de mobilidade disponível no espaço urbano durante a viagem.

Em primeiro lugar, utilizando o software Excel para tabulação dos dados, foram validados noventa e três comentários de turistas que abordavam especificamente o aplicativo Uber na dinâmica da mobilidade, utilizando como referenciamento local o destino turístico Natal-RN. Em seguida, tem-se uma segunda fase, na qual o software NVIVO 13 (2021) foi utilizado como ferramenta auxiliar no processo de análise.

Para alinhamento prático na descrição dos resultados, ela foi dividida considerando os objetivos específicos traçados previamente: caracterização do aplicativo, perfil dos turistas de Natal-RN usuário do aplicativo, reviews dos turistas sobre o aplicativo, os transportes e a mobilidade intradestino, relevância dos serviços de tecnologia de aplicativos de transporte nos destinos turísticos.

4.1 Caracterização do Aplicativo de Transporte (Uber)

Com o desenvolvimento das tecnologias, vivencia-se hoje uma realidade pautada na evolução disruptiva dos serviços que se dá a partir da invenção de diferentes inovações que atendem a população em suas atividades. Os serviços que são oferecidos à sociedade na era tecnológica têm como objetivo facilitar a vida das pessoas, tornar os processos mais acessíveis e trazer qualidade de vida. Isso reflete a forte dimensão ontológica da tecnologia na vida das pessoas.

Dados mostram que o crescimento das TICs é um mercado que ainda está em expansão. Novos investimentos no setor tecnológico crescem e empresas são criadas trazendo para a sociedade novas formas de produção e comercialização de seus negócios. E a internet é a principal ferramenta da tecnologia responsável pelo acesso dos indivíduos à informação (Beni, 2017). No Brasil, o acesso à internet está disponível a 74% da população que utilizam essa ferramenta para diferentes tipos de atividades, como, por exemplo, enviar mensagens, acessar redes sociais, realizar chamada de vídeo ou voz,

pesquisas escolares, assistir filmes e séries e também para adquirir produtos ou serviços (Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR, 2019).

Nesse contexto, destaca-se o segmento de aplicativos de transporte, como forma de aplicação direta da TIC na vida da população. Na visão de Telésforo (2016), esse novo modelo de negócios ligado à tecnologia foi criado como uma inovação disruptiva que extingue a barreira de que somente os táxis eram responsáveis pelo transporte individual de passageiros dentro das cidades. Observa-se que houve um salto qualitativo do tradicional modelo de táxi para um novo modelo de serviço que revolucionou a estrutura do setor de deslocamento interno, em que a solicitação de um veículo é realizada por meio de um aplicativo instalado no smartphone à mão do consumidor.

A história do sistema de táxi remete à época da antiguidade e foi se desenvolvendo até a criação dos táxis motorizados no século XIX, passando a ser um meio de transporte generalizado no século XX. Desde então, não houve mudanças significativas no sistema de serviços oferecidos pelo setor. Com a tecnologia percebe-se que o cenário se modificou com transformações na forma como a sociedade usava esses serviços, na legislação e na relação empregado versus empregador, impostas pelos novos modelos de negócio ligado à mobilidade urbana. Essa situação foi resolvida depois da adaptação dessa nova tecnologia à vida da população.

No cenário atual, o contato entre motorista e passageiro é feito através de um smartphone conectado à internet. Nesse contexto surgiram diversas opções de aplicativos de transporte. Caracterizado como e-hailing, esse é um tipo de serviço que conecta pessoas interessadas em usar um serviço ou oferecê-lo. De um lado, tem-se os motoristas que prestam serviços de deslocamento e, de outro, passageiros que desejam se deslocar dentro dos centros urbanos. São várias as opções e, dentre elas, destaca-se, o Uber como o primeiro app de transporte individual de passageiros.

Lançado por empresários americanos em meados de 2010, o app Uber é gerido por uma startup que, com suas características inovadoras, em poucos anos espalhou-se por diversos países e passou a atender toda a população dentro de diferentes categorias de serviços que possui. É um tipo de serviço que funciona como um novo modelo de negócio que conecta pessoas através da tecnologia dos aparelhos móveis, a fim de facilitar o deslocamento dentro de centros urbanos (Uber, 2021). O objetivo desse novo sistema é oferecer um serviço de deslocamento mais eficiente do que o táxi tradicional, visto a sua característica principal de ser solicitado através de um aplicativo instalado em smartphones conectados à internet.

Essa conexão entre passageiros e motoristas através do app tem alterado a dinâmica da mobilidade urbana nas cidades onde é inserida. Os motoristas que cadastram o seu veículo para prestar o serviço utilizam o aplicativo para se conectar aos clientes e atuam de forma autônoma, assim, não possuem vínculo trabalhista formal com a empresa (Uber, 2021). Esse fato controverso gerou diversos estudos sobre a relação de trabalho proposta entre a Uber e os motoristas, prestadores de serviço.

Com os investimentos feitos na empresa, ela expandiu sua abrangência para além dos Estados Unidos e atualmente atua em 71 países e, dentre eles, o Brasil (Uber, 2021). Inicialmente o aplicativo começou a operar na cidade do Rio de Janeiro no ano de 2014, período da Copa do Mundo Fifa³. Nos anos seguintes, passou a atender em São Paulo, Belo Horizonte, Brasília, Campinas, Curitiba, Goiânia, Porto Alegre, Recife e Salvador. E, hoje, tem usuários e motoristas cadastrados em mais de 500 cidades do país. O objetivo da plataforma é ser opção de mobilidade nas cidades que opera. Ou seja, é uma empresa que oferece uma forma prática de solicitação de veículo para deslocamento nos centros urbanos (Uber, 2021). Além do deslocamento de pessoas, a Uber oferece aos usuários outras categorias de serviços.

Quadro 6

Categorias do Aplicativo Uber

Categoria	Características do Serviço
Uber X	Carros compactos; ar-condicionado; quatro portas; preço competitivo
Uber Juntos	Permite dividir a viagem com outros usuários com trajeto similar
Uber Confort	Carros mais confortáveis e espaçosos; preço maior do que o do Uber X
Uber Black	Carros sedã de grande porte; bancos de couro; experiência Premium
Uber Táxi	Viagens em táxis com os recursos de segurança da Uber
Uber Flash	Solicitação para enviar itens e artigos pessoais
Uber Eats	Solicitações de refeições
Transporte Público	Informações em tempo real de linhas de ônibus, trens e metrô
Uber para Empresas	Gerenciamento das viagens dos funcionários
Uber Direct	Serviço de entrega de produtos; ligado ao Uber para Empresas
Uber Eats para Empresas	Entrega de refeições para colaboradores

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Essas opções de serviço visam atender as necessidades dos consumidores e são permitidas de acordo com a disposição de cada uma nas cidades que operam. Segundo a

³ Competição internacional de futebol criada em 1928 na França que ocorre a cada quatro anos e é sediada por diferentes países que fazem parte das federações reconhecidas pela Federação Internacional de Futebol Associado (FIFA).

Uber (2021), o sistema de transporte oferecido à população pelo aplicativo lhe faz ser apontada como a startup de maior valor no mundo.

Essa dinâmica de deslocamento urbano observada nacionalmente após a chegada da empresa Uber, acontece também em Natal-RN desde o ano de 2016, quando o uso do aplicativo foi anunciado na cidade pela primeira vez (Uber, 2017). Na Grande Natal, uma pesquisa realizada no ano de 2018 aponta que existiam cerca de 11 mil motoristas cadastrados no aplicativo que atendem diariamente pelas chamadas dos clientes através do app.

O quadro a seguir destaca informações sobre o Uber e os aplicativos similares que operam na cidade de Natal-RN, em ordem cronológica com relação ao início das atividades e as características de cada um deles.

Quadro 7

Aplicativos de Transporte em Natal-RN

Nº	Aplicativos	Ano	Serviço em Natal-RN
1	Uber	2016	Categorias Uber X e Uber Confort
2	99	2017	Categorias: 99 POP e 99 Taxi
3	Lady Driver	2017	Serviços exclusivos para o sexo feminino (motorista e passageiro)
4	Melev	2018	Categorias: Comum, Comfort, Madame (feminino), Táxi
5	Bela Drive	2019	Opção de escolher o gênero do motorista e do passageiro
6	Cabify	2019	Categorias Cabify, Comfort, Táxi

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Pelo quadro observa-se que, são várias as opções de aplicativos disponíveis para mobilidade individual em Natal-RN. O ato de requisitar um veículo através do aplicativo permite que o usuário da plataforma, conectado à internet, solicite um veículo para se deslocar dentro das cidades em que a operação do app é permitida. No caso do Uber, a partir do momento que o aplicativo é instalado no smartphone, o usuário da plataforma preenche os dados pessoais e a forma de pagamento, já que será necessário indicá-lo no momento que solicitar uma viagem (Uber, 2021).

Para a solicitação de um veículo via aplicativo, o cliente precisa estar conectado à internet em um smartphone, ter realizado o download, feito o cadastro como usuário e assim, realizar o pedido para uma viagem dentro da cidade.

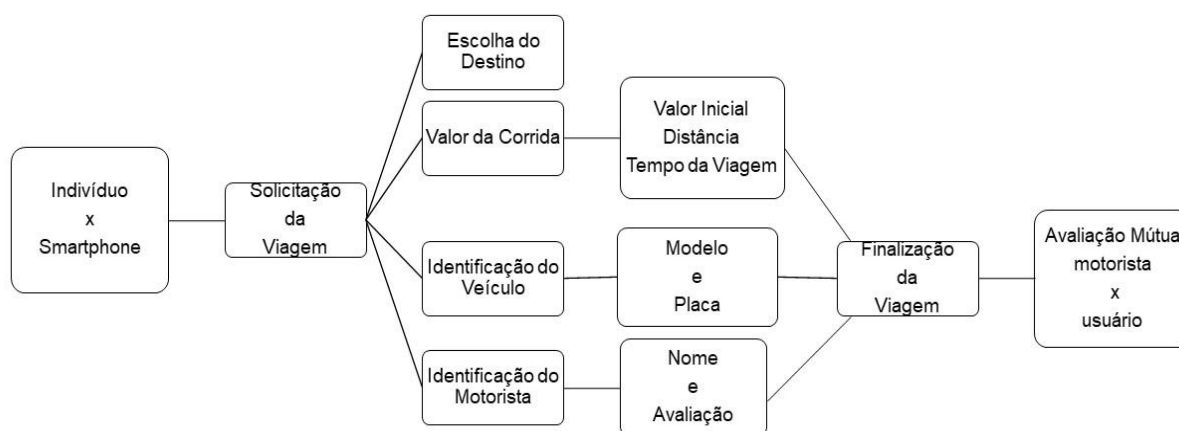


Figura 1. Solicitação de viagem via aplicativo Uber.
Fonte: Dados do Estudo baseado em Uber (2021).

A localização do aparelho e consequentemente do usuário é realizada no momento em que o motorista aceita a “corrida”⁴. A conexão entre motorista e usuário é intermediada pelo Sistema de Posicionamento Global (GPS) que através da internet, permite a localização do aparelho que solicitou a viagem e, assim, a criação de uma rota que será atendida pelo motorista de aplicativo que estiver mais próximo do solicitante. Com esse sistema, o passageiro acompanha o deslocamento e, após o embarque no veículo, observa o trajeto escolhido e o percurso realizado pelo motorista, passando uma ideia de segurança. Outro dispositivo de segurança utilizado pelo aplicativo é a possibilidade de compartilhamento do trajeto com uma pessoa que não esteja no veículo que dessa forma poderá acompanhar todo o processo da viagem.

Como mencionado anteriormente, quanto à regulamentação do aplicativo, observa-se que, antes da criação da empresa Uber, o mercado de transporte privado de passageiros não possuía concorrência. Somente os táxis atuavam no deslocamento de pessoas dentro dos centros urbanos. Com a Uber o cenário mundial dos deslocamentos foi se transformando, o que culminou em diferentes situações conflituosas com as cooperativas de táxi que viram os negócios até então controlados por eles se

⁴ Nesse caso, corrida significa deslocamento.

modificarem. Mundialmente ocorreram protestos pedindo a interrupção dos serviços da empresa.

No Brasil, após diversas polêmicas envolvendo o Uber e o táxi, o Superior Tribunal Federal (STF) homologou a lei federal que trata a mobilidade urbana por meio dos aplicativos de transporte no país. Ela é datada de 26 de março de 2018 (STF, 2018) e destaca:

Art. 1º Esta Lei altera a [Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012](#), que institui as diretrizes da Política Nacional de Mobilidade Urbana, para regulamentar o transporte remunerado privado individual de passageiros, nos termos do [inciso XIII do art. 5º](#) e do [parágrafo único do art. 170 da Constituição Federal](#).

Art. 2º O inciso X do art. 4º da [Lei nº 12.587, de 3 de janeiro de 2012](#), passa a vigorar com a seguinte redação:

[X](#) - transporte remunerado privado individual de passageiros: serviço remunerado de transporte de passageiros, não aberto ao público, para a realização de viagens individualizadas ou compartilhadas solicitadas exclusivamente por usuários previamente cadastrados em aplicativos ou outras plataformas de comunicação em rede.

Sobre a competência de regulamentação:

“[Art. 11-A.](#) Compete exclusivamente aos Municípios e ao Distrito Federal regulamentar e fiscalizar o serviço de transporte remunerado privado individual de passageiros previsto no inciso X do art. 4º desta Lei no âmbito dos seus territórios.

[Art. 11-B.](#) O serviço de transporte remunerado privado individual de passageiros previsto no inciso X do art. 4º desta Lei, nos Municípios que optarem pela sua regulamentação, somente será autorizado ao motorista que cumprir as seguintes condições:

I - possuir Carteira Nacional de Habilitação na categoria B ou superior que contenha a informação de que exerce atividade remunerada; II - conduzir veículo que atenda aos requisitos de idade máxima e às características exigidas pela autoridade de trânsito e pelo poder público municipal e do Distrito Federal; III - emitir e manter o Certificado de Registro e Licenciamento de Veículo (CRLV); IV - apresentar certidão negativa de antecedentes criminais (STF, 2018).

Para complementar a legalidade dos serviços da Uber no Brasil, o Superior Tribunal Federal (STF) decidiu que a proibição ou restrição da atividade é inconstitucional e representa violação aos princípios da livre iniciativa e concorrência, e que os municípios que optarem pela regulamentação devem seguir os requisitos da legislação federal, não sendo permitido contrariar ou estabelecer critérios adicionais (Uber, 2021).

Em Natal-RN, a Lei N.º 6.913 de 19 de junho de 2019 que regulamenta esse tipo de transporte foi publicada no Diário Oficial do Município (Prefeitura da Cidade do Natal, 2019). A referida lei baseou-se nas Leis Federais Nº 12.587/12 e Nº 13640/18 e destaca as diretrizes para a tratativa das empresas Provedoras de Rede de Transporte – PRTs e as condições de oferta desse tipo de serviço na cidade.

Dentre os aspectos que constam na publicação, destaca-se que os motoristas de aplicativo precisam residir na Região Metropolitana de Natal há pelo menos três meses, além da necessidade de fazerem um curso específico com carga horária de 16h para exercer a função. Já com relação aos veículos, eles terão que ser cadastrados na Secretaria Municipal de Mobilidade Urbana (STTU) e ser identificados como veículos autorizados para a prestação desse tipo de serviço, além de possuir ar condicionado, mínimo de 4 portas e capacidade máxima para 7 passageiros. E, por fim, devem ser veículos licenciados em Natal-RN há pelo menos um ano e passar por inspeção veicular anualmente. Assim sendo, o atendimento de solicitações de viagens via aplicativos de transporte se respalda nas presentes leis instituídas pelos governos federais e municipais gerando um parâmetro para a população e para os motoristas.

4.2 Perfil dos turistas de Natal-RN usuários dos serviços do aplicativo de transporte Uber

Assim como apontado nos Relatórios da Fecomércio (2016, 2017, 2018, 2019), compreende-se que, traçar o perfil dos turistas é uma etapa eficaz para o planejamento de ações da atividade turística de acordo com as preferências e opiniões desse agente fundamental para o seu desenvolvimento. Caracterizar os turistas que participaram dos fóruns sobre o aplicativo Uber na plataforma TripAdvisor poderá ser útil para a continuidade das análises pertinentes para esse estudo, visto que o objetivo deste é analisar a percepção desse público sobre a mobilidade em Natal-RN.

Como mencionado, o corpus do presente estudo são os turistas que visitaram a cidade de Natal-RN, utilizaram o aplicativo Uber para se deslocar na cidade e

participaram dos fóruns de discussão na plataforma TripAdvisor sobre os serviços relacionados a ele no destino. Para tanto, a coleta de dados na plataforma foi efetuada considerando os fóruns propostos entre os anos de 2016 e 2019. Essa demarcação cronológica considera o período pelos fatores descritos nos procedimentos metodológicos.

Observa-se que os dados utilizados para a descrição do perfil desse público são somente aqueles possíveis de serem explorados na própria plataforma. Assim, mesmo sem nenhum tipo de contato com os turistas para composição desse perfil e dos relatos desse estudo foi possível identificar características que dizem respeito ao país, cidade e estado de origem, bem como o gênero desse público, ou seja foi possível traçar o perfil da demanda de usuários do aplicativo Uber em viagem ao destino Natal-RN. Para isso, a fim de resguardar a identidade dos respondentes, optou-se por usar a nomenclatura Turista 1, Turista 2, Turista 3, sucessivamente, até o Turista 93. Dentro desse coletivo de turistas, alguns não divulgaram sua identificação e, portanto, não foi possível considerar seus dados para esse detalhamento.

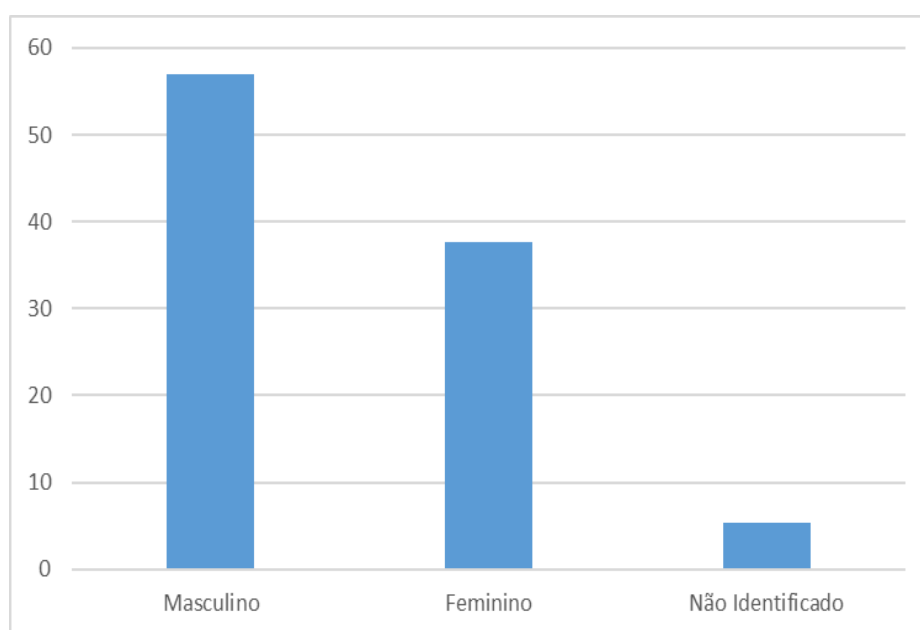


Figura 2. Caracterização dos turistas – Gênero.

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Na figura 2, são apresentados os dados com relação ao gênero de turistas de Natal-RN que participaram dos fóruns do TripAdvisor sobre o uso do aplicativo Uber durante a estadia na cidade. Percebe-se que a maioria dos participantes dos fóruns é do sexo masculino, representando 57% do público. Nesse sentido, os dados da pesquisa condizem com aqueles considerados nos relatórios da Fecomércio. Entre os anos de

2016, 2017, 2018 e 2019, os relatórios mostram que prevalece a presença do público masculino em relação ao feminino como turistas de Natal-RN e que somente no ano de 2019 é que ocorre maior equilíbrio desse público (Fecomércio, 2016, 2017, 2018, 2019).

Tabela 1

Perfil do Visitante – Relatórios Fecomércio

	Masculino	Feminino
2016	51%	49%
2017	51,5%	48,50%
2018	52,6%	47,40%
2019	49,3%	50,70%

Fonte: Dados do Estudo (2021) baseado nos Relatórios da Fecomércio (2016, 2017, 2018, 2019).

Fazendo uma média do perfil dos turistas apresentado nesses relatórios, tem-se que o sexo masculino representou nos anos citados 51,5% dos visitantes e o sexo feminino, 48,9%. Logo, os dados da pesquisa na plataforma TripAdvisor estão em consonância com os da Fecomércio, uma vez que ambos apresentam o predomínio do sexo masculino. Dados desse mesmo documento demonstra que a maioria das viagens ao Estado foram em família, com um percentual médio de 72%, considerando os anos selecionados para essa pesquisa.

Seguindo a caracterização do perfil dos turistas que participaram dos fóruns, a figura 3 e a tabela 2 destacam os dados relacionados ao perfil dos turistas com relação à nacionalidade, ao Estado e, por fim, à cidade emissora.

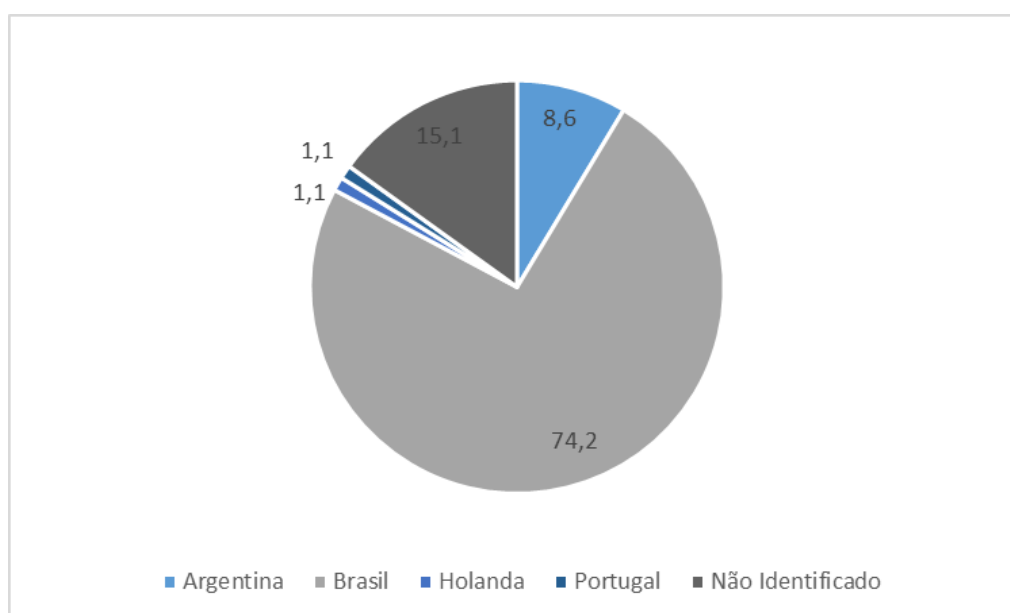


Figura 3. Perfil do Turista-Nacionalidade.

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Em relação nacionalidade dos que participaram das discussões, tem-se que o Brasil é o país de origem de 75% dos turistas. Dado que também está de acordo com os relatórios da Fecomércio (2016, 2017, 2018, 2019) que destacam que os turistas brasileiros representam em média 77,9% dos visitantes do RN.

Tabela 2
Perfil do Turista-Estado

Estado	%
São Paulo	44,1
Rio de Janeiro	7,5
Rio Grande do Sul	7,5
Minas Gerais	4,3
Paraná	3,2
Mato Grosso	2,2
Amapá	1,1
Bahia	1,1
Goiás	1,1
Rondônia	1,1
Não Identificado	26,9

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Quanto ao Estado emissor dos turistas que compartilharam suas avaliações no Tripadvisor, nota-se a participação majoritária do Estado de São Paulo (SP), com 44,1% dos participantes. Esse dado também está em concordância com os relatórios da Fecomércio (2016, 2017, 2018, 2019) no qual o Estado paulista aparece como aquele que mais se destaca em frequência de visitas ao RN em todos os anos do presente estudo (2016 – 2019). Em sequência, tem-se os Estados do Rio de Janeiro (RJ) e Minas Gerais (MG) que também contribuem com a emissão de turistas, tanto nos relatórios da Fecomércio, quanto nos dados da participação nos fóruns da plataforma. Observa-se ainda que a maioria dos respondentes dos fóruns são da região Sudeste – 55,9%, região esta que também tem frequência significativa nos relatórios da Fecomércio (2016, 2017, 2018, 2019) e, representa, em média, 49% dos turistas que visitam o Rio Grande do Norte.

Quanto à cidade dos turistas certifica-se que São Paulo se destaca no quesito de participação dos fóruns no TripAdvisor – 32,3%, seguida da cidade do Rio de Janeiro – 5,4% dos respondentes. Porém, não foi possível comparar esses dados com os da

Fecomércio, uma vez que a instituição não incluiu essa categoria em suas pesquisas nos anos de 2016 à 2019⁵, atendo-se somente à pergunta sobre o Estado do turista.

Posto isso, conclui-se que os participantes do fórum possuem um perfil que reflete o dos visitantes do Estado. Em sua maioria, os turistas são do sexo masculino, oriundos do Brasil, principalmente do Estado de São Paulo, SP.

4.3 Reviews dos turistas sobre o aplicativo Uber

Para compreender a percepção dos turistas a respeito do Uber como opção de mobilidade em Natal-RN, a análise das reviews compartilhadas por eles na plataforma TripAdvisor foi baseada em categorias advindas da fundamentação teórica tratada na revisão da literatura. Tais categorias são: preço, segurança no deslocamento, conforto, acessibilidade, eficiência, tempo de deslocamento, qualidade, utilidade, disponibilidade e infraestrutura.

Com relação ao preço, percebe-se que é uma variável constantemente citada nos comentários que frisam esse aspecto. E assim como é discutido por Lohmann, Fraga e Castro (2013) e Cooper et al. (2007), esse é um fator muito influente na escolha de um meio de transporte. Os turistas, ao iniciarem um fórum de discussão na plataforma, questionam aos demais participantes, por exemplo, se compensa usar o Uber para o traslado em Natal-RN e diversas respostas destacam o preço como um componente compensatório.

99 Pop mão sei, mas da última vez em que fui para Natal utilizei Uber aeroporto x hotel x aeroporto e fui super tranquilo e mais econômico que transfer [sic] (Turista 49).

Compesa muito mais pegar um Uber para ir ate o Hotel!! Companhias vao cobrar acima de 80, 90 reais, já o Uber vai variar em torno de 60,00 [sic] (Turista 79).

Sem dúvidas o Uber, cheguei hoje (18/12) e fiz o deslocamento aero/hotel e hotel/aero usando Uber. Se conseguir desconto no aplicativo melhor ainda, minha ida deu uns 43 reais e a volta deu 51 [sic] (Turista 82).

⁵ Apesar de estar disponível os relatórios da Fecomércio dos anos de 2020 e 2021, os dados destes não foram considerados nesse estudo, uma vez que, em virtude da pandemia do Covid-19, o escopo dessa pesquisa foi composto pelas avaliações dos turistas entre os anos de 2016 e 2019.

Não vale a pena fechar pela internet, pois chegando no aeroporto tem táxis, empresas que levam até o hotel. Mas a melhor opção é Uber, é mais barato. Faz uma cotação no aplicativo, Uber é melhor [sic] (Turista 83).

Esses comentários ressaltam que a escolha do Uber com relação ao preço está relacionada ao valor praticado por outras empresas responsáveis pelo serviço de transfer de turistas no destino, principalmente no trajeto aeroporto – hotel ou pousada e vice-versa. O que está de acordo com a visão de Cooper et al. (2007) que dissertam sobre o fato de que as organizações precisam estar atentas para a questão do preço ao planejar o setor de transporte que vai ser usado pelo turista em um destino.

Segurança no deslocamento também é um aspecto importante para a escolha de um meio de transporte. Para o Turista 78 o Uber é uma tecnologia que facilita o deslocamento. Pela avaliação desse turista, o aplicativo é uma plataforma segura que funciona muito bem em Natal-RN. E ainda sugere que o usuário possa combinar com algum motorista, serviços de deslocamento particular, sem a intermediação do aplicativo, para passeios pelo destino.

Porém, nesse caso, é válido salientar que a contratação por meio do aplicativo é a forma mais segura para o deslocamento. Uma vez que o sistema de cadastramento de “motorista parceiro” segue regras de conduta que asseguram a integridade do passageiro, além de contar com o sistema de geocalização e permissão de compartilhamento da viagem (Uber, 2021). O fato de o aplicativo Uber ser uma opção de contratação para o deslocamento a nível mundial transmite a segurança de que se for oferecido no destino será uma boa opção de uso, além do respaldo de segurança em decorrência das leis federal e municipal que regem o transporte por aplicativo. E mesmo quando se sugere a contratação do serviço por fora do app, o primeiro contato com o motorista se dará através do aplicativo.

Em algumas avaliações do ano de 2016 os turistas demonstravam-se preocupados com a questão da regulamentação do transporte oferecido por meio da plataforma Uber. O fato de ainda ser uma novidade em várias cidades e estados brasileiros causava, assim como nos Estados Unidos e outros países, o estranhamento e, por vezes, o conflito com os motoristas de táxi. Nos anos seguintes, esse desconforto não foi posto pelos turistas e isso provavelmente se deve ao fato da regulamentação dos aplicativos pelas leis já apresentadas que os legitimaram.

Concerteza sabemos que Uber e mais barato por ser mais rápido.... Vam e taxi so compensa se dividir a corrida...e vam anda muito pra quem quer decer em ponta negra por exemplo...Mas vou logo avisando sou mais a favor de transportes legalizados nessa questão vam e taxi ganham em disparada da Uber...[sic] (Turista 20).

Pelo comentário do Turista 20, percebe-se que, apesar dele reconhecer o app da Uber como a opção de valor mais acessível e prática para o deslocamento em Natal-RN, ele se incomodava com a desregulamentação do aplicativo.

Outro aspecto considerado na teoria que aparece nos comentários diz respeito ao conforto. Para Cooper et al. (2007), este é um aspecto relevante de se considerar no momento da escolha de um meio de transporte para se locomover em destinos turísticos. E os turistas de Natal-RN reconhecem o traslado de Uber do aeroporto para o hotel mais cômodo e confortável do que de van, por exemplo, principalmente se estiver em grupos de duas a quatro pessoas.

Como vão estar em 4 pessoas. sem dúvidas o Uber será a melhor opção. Vai dar em torno de uns 80,00 e vocês vão direto para o hotel. A van irá cobrar por pessoa (35/40 reais) e demora mais, pq vai naquele esquema de "pina Pinga" pelos hotéis [sic] (Turista 67).

Estive agora em julho de férias e paguei 60,00 no traslado do aeroporto até a pousada. Não recomendo van, ela para muito e pode atrasar porq vai pegando os passageiros [sic] (Turista 56).

Quanto à acessibilidade, as avaliações dos turistas sobre o Uber partem do princípio de que ele é um aplicativo acessível para solicitar um veículo para se deslocar na cidade. Os comentários sobre esse aspecto estão em consonância com as colocações de Beni (2003) que aponta a acessibilidade como um componente fundamental para a escolha de um meio de transporte.

Fui do aeroporto a ponta Negra paguei 55.00, foi de Uber foi o valor que o app disse. Lá os Uber não ficam dentro do aeroporto ficam de fora basta chamar que logo eles chegam máximo uns 10 minutos pra menos [sic] (Turista 47).

Já com relação à eficiência, ao avaliar essa categoria os turistas reconhecem que o aplicativo é eficiente no atendimento de suas expectativas de consumo. O Turista 31 afirma que utilizou o Uber em Natal-RN e que atendeu ao que esperava. Biz e Correa (2016) apontam a inovação e a hospitalidade como as chaves de mudança no campo de estudos do turismo. Quando um serviço de transporte é eficiente em um destino, ele encanta o turista resultando em uma imagem positiva da cidade. Pelo comentário do Turista 31, que utilizou o app para o deslocamento do aeroporto ao hotel (vice e versa) e para passeios noturnos, o Uber é uma opção eficiente. Para ele, o atendimento da Uber foi rápido.

Pelas avaliações, o Uber é destacado pelos turistas como uma eficiente forma de mobilidade do aeroporto para o hotel e vice e versa, e em algumas situações de passeios noturnos, como, o forró do turista. Porém, para acesso a determinados locais e realizar passeios turísticos, o turista algumas vezes prefere o aluguel de um veículo ou a contratação do serviço de vans, além de citarem a opção do passeio de buggy, característico do destino em questão. Compreende-se pelos relatos que isso se deve às facilidades que cada tipo de transporte oferece.

As duas vezes que fui para Natal, fiquei 7 dias e ambas utilizei agências de viagens para os passeios. Para mim achei mais comodo, principalmente para os passeios mais distantes. Posso dormir e beber uma caipirinha sem preocupação. Da última vez utilizei [...], não tive problema com nenhuma. Ambos pontuais, vans novas, guias ótimos e não apressaram os passeios. Para deslocamento aeroporto / hotel / aeroporto e duas vezes a noite para sair mais distante utilizei Uber e também foi sem problema, chegaram rápido. No mais, como fiquei em Ponta Negra, muitos lugares a noite ia a pé tranquilamente [sic] (Turista 31).

Se for para ir passear e visitar praias mais distantes com certeza alugar um carro [sic] (Turista 61).

Os turistas destacam ainda a necessidade de observar a distância de alguns locais, pois, na visão deles, isso pode ser uma dificuldade para encontrar um veículo, mas descrevem que, no geral, o aplicativo é útil e atende de maneira satisfatória o deslocamento no destino. Nesse sentido, Lohmann, Castro e Fraga (2013) são assertivos ao afirmar que a decisão sobre um meio de transporte para uma viagem relaciona-se também ao acesso até o local onde cada tipo de transporte está disponível.

Fui agora em janeiro e usei Uber quase todos os dias, manhã, tarde ou noite. Tranquilo e rápido. Só fique esperto se for para regiões ou praias mais desertas que talvez demore um pouco mais para aparecer o motorista no app [sic] (Turista 45).

Com relação ao tempo gasto para deslocamento, as avaliações que tratam o traslado do aeroporto para o hotel indicam que os turistas classificam essa variável como importante no momento de escolher o serviço. Observa-se que os turistas veem que o Uber é mais vantajoso nesse sentido.

Você pegar as vans (empresas de turismos) tem várias no aeroporto e custam até 40,00 por pessoa, porém ela vai parando em vários hotéis. Para duas pessoas é melhor pegar o Uber, se ficar em Ponta Negra dá uns 65,00. Veja na hora que chegar pelo app a média do valor [sic] (Turista 32).

Se tiver acima de duas pessoas já vale a pena utilizar o Uber, você irá direto para o hotel. As vans fazem muito pinga, pinga entre os hotéis, a média de preço das vans por pessoa é 40/45 reais. O Uber ficará em torno de 70/80 reais do aeroporto até Ponta Negra [sic] (Turista 65).

Os turistas enxergam a van como opção de traslado do aeroporto para o hotel, porém a questão do tempo gasto para o deslocamento influencia a tomada de decisão. Os comentários de quem já vivenciou a experiência direcionam para o fato de que solicitar um veículo pelo Uber é a opção mais viável, pois este vai fazer o trajeto de forma direta e, portanto, o deslocamento será mais rápido.

Assimilar os aspectos que caracterizam a qualidade de determinado produto ou serviço permite uma conexão com a questão da percepção sobre algo que o indivíduo

experimentou ou vivenciou. No caso do aplicativo analisado, quando o turista opta pelo uso dessa TIC para solicitar um transporte e se deslocar dentro do destino expõe que esse é um atributo considerado importante no momento da escolha.

Compensa e muito. Estive lá tem uma semana e na volta para o aeroporto fiz a besteira de pegar um táxi. Gastei o dobro do que com um Uber. Qualidade do serviço não distingue em nada também. Utilizei Uber lá em 5 oportunidades [sic] (Turista 37).

Uber é excelente em Natal [sic] (Turista 72)

Esses comentários refletem que a qualidade é um atributo levado em consideração na adoção dos serviços prestados pela Uber e, mesmo o turista tendo outras opções, em alguns casos o preço é mais elevado e a qualidade não compensa. O que está de acordo com a percepção de Lohmann, Fraga e Castro (2013) que discorrem que, para atender a demanda de turistas e da comunidade no setor de transportes, os destinos turísticos, precisam estar atentos ao planejamento do setor e, a oferta dentre os aspectos do planejamento, a qualidade é uma característica que precisa ser observada.

Ainda com relação a qualidade dos serviços, o Turista 89 responde um comentário de uma empresa de vans e aponta para o fato de que a oferta de diferentes formas de deslocamento é relevante para que o próprio usuário defina a opção que melhor atende seus objetivos. E essa escolha poderá ser, na visão do turista, baseada em questões como o preço, a segurança e a qualidade.

A concorrência que a Uber impôs ao sistema de táxi desde a sua fundação, modificou o acesso ao serviço de transporte vigente até então na sociedade, teve muito a ver com o poder de escolha. Esse ponto é apoiado pelas colocações de Cooper et al. (2007) que discorrem sobre o fato de que existir concorrência no mercado é considerado autêntica na visão do turista, pois ela contribui para a competitividade do setor e influencia na qualidade dos serviços.

Quanto à utilidade dada ao aplicativo Uber, identifica-se nas avaliações que a mais recorrente é o deslocamento do aeroporto para os meios de hospedagens de Natal-RN. Em alguns casos essa utilidade está atrelada às visitas a atrativos turísticos ou a restaurantes. Como indica o Turista 76, a escolha do aplicativo está firmada no fato de que nunca teve problema com o Uber e, portanto, considera útil o seu uso em viagens. Nesse sentido, a utilidade pode estar atrelada à segurança da plataforma, possibilidade

de pesquisar a disponibilidade de veículos, previsibilidade do preço, acompanhamento de rota, horário de chegada e saída. Todos esses aspectos são controlados pela tecnologia disponibilizada no aplicativo o tornam úteis e, portanto, podem influenciar a escolha do turista.

Pode-se considerar que a plataforma do Uber é uma opção moderna de intermediação da mobilidade do turista dentro do destino Natal-RN. E, assim como Allis (2016) aborda, diante da modernidade do século, novas formas de mobilidade foram criadas para atender a demanda de consumidores, representada por indivíduos conectados à internet através de dispositivos móveis que facilitam a comunicação da sociedade. Visto dessa forma, o app funciona como uma tecnologia que está disponível ao turista em diferentes lugares durante uma viagem. Com a mobilidade dos turistas, as experiências dentro do destino acontecem não só nos atrativos turísticos, mas envolve a cidade como um todo.

No caso das avaliações dos turistas sobre a disponibilidade do aplicativo Uber em Natal-RN, existem turistas em potencial que querem saber se o app está disponível.

Tem o serviço da Uber em Natal? [sic] (Turista 14)

Sim , existe Uber em natal [sic] (Turista 15)

Fui para Natal este ano, usei muito Uber. tem bons preço, vale a pena [sic] (Turista 36)

Uber é bem mais barato que o taxi, porém vc tem que se certificar que há Uber na localidade pra onde vc vai viajar.. Eles não ficam no aeroporto ou em qualquer local específico, você entra pelo aplicativo, coloca sua localidade atual, e o seu destino. Vai aparecer os Uber's mais próximo de você e você pode escolher, o motorista, carro, etc. Inclusive pode fazer uma simulação do valor.. Espero ter ajudado [sic] (Turista 5).

Os turistas afirmam ser prática a contratação de um veículo com a intermediação do aplicativo para diferentes pontos da cidade. Nos primeiros comentários sobre o Uber em Natal-RN, ainda no ano de 2016, prevalecia o questionamento se o Uber já atendia na cidade pelo fato de ser uma tecnologia nova que era oferecida aos poucos nas cidades brasileiras. À medida que o app foi se popularizando, as avaliações compartilhadas nas

redes sociais permitiam que o turista escolhesse a melhor opção diante das que estavam disponíveis.

Outro aspecto da disponibilidade é em relação a horários e lugares para solicitar o transporte pelo app. Os turistas que participaram dos fóruns avaliam que é possível solicitar um veículo pelo aplicativo em diferentes horários e locais dentro do espaço urbano e que isso atende as suas expectativas.

Sim, muito bem! Todas as vezes utilizo para aeroporto/hotel/aeroporto e para ir jantar á noite! Nunca tive problemas [sic] (Turista 76).

Porém, eles mesmos alertam para o fato de que se o lugar for mais distante pode haver uma certa demora para a chegada do veículo e, portanto, deve ser solicitado com antecedência, mas que no geral solicitar um veículo pelo app é tranquilo e funcional.

Pode-se considerar que a possibilidade de contratar um meio de transporte para mobilidade intradestino proporcionada pelo aplicativo está relacionada ao fato que o meio de transporte é utilizado como uma infraestrutura disponível ao turista. O Uber é utilizado pelos turistas para alcançar outras infraestruturas do destino, como o hotel, os atrativos turísticos, a rodoviária ou o aeroporto. E, assim como Lohmann, Fraga e Castro (2013) apresentam essa questão, compreende-se pelas avaliações dos turistas que o aplicativo oferece ao turista o acesso a outros locais da cidade.

Nesse sentido, é possível alinhar a avaliação desse quesito com as colocações de Allis (2010) que assinala que o turismo dentro do destino pode funcionar como estratégia para melhorar a infraestrutura das cidades. Ou seja, a mobilidade baseada na utilização do Uber pelo turista o envolve com ações e situações do cotidiano da comunidade. Assim, o fato dos motoristas de aplicativos estarem disponíveis para o deslocamento de turistas na cidade gera mais mobilidade ao próprio morador que terá um número maior de veículos para atendê-lo.

Depois de descrever os aspectos observados pelos turistas para avaliar o aplicativo, objeto de estudo dessa dissertação, foi feita uma análise dos dados no software NVIVO (versão 13.0). As informações coletadas na plataforma foram transcritas para o ambiente do software para que pudesse ser efetuado o processo de codificação. Optou-se pelo uso da Auto-Codificação por Sentimento para captar o que os turistas pesquisados descreveram nas avaliações sobre o aplicativo.

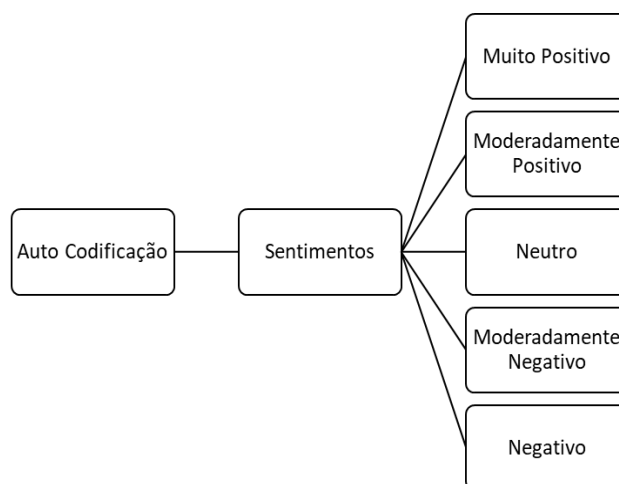


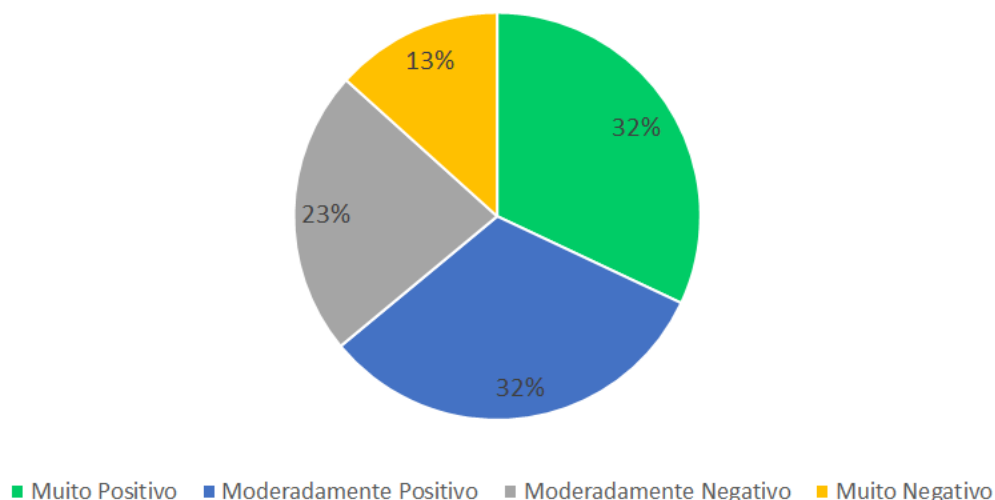
Figura 4. Auto Codificação por Sentimentos.
Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Pela análise da Codificação por Sentimento é possível discorrer sobre a experiência descrita pelo turista ao utilizar o aplicativo de transporte para seus deslocamentos em Natal-RN. Como coloca Lamas et al. (2019), as postagens compartilhadas nas redes sociais são descritas a partir de suas experiências de consumo ficando acessíveis para um conjunto de outras pessoas que utilizam as plataformas virtuais como fonte de informação. E com isso acabam influenciando as decisões de consumo de outros consumidores.

Fui agora em maio, pegamos Uber e para gente foi a melhor opção, pq vai direto sem os pinga pinga nos hotéis. Saiu em torno de R\$ 60,00 até Ponta Negra. Dá pra fazer a simulação pelo app na hora que chegar no aeroporto e lá você vê o que é mais vantajoso. Pra voltar fomos de Uber também, pq além da van sair mais caro para nós dois, dos pinga pinga elas passam de 3hs à 4hs antes do seu horário de voo [sic] (Turista 28).

Compensa e muito. Estive lá tem uma semana e na volta para o aeroporto fiz a besteira de pegar um táxi. Gastei o dobro do que com um Uber. Qualidade do serviço não distingue em nada também. Utilizei Uber lá em 5 oportunidades [sic] (Turista 37).

Sentimento em Relação ao Uber

**Figura 5.** Auto Codificação por sentimento – Turistas.

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Observa-se que a análise realizada com o NVIVO demonstra que o sentimento que os turistas compartilham na plataforma Tripadvisor a partir de suas experiências de uso caracteriza-se em sua maioria como muito positivo e moderadamente positivo. Compartilhar as experiências nas comunidades virtuais tem sido uma constante entre os turistas. Observando as avaliações do aplicativo é possível discernir que, assim como Mendes Filho et al. (2018, entende-se que elas, sendo positivas ou negativas, quando postadas nas comunidades virtuais influencia a tomada de decisão e tornam o turista um sujeito mais empoderado com dados e informações úteis em relação à diversas situações de uma viagem.

Houve uma ocorrência com uma amiga minha de um motorista do Uber tentar levá-la em destino errado. mas, a Uber o desligou [sic] (Turista 74).

Como ela fez para corrigir e não cair em rouba? Pessoal é seguro duas mulheres pegarem Uber para ir e voltar de jantar? [sic] (Turista 75).

O fato da escolha de um serviço levar em consideração uma experiência vivenciada por outro turista anteriormente evidencia que tanto as avaliações positivas, quanto as negativas são observadas pelo turista em seu processo de tomada de decisão. Uma vez que os comentários positivos poderão induzir a escolha, os negativos poderão

levar à não escolha. Observa-se que o comentário do Turista 74 abre margem para que um outro turista, ao analisar as avaliações do aplicativo, se questione se este seria a opção mais viável para duas mulheres utilizarem em Natal-RN.

Com o software NVIVO foi possível ainda gerar uma nuvem de palavras para visualizar a expressividade do Uber como aplicativo de transporte utilizado pelo turista. Na figura abaixo (Figura 6) foi possível inferir a frequência das palavras nos comentários dos turistas, pois a sua formulação capta a relação do termo Uber com outros termos que aparecem em evidência nos comentários dos turistas extraídos da plataforma TripAdvisor.



Figura 6. Frequência dos Termos baseada nas reviews dos turistas.
Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Os termos “Uber”, “aeroporto” e “Natal” se destacam entre os demais pelo fato, perceptível nos comentários, de que os turistas utilizam o app no deslocamento do aeroporto para a cidade de Natal. Porém, outros termos como o “táxi” ou “taxi” e “van” também se destacam como reflexo dos discursos que os apresentam também como opção de deslocamento no destino turístico Natal-RN. Porém, no caso do termo táxi, apesar de se destacar, é possível inferir que sua frequência está ligada aos comentários que o colocam como opção existente, mas não indicada em razão do preço praticado. Já em relação às vans, as avaliações demonstram que elas fazem parte dos meios de transporte utilizados pelo turista da cidade e que são escolhidas pelo turista de acordo com o perfil da viagem que envolve os aspectos econômicos, a disposição para deslocamento em grupo e o número de pessoas viajando.

Por todo o contexto apresentado sobre as reviews dos turistas, compreende-se que, no período pesquisado, eles consideram o aplicativo Uber importante na dinâmica da

mobilidade de Natal-RN, porém, em algumas situações específicas, utilizam outros tipos de transporte que se adequam melhor às suas necessidades.

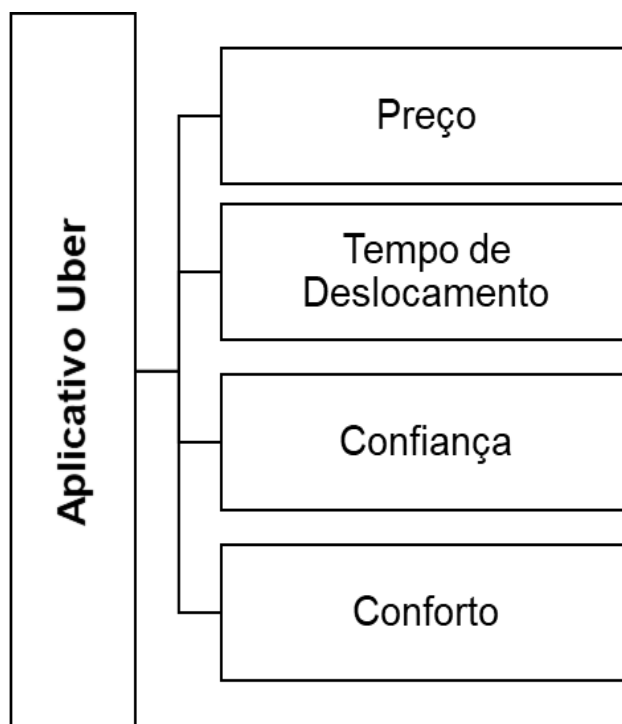


Figura 7. Percepção dos Turistas sobre o aplicativo Uber.
Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Em síntese, pela figura anteriormente apresentada (Figura 7), as avaliações da plataforma TripAdvisor indicam que a percepção dos turistas de Natal-RN é que o app oferece um preço mais acessível do que outros transportes, que o tempo de deslocamento interfere na decisão de uso, que o sistema de aplicativos para contratação de um veículo gera confiança e que a acessibilidade, a agilidade e a qualidade do veículo e do atendimento oferecido proporcionam conforto na viagem ao destino. E apesar de haver outras características intrínsecas nos comentários dos viajantes, essas são mais representativas.

4.4 Uso de transporte para mobilidade intradestino

A dimensão da usabilidade refere-se ao aspecto prático, objetivando a descrição de uso do serviço por aplicativo nas mais diversas situações de mobilidade. Diz respeito à forma como os turistas ou visitantes costumam utilizar o aplicativo (Uber) na sua rotina de viagem, se valendo do serviço de tecnologia.

As primeiras avaliações sobre o Uber, com base em dados da própria plataforma TripAdvisor, no ano de 2016, consistiam em descobrir como se dava o funcionamento do app e se era possível utilizá-lo para mobilidade durante uma viagem a Natal-RN. Havia a preocupação dos turistas sobre a permissão para solicitar um veículo pelo app em qualquer ponto dentro do espaço urbano. A partir de 2017, os turistas estavam habituados a utilizar os serviços da Uber e, portanto, passaram a buscar informações específicas dele como ferramenta de intermediação para contratar um motorista.

Para o deslocamento intradestino em Natal-RN, observa-se nas avaliações dos turistas que existem diversas opções, como o táxi, as empresas de vans, os carros alugados e o transporte por aplicativos, porém, em diversas ocasiões o turista se refere ao local de chegada ou partida do destino como decisivo para uso. O aeroporto foi o ponto de acesso mais recorrente de uso pelo turista do RN e, portanto, é a partir dele que se inicia a busca pelo transporte para se deslocar na cidade e conhecer os pontos turísticos.

No entanto, cabe salientar que o aeroporto que atende a esses turistas – Aeroporto Internacional de Natal – Governador Aluízio Alves – localiza-se em município vizinho, São Gonçalo do Amarante, à distância de 34 km da Via Costeira (Avenida Senador Dinarte Mariz) e à 36 km da Praia de Ponta Negra. Essas são duas regiões da cidade onde está concentrada a maior parte da rede hoteleira de Natal-RN.

As duas vezes em que fui par Natal fiquei hospedada nesse hotel Majestic, vai amar. é excelente! Da primeira vez que fui como ainda não tinha Uber utilizei o transfer e como adquirir por pacote, saiu mais em conta. Já ano passado fiz a comparação e Uber saiu sem dúvida mais em conta, já que o transfer vão cobrar por pessoa. Do aeroporto até o Majestic gastamos de Uber cerca de R\$ 65,00 e ainda tem a vantagem de ir direto, coisa que o transfer você vai pagar mais caro e vão ficar parando em vários hotéis [sic] (Turista 85).

Na perspectiva dos turistas, ter à disposição diferentes meios de transporte é conveniente para que a escolha seja feita de acordo com o perfil de cada usuário e a especificidade de serviços que cada meio oferece. Pelo comentário do Turista 31 apreende-se que um mesmo turista usou duas opções de transporte diferentes de acordo com a ocasião e necessidade.

As duas vezes que fui para Natal, fiquei 7 dias e ambas utilizei agências de viagens para os passeios. Para mim achei mais comodo, principalmente para os passeios mais distantes. Posso dormir e beber uma caipirinha sem preocupação. Da última vez utilizei a Natal Vans e Discovery, não tive problema com nenhuma. Ambas pontuais, vans novas, guias ótimos e não apressaram os passeios. Para deslocamento aeroporto / hotel / aeroporto e duas vezes a noite para sair mais distante utilizei Uber e também foi sem problema, chegaram rápido. No mais, como fiquei em Ponta Negra, muitos lugares a noite ia a pé tranquilamente [sic] (Turista 31).

Em relação ao serviço de táxi na cidade de Natal-RN, nota-se que existe uma gama de empresas que prestam o serviço de transporte individual para os moradores e atendem também ao turista. A Secretaria de Mobilidade Urbana da cidade apresenta que esse sistema tinha no referido ano cerca de 1012 autorizações de táxi na cidade que funcionam sob o regime de permissão (Natal, 2019). No presente estudo, as avaliações dos turistas indicam que o táxi é a opção com o valor mais elevado apesar de reconhecer que o trajeto realizado por eles ocorre de forma mais rápida se comparado ao que é oferecido pelo sistema de vans.

Compensa e muito. Estive lá tem uma semana e na volta para o aeroporto fiz a besteira de pegar um táxi. Gastei o dobro do que com um Uber. Qualidade do serviço não distingue em nada também. Utilizei Uber lá em 5 oportunidades [sic] (Turista 37).

Já em relação ao serviço oferecido aos turistas pelo sistema de vans, os comentários mostram que existem diferentes opções para contratação diretamente no aeroporto ou até mesmo antes da viagem através da internet. Para os turistas, as operadoras de vans oferecem valores atrativos se comparados ao táxi e até mesmo ao Uber pelo quantitativo de pessoas que atende em uma única viagem. Porém, eles mesmos apontam que o tempo de deslocamento desse meio de transporte até os hotéis é um aspecto a ser levado em consideração avaliado no momento da escolha para o traslado, uma vez que, em viagens, buscam agilidade para se deslocar dentro da cidade.

Eu vou para natal no proximo sabado e ja tinha agendado uma van,mas como falaram que tem Uber em natal e a van vai deixando as pessoas em cada hotel,acho melhor ir de Uber,pois chegarei mais rapido no meu hotel [sic] (Turista 1).

Fui agora em maio, pegamos Uber e para gente foi a melhor opção, pq vai direto sem os pinga pinga nos hotéis. Saiu em torno de R\$ 60,00 até Ponta Negra. Dá pra fazer a simulação pelo app na hora que chegar no aeroporto e lá você vê o que é mais vantajoso. Pra voltar fomos de Uber também, pq além da van sair mais caro para nós dois, dos pinga pinga elas passam de 3hs à 4hs antes do seu horário de voo [sic] (Turista 28).

Tem varias opções como taxi, Uber, van. Fui em julho e paguei 20,00 por pessoa, o preço estava baixo devido ser um mês chuvoso lá nesse período eu creio, como eu e minha família eramos em cinco e tinha mais dois casais, e todos nós estávamos hospedados na região de ponta negra era caminho mesmo [sic] (Turista 33).

Porém, percebe-se que existe demanda para o serviço de vans, principalmente quando o número de pessoas é maior do que a capacidade dos veículos que atendem por aplicativo ou táxi e também para os passeios em locais mais distantes do centro urbano, onde o atendimento através do app poderá ser dificultado em razão da baixa oferta de veículos no local ou da indisponibilidade de sinal de internet.

Outra opção de deslocamento que também é recorrente entre os pesquisados diz respeito ao aluguel de veículos. As avaliações de alguns turistas enxergam-na como viável pela facilidade proporcionada por um veículo próprio. O ato de se deslocar fica mais prático na visão de alguns. Outros, porém, avaliam que essa opção não é funcional, pois vai exigir que o motorista esteja disponível para dirigir e o fato de não conhecer o trânsito da cidade visitada pode ser um fator desfavorável. Para alguns turistas, esses fatores podem prejudicar a viagem. E existem aqueles que entendem que a opção pelo carro alugado é viável para os deslocamentos prioritariamente nos momentos de passeios, mas que preferem utilizar os serviços da Uber no traslado aeroporto para o hotel e vice-versa.

Quadro 8

Caracterização do uso do aplicativo de transporte

Atividade/Demanda	Razões/Motivos
-------------------	----------------

Transfer aeroporto – cidade versus cidade – aeroporto	Confiança/ Segurança/ Tempo de deslocamento
Visitas à pontos turísticos (cidade e entorno)	Acessibilidade/Eficiência
Visitas a bares e restaurantes	Preço/ comodidade
Atrações Noturnas	Disponibilidade/Segurança/ Comodidade
Visitas à shopping, lojas de souvenirs e compras diversas	Comodidade/ Facilidade

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Observa-se pela descrição do quadro apresentado que são vários os usos que os turistas fazem do Uber como alternativa para contratação de um veículo para deslocamento dentro do espaço urbano. Esses usos estão atrelados a razões percebidas pelos próprios turistas que as compartilham nas avaliações da plataforma TripAdvisor, onde descrevem suas experiências que influenciam outros visitantes da cidade. Sendo assim, nota-se que o uso do app é uma realidade para os turistas que visitam Natal-RN que o veem como uma opção de deslocamento em diferentes ocasiões.

Para além das opções apontadas existem diversos aplicativos disponíveis ao turista na cidade e, dentre eles, o Uber. O uso do aplicativo na percepção dos turistas reitera o fato de o app ser de abrangência mundial. Assim, quando chegam ao aeroporto, a escolha advém da segurança no trajeto proporcionada por ele para o deslocamento. Para Stone (2017), com o sistema operacional da Uber, o solicitante do transporte acompanha o trajeto do veículo através do mapa e ao iniciar a “corrida” tem a segurança de estar em um transporte dirigido por um motorista cuja confiabilidade é medida pela avaliação dada pelos próprios usuários da plataforma.

Com o advento dos aplicativos de transporte, algumas empresas de táxi têm criado o aplicativo próprio do setor e o apontam como uma ferramenta elaborada graças ao desenvolvimento do setor de comunicação. Ou seja, o próprio sistema de táxi percebeu a necessidade de adequar as ferramentas para atendimento do consumidor.

4.5 Relevância dos serviços de tecnologia do aplicativo de transporte para destinos turísticos

A relevância é bastante utilizada como categoria de análise de objetos de estudo em pesquisas. Ela demonstra o valor, aquilo que se percebe e faz uso socialmente, tanto do ponto de vista de quem avalia ou estuda, como do ponto de vista a quem se destina.

Refere-se ao aplicativo como produto ou serviço na sua finalidade específica e suas múltiplas formas de usos e benefícios pelas pessoas em viagem (turistas).

Com o advento dos aplicativos, o setor de comercialização de produtos e serviços pode experimentar facilidades que permitem a troca de informações e de dados entre fornecedor e consumidor e também entre consumidores. Empresas desenvolveram aplicativos de diversas categorias que atendem as necessidades da comunidade, mas que também servem aos turistas enquanto visitam o destino. Dentre eles, os que se relacionam com a mobilidade urbana e empregam novas tecnologias podem agregar valor ao destino, gerando melhorias para alguns dos agentes envolvidos e criando cidades mais conectadas.

No contexto ideal e esperado de cidades inteligentes – Natal ainda não se enquadra, mas já possui alguns avanços – a mobilidade atrelada à tecnologia representa uma importante faceta frente à necessidade de instaurar deslocamentos mais práticos que atendam às necessidades dos novos consumidores ditos mais conectados diante às modernas ferramentas tecnológicas desenvolvidas. A premissa é que o deslocamento seja mais prático se amparado por novas tecnologias que facilitam a comunicação, a contratação de serviços, o monitoramento de avenidas. O que resulta em cidades mais móveis e conectadas.

Diante desse cenário, em destinos turísticos, a introdução dos aplicativos de transporte individual de passageiros representa maior mobilidade para a população local e para os turistas, facilitando assim o deslocamento dentro dos centros urbanos. E assim como Allis (2010), compreende-se que a mobilidade de pessoas envolve aspectos da vida do morador e suas relações dentro do espaço urbano. Dessa forma, o turista, ao chegar em um destino em que esses aplicativos atuam, tem à disposição essa nova forma de contratar um veículo para se deslocar. A ideia por detrás dos negócios intermediados pelos aplicativos é oferecer à população novas formas de deslocamento através da comunicação em rede.

Dentro de um destino turístico, os aplicativos de transporte representam a mudança de paradigma da mobilidade, tal como foi discutida por Urry (2000) quando diz que o deslocamento de turistas é muito influenciado pelos avanços tecnológicos. Quando lançadas no mercado, essas plataformas apresentaram para os usuários maior mobilidade devido à concorrência colocada frente ao serviço de táxi, por exemplo.

Como dito, os aplicativos são softwares criados ou adaptados por desenvolvedores de sistemas para serem utilizados nos dispositivos móveis como smartphone ou tablet.

Eles são usados como ferramenta de comunicação e venda de diferentes produtos e serviços e seu funcionamento está atrelado à conexão à internet (online) ou sem conexão (offline). A adesão em massa ao uso de aplicativos na sociedade reverberou em investimentos por parte das empresas que estão criando aplicativos próprios para a comunicação com os clientes.

São várias as categorias de aplicativos disponíveis aos consumidores como os apps para troca de mensagens, acesso a redes sociais, delivery de supermercado e restaurantes, bancos, jogos, relacionamentos, geocalização e de transporte (público e privado). E dentre essas categorias, o Uber como um aplicativo de transporte de passageiros é o responsável pelo relacionamento entre motoristas e passageiros que pretendem se deslocar dentro da cidade. Pelos dados encontrados nessa pesquisa, nota-se que o aplicativo Uber modificou as relações comerciais em Natal-RN, influenciando o comportamento dos turistas nesse destino.

Como mencionado anteriormente, a empresa Uber foi desenvolvida como uma startup de serviços voltada para a mobilidade de pessoas nos centros urbanos e faz parte desse processo de mudança nos processos de deslocamento. Observa-se pelas avaliações dos turistas, assim como apontado por Telésforo (2016), que o tipo de serviço oferecido pela Uber funciona através de um novo modelo de negócios que, ao invés da posse, está baseada na ideia do compartilhamento. Na cidade de Natal-RN, a percepção dos turistas está pautada em facilidades que essa tecnologia oferece durante a viagem. Fatores esses que fazem com que, mesmo o destino tendo outras formas de deslocamento, utilizar o aplicativo é na visão dos turistas a melhor opção em várias circunstâncias, embora não em todas. Nesse viés, alguns fatores como a personalização do serviço e o atendimento via app podem ser relevantes para explicar a escolha de um meio de transporte em detrimento a outro.

A figura logo abaixo ilustra que alguns aspectos são tidos como relevantes na escolha do Uber nos comentários dos turistas. Primeiro, tem-se a personalização do atendimento, pois com o uso do aplicativo o turista tem a opção de escolher dentre as categorias que caracterizam o Uber na cidade, aquela que atende à necessidade de deslocamento. Por exemplo, em Natal-RN, as categorias disponíveis são Uber X e Uber Comfort⁶. Outro fator que descreve a personalização do atendimento e a customização é o fato do deslocamento com os veículos contratados por meio do aplicativo. Acaba sendo

⁶ A categoria Uber X oferece carros compactos para deslocamentos do cotidiano e a categoria Uber Comfort apresenta veículos mais confortáveis e motoristas mais bem avaliados pelos usuários.

considerada uma opção mais rápida pelo fato de existirem três opções de vias para trajeto do aeroporto à Ponta Negra ou Via Costeira, que são a Ponte Newton Navarro, a Ponte Igapó, e o acesso Sul via Macaíba e podem ser escolhidas conforme a ocasião.

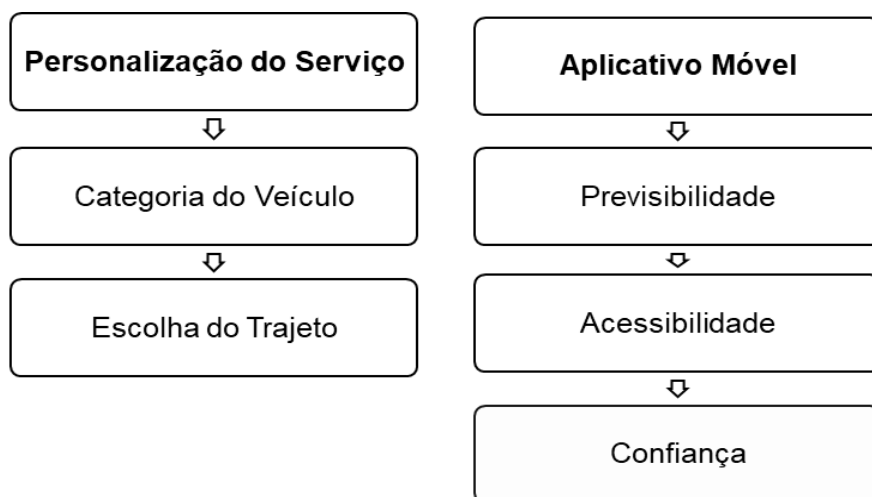


Figura 8. Aspectos Relevantes sobre o Uber.
Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Observa-se ainda que os turistas avaliam o Uber como um aplicativo móvel, ou seja, o preço é acessível e cobrado de acordo com o tipo de serviço que o app oferece. Em diversas avaliações essa foi a principal característica apontada pelo público da pesquisa. E ainda, o fato de o aplicativo oferecer acessibilidade em diferentes locais da cidade e em diferentes horários, além da confiança que este tipo de serviço oferece, pois, uma vez que turista já utilize o Uber em sua cidade de origem ele, sente-se mais familiarizado com o funcionamento do app, enxergando-o como útil em seus deslocamentos durante uma viagem. Por fim, também há que se considerar o fato de que é possível consultar o valor da viagem antes de efetuar-la facilitando o planejamento financeiro da viagem.

A figura que segue abaixo, sintetiza a conceituação do presente estudo, que envolve questões sobre a compreensão da atividade turística atrelada a tecnologia e ao transporte das pessoas. Em razão do desenvolvimento tecnológico e da influência das inovações nos processos que envolvem as viagens, buscou-se analisar a percepção dos turistas com relação aos aplicativos de transporte, com base em reviews compartilhadas na plataforma TripAdvisor.

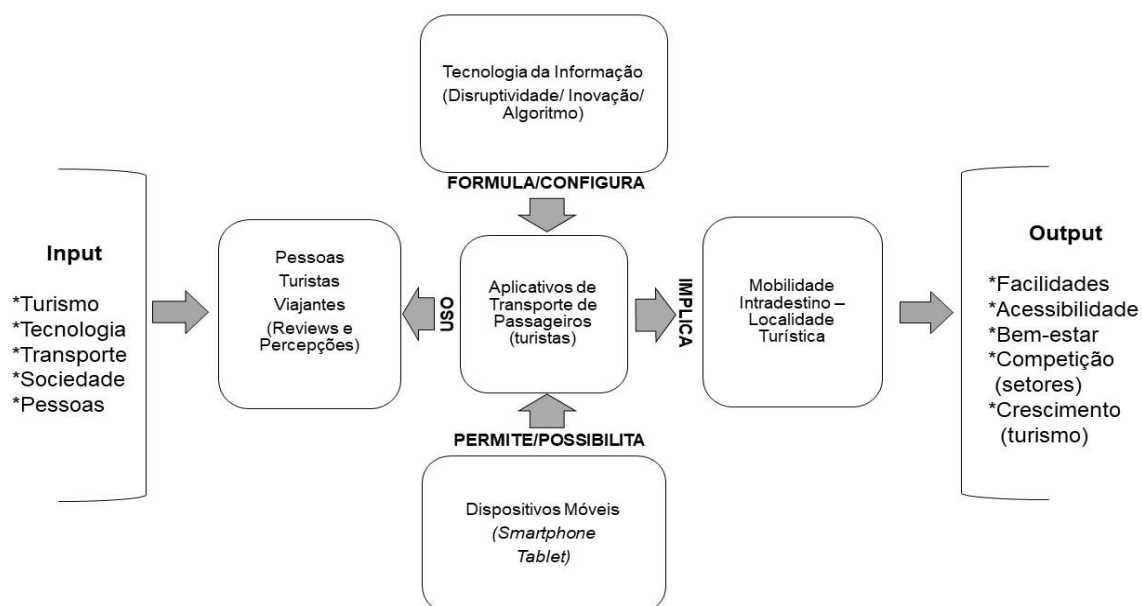


Figura 9. Mapa Conceitual da Pesquisa.

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

Pela figura compreende-se que a escolha dos turistas pelo uso de aplicativos de transporte reflete a ideia de que o comportamento do consumidor é influenciado por diferentes agentes. Nota-se que o uso dos aplicativos de transporte é global, sendo possível verificar que o comportamento cotidiano de consumo se estende ao contexto das viagens. Se a invenção dos aplicativos, por sua vez, representa uma ruptura, em relação ao modelo de negócios operante na sociedade, como aponta por Telésforo (2016), isso também é observado no turismo.

A concorrência representada pelo Uber implica em maior mobilidade ao turista dentro de destinos turísticos. Essas mudanças de comportamento são devido a avanços tecnológicos dos meios de comunicação e ao maior acesso à informação, possíveis em razão dos dispositivos móveis com acesso à internet e geram mudanças no comportamento do turista, facilidades para o deslocamento, acessibilidade e bem-estar. E também geram, para as organizações, o ímpeto pela criação dos app e a aplicação deles na sociedade, acarretando em concorrência entre os setores do transporte local .

Várias características são observadas pelos usuários para escolher uma forma de deslocamento intradestino como apontado por Lohmann et al. (2013) e Cooper et al. (2007). Os dados empíricos desse estudo atestam que questões como o tempo e segurança de deslocamento, o preço e a acessibilidade são tidas como fundamentais para o turista. A escolha do Uber, como uma ferramenta da comunicação que intermedia a contratação de veículo particular corresponde à importância do avanço tecnológico,

tanto nos aspectos tangíveis de um meio de transporte, quanto nos intangíveis representados pela funcionalidade e acessibilidade do sistema.

Esse estudo corrobora para as discussões que tratam o desenvolvimento tecnológico e a influência desses avanços na sociedade, tanto no contexto diário como em viagens. Assim como apontado na discussão teórica, as organizações precisam adaptar seus processos para atender a nova demanda de consumo que foi alterada com os avanços das TIC. O acesso às ferramentas de comunicação modificou a comercialização de produtos e serviços turísticos, inclusive os meios de transporte. No contexto dos aplicativos, verifica-se que esses avanços representam a mudança na forma de contratação de um veículo particular para o deslocamento. Logo, confirma-se que o Uber representa uma mudança de paradigma da mobilidade tal como discutida, por Urry (2000)

5 CONCLUSÃO

Considerando o contexto atual, representado pelos avanços tecnológicos, as ferramentas de informação e comunicação e suas aplicabilidades, praticamente todos os setores econômicos, inclusive o turismo, tiveram as relações comerciais e os hábitos de consumo alterados. A partir disso desenvolveu-se esse estudo, relacionando a atividade turística de um destino e os aplicativos de transporte de passageiros, a partir da percepção e *reviews* de turistas de Natal-RN em uma plataforma de viagem. Pôde-se confirmar aspectos teóricos e encontrar referências empíricas de uso na mobilidade intradestino.

Quadro 9 Relação entre Objetivos Específicos e Resultados	
Objetivos	Resultados
a) caracterizar o aplicativo Uber e suas nuances de funcionamento	1) Aplicativo de transporte que funciona como aplicação direta da TIC na sociedade. Responsável por conectar pessoas e facilitar o deslocamento dentro dos centros urbanos 2) O uso do app no Brasil é regulamentado pela Lei Federal Nº 12.587/12 e Nº 13.640/18, e em Natal-RN pela Lei Municipal Nº 6.913 3) O aplicativo Uber funciona no Brasil desde 2014 e no Estado do Rio Grande do Norte desde 2016.
b) descrever sobre o perfil dos turistas usuários dos serviços da Uber em Natal-RN	1) Os turistas participantes dos fóruns na plataforma TripAdvisor são a maioria do sexo masculino (57%) 2) A nacionalidade dos turistas que participaram dos fóruns sobre o Uber em Natal-RN é brasileira (74,2%) 3) O Estado e cidade que mais representam os participantes dos fóruns é São Paulo com 44,1% e 32,3%, respectivamente.
c) compreender as percepções de uso do aplicativo baseado nas reviews dos turistas que constam no Tripadvisor	1) São vários os fatores que influenciam a escolha de um meio de transporte 2) O preço foi a variável que mais se destacou na percepção dos turistas participantes dos fóruns. 3) Outros aspectos considerados pelos turistas foram: tempo de deslocamento, acessibilidade, conforto, qualidade do veículo e do atendimento. Esse último aspecto é qualificado pelas avaliações disponíveis no próprio aplicativo.
d) qualificar os meios de transporte de Natal-RN usado para mobilidade intradestino	1) O Uber é apontado pelos turistas como opção de transfer Aeroporto x Cidade 2) Outros usos do Uber são: acesso a bares, restaurantes, atrações noturnas, visita a pontos turísticos, shopping e lojas de souvenir. 3) Os turistas reconhecem que existem outras opções de transporte para mobilidade intradestino como vans, táxi, ônibus e carros alugados e o uso dessas opções estão ligadas à necessidade.
e) apresentar a relevância dos serviços de tecnologia dos aplicativos de transporte	1) O transporte por aplicativo permite a personalização dos serviços - escolha da categoria do veículo e do trajeto 2) O usuário tem previsibilidade através do aplicativo sobre o tempo de deslocamento, trajeto e valor da viagem 3) O aplicativo permite dupla avaliação (motorista e passageiro) gerando confiança e segurança que são aspectos importantes na tomada de decisão.

Fonte: Dados do Estudo, 2021.

O Quadro 9 sintetiza os principais resultados da pesquisa relacionando-os aos objetivos específicos onde é possível observar que o aplicativo Uber representa uma opção atual de deslocamento dos turistas dentro dos centros urbanos que atrelado ao desenvolvimento das TICs gera maior mobilidade nesses espaços. O sistema dos aplicativos de transporte são parte do cotidiano dos turistas e está presente durante todo o processo que envolve o deslocamento no período da viagem estando esse público familiarizado com a plataforma.

Pelas reviews entende-se que as percepções identificadas se constituem de opiniões livres e espontâneas e representam conteúdo de valor na compreensão do fenômeno analisado, ficando acessíveis em plataformas e abertas a consulta permanente do público podendo ter usos específicos como objeto de análise, estudo e tomada de decisão. Daí a estratégia da pesquisa de utilizar o CGU como técnica de coleta de dados, especialmente no atual contexto da pandemia do Covid-19. Essas reviews são dados primários relevantes na medida em que são gerados pelos próprios usuários de forma livre e espontânea, sendo matéria-prima válida para pesquisas científicas.

Com os avanços da tecnologia, a comunicação entre os turistas e a organização do transporte é alterada, sendo a *internet*, os *smartphones* e os aplicativos ferramentas principais desse processo. Os aplicativos, sobretudo os de transporte, se articulam dinamicamente com o desenvolvimento da atividade turística, facilitando, incrementando e trazendo bem-estar aos viajantes, pois, os meios de transporte são os responsáveis pelo deslocamento de pessoas e dessa maneira são considerados elemento essencial da atividade turística. Nesse interim, o Uber representa uma inovação tecnológica aliada ao meio de transporte atualmente utilizado para a comunicação e contratação de um meio para o deslocamento. A disponibilidade desse app tem alterado a mobilidade intradestino.

Com base nos dados empíricos desse estudo, pode-se inferir que o avanço das TICs implica em melhorias na comunicação e nos processos de troca relacionados à atividade turística. As ferramentas tecnológicas auxiliam o acesso às informações em relação a produtos e serviços turísticos para planejamento de uma viagem. E, por meio das avaliações que compõem a plataforma *TripAdvisor* outros turistas têm acesso a dados sobre as infraestruturas que compõem o destino turístico, uma vez que elas refletem a experiência anterior de viajantes.

As avaliações dos turistas na plataforma pesquisada apontam que o app oferece preço acessível, que o tempo de deslocamento interfere na decisão de uso, que o sistema de aplicativos para contratação de um veículo gera confiança e que a acessibilidade, o

conforto, a qualidade do veículo e do atendimento são aspectos considerados por eles para descrever o serviço oferecido pela plataforma o que reverbera na usabilidade do aplicativo. E apesar de haver outras características intrínsecas nos comentários dos viajantes, essas são mais representativas.

O conteúdo das *reviews* é revelador e atesta a transformação e a sua contribuição no turismo local. Os resultados da pesquisa confirmam que o Uber é uma opção considerada pelo turista para o deslocamento intradestino por representar uma inovação tecnológica aliada ao meio de transporte. E que são vários fatores considerados pelos turistas para a escolha do aplicativo Uber que estão relacionados ao valor e outros aspectos discutidos na teoria e observados nos dados empíricos.

Conclui-se que o uso de aplicativo de transporte (Uber) tem um papel relevante nas alternativas de transporte individual de turistas em todo deslocamento intradestino. Assim sendo, o presente estudo procurou contribuir com as teorias sobre as TICs, os transportes e a mobilidade do turista, sendo a atividade turística um dos segmentos mais destacados da economia da cidade e da região ora pesquisada. O estudo discutiu a questão do deslocamento apresentando elementos teóricos que se alinham aos dados empíricos quanto à relevância de mudanças e aprimoramento das possibilidades de transporte e mobilidade dos turistas possíveis graças a tecnologia. Mostra também o uso efetivo do aplicativo como indispensável e já disseminado no contexto das viagens e dos viajantes.

Em relação as implicações sucedidas com esse estudo têm-se que o avanço das TICs resulta em melhorias na comunicação e nos processos de troca relacionados à atividade turística e que as informações sobre o Uber dispostas no TripAdvisor são relevantes para o processo de tomada de decisão dos turistas, uma vez que a troca de informações é primordial para o desenvolvimento do turismo. Além disso, esse estudo também implica em discussão teórico-empírica sobre as TICs, os transportes e mobilidade dos turistas podendo servir de embasamento para estudos futuros de outros pesquisadores com foco no transporte intradestino, no desenvolvimento da tecnologia e do turismo.

Outras implicações estão relacionadas a compreensão da realidade local do sistema de transporte, especificamente o que é oferecido pelos aplicativos, juntamente com a socialização dos dados sobre o uso do Uber com outras organizações ligadas ao transporte de turistas, e por fim, a possibilidade de ampliação da realidade local para outras realidades possibilitando a compreensão de uso do aplicativo sob outros olhares.

Como limitação verificada pode-se registrar a crise global pandêmica, com a obrigatoriedade do isolamento e distanciamento social, em função dos riscos de contaminação. Apesar da veracidade e legitimidade das informações coletadas na plataforma ora pesquisada, reconhece-se que o contato com os turistas traria outras apreensões sobre o tema, que virtualmente não puderam ser percebidas com profundidade. Também em função da pandemia, esse estudo esbarrou na limitação de troca e encontros presenciais com grupos de pesquisa que pudessem discutir sobre a temática podendo trazer outras contribuições para os aspectos teóricos e práticos dessa pesquisa. Outras limitações estão relacionadas ao desgaste emocional decorrente do processo de luto em meio ao processo de construção dessa pesquisa.

A partir das discussões dessa dissertação pode-se advir novos estudos sobre o contexto da mobilidade, correlacionando as TICs e o turismo com temáticas relacionadas aos Destinos Turísticos Inteligentes (DTIs), em que o uso de tecnologias inovadoras contribui para o desenvolvimento do turismo e a geração de valor pelos turistas nos destinos em que se inserem. Sugere-se ainda pesquisas relacionadas à intermodalidade dos transportes onde as inovações tecnológicas podem facilitar a conexão entre os diferentes modais, atendendo, assim, as expectativas de deslocamento do turista em diferentes situações e necessidades. E por fim, indica-se ainda estudos que envolvam os aplicativos em suas mais diversas modalidades.

Pensa-se na necessidade de estudos contínuos sobre os transportes e a tecnologia, uma vez que as mudanças tecnológicas são dinâmicas e estão sempre modernizando as concepções de produtos e serviços na sociedade. Pensa-se também na integração de grupos que pesquisam a tecnologia, o transporte e os aplicativos para troca de experiências e de apoio mútuo para as pesquisas que estão sendo desenvolvidas, além da possível ampliação do estudo para outras localidades regionais e nacionais para detectar mudanças e avanços no sistema de transporte de turistas em outros destinos.

REFERÊNCIAS

- Albuquerque Neto, G. S., Silva, J. P. S. & Portugal, L. S., (2019). Uma análise do uso de aplicativos de transporte individual e remunerado: uma revisão de literatura. *Anais do Congresso de Pesquisa e Ensino em Transporte da Anpet*. Balneário Camboriú, SC, Brasil.
- Allis, T. (2010). Experiências de mobilidade turística no espaço público urbano. In Panosso Netto, A., & Gaeta, C. *Turismo de experiência*, p. 255-274. São Paulo: Editora Senac.
- Allis, T. (2016). Análises de fluxos turísticos em espaços urbanos: desenvolvimento e aplicação de métodos móveis em Itu (SP). *Anais do Seminário da Anptur*, São Paulo, SP.
- Allis, T. & Fraga, C. (2016). Mobilidade Turística e Hospitalidade Urbana: análise bibliográfica a partir de publicações de turismo no Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 26, 155-165.
- Alves, Figueiredo Filho & Henrique (2015). O Poderoso NVivo: uma introdução a partir da análise de conteúdo. *Revista Política Hoje*, 24 (2), 119-134.
- Assunção, P. (2012). *História do turismo no Brasil entre os séculos XVI e XX: Viagens, espaço e cultura*. Barueri, SP: Manole.
- Bardin, L. (1977). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Belli, M. (2019). Mobilidade: será o fim do automóvel? Acho que não. Recuperado de <https://autoentusiastas.com.br/2019/11/mobilidade-sera-o-fim-do-automovel-acho-que-nao/>
- Beni, M. C. (2003). *Análise estrutural do turismo* (9a ed.). São Paulo: Editora Senac São Paulo.
- Beni, M. C. (2011). *Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira* (3a ed.). São Paulo: Aleph.
- Beni, M. C. (2017). Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada. A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de turismo: e-tourism. Recuperado de <https://www.panrotas.com.br/noticia-turismo/mercado/2017/07/artigo-o-novo-turismo-na-era-da-economia-compartilhada-147809.html>
- Biz, A. A. & Correia, C. (2016). Abordagem brasileira sobre turismo e tecnologias da informação e comunicação: 10 anos de produção do Seminário da ANPTUR. *Turismo & Desenvolvimento*, 26, 33-45.
- Buhalis, D. (2000). Tourism and Information Technologies: past, present and future. *Tourism Recreation Research*, 25 (1), 41-58.
- Buhalis, D. & Law, R., (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet - The state of eTourism. *Tourism Management*, 29 (4), 609-623.
- Cacho, A., Anjos, L. C. & Mendes Filho, L. (2014). Informações turísticas disponibilizadas nos websites das cidades e estados sede da copa da FIFA 2014. *Anais do Congresso da Anptur*.
- Castelhano, R. A. & Cardoso, A. L. J. (2019). Práticas de Gestão de Pessoas no setor hoteleiro: um estudo em hotéis na cidade de Rondonópolis-MT. *Hospitalidade*, São Paulo, 16 (1), 147-170.
- Castells, M. (2003). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Castells, M. (2018). *A sociedade em rede: A era da informação: economia, sociedade e cultura*. (19a ed.) São Paulo: Paz e Terra.

- Cooper, C., Fletcher, J., Wanhill, S., Gilbert, D. & Shepperd, R. (2007). *Turismo: princípios e prática* (3a ed.). Porto Alegre: Bookman.
- Corrêa, C. & Hansen, D. R. (2014). Qualidade de serviços em restaurantes de São Paulo premiados pelo TripAdvisor: análise do conteúdo gerado pelo usuário. *Revista Hospitalidade*, 2 (11), 271-290.
- Costa, A. J. S., Araújo, D. L., & Perinotto, A. R. C. (2019). O uso da tecnologia da informação e comunicação por agências de turismo do Porto das Barcas, em Parnaíba-Piauí-Brasil. *RECAT*, 7 (1), 62-80.
- Daru, R. H. (2011). *Influência das variáveis situacionais no momento de decisão de compra: uma análise sob a ótica de Skinner* (Trabalho de Conclusão de Curso). Universidade Federal do Paraná – UFPR, Curitiba, PR, Brasil.
- De Sá, F. Z. & Gastal, S. A. (2020). Mobilidade, imobilidade e a-mobilidade: para discutir o Turismo em tempos de COVID-19. *RBTUR*, 15 (1), 1-13.
- Dencker, A. F. M. (2000). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo* (2a ed.). São Paulo: Futura.
- Dias, R. (2013). *Fundamentos do Turismo*. Campinas: Alínea.
- Fecomércio (2016). *Relatório: Perfil do Turista - alta estação 2016 Natal-RN*, Fecomércio RN.
- Fecomércio (2017). *Relatório: Perfil do Turista - alta estação 2017 Natal-RN*, Fecomércio RN.
- Fecomércio (2018). *Relatório: Perfil do Turista - alta estação 2018 Natal-RN*, Fecomércio RN.
- Fecomércio (2019). *Relatório: Perfil do Turista - alta estação 2019. Natal-RN*, Fecomércio RN.
- Fernandes, F. A. R. (2015). *A indústria hoteleira e as reclamações online: o caso TripAdvisor*. Dissertação (Mestrado em Gestão de Serviços). Porto: Universidade do Porto.
- Flick, U. (2013). *Introdução à metodologia de pesquisa: um guia para iniciantes*. Porto Alegre: Artmed.
- Françoso, M. T. & Mello, N. C. (2016). Influência dos aplicativos de smartphones para transporte urbano no trânsito. *Anais do Congresso Luso Brasileiro para o planejamento Urbano, Regional, Integrado e Sustentável*, Pluris, Maceió, AL.
- Gerhardt, T. E. & Silveira, D. T. (2009). *Métodos de Pesquisa*. Porto Alegre: UFRGS
- Gil, A. C. (2002). *Como elaborar projeto de pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Gondim, C. B., Bolzán, R. E., Espínola, R. S. & Alexandre, M L. O. (2020). Netnografia como método de pesquisa em turismo: análise de estudos de Pós-Graduação no Brasil. *Revista Turismo em Análise*, 31 (1), 19-36. Doi: <https://doi.org/10.11606/issn.1984-4867.v31i1p19-36>.
- Guimarães, A. S., & Borges, M. P. (2008). *E-Turismo: internet e negócios do turismo*. São Paulo: Cengage Learning.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42 (1), 39-56.
- Junior, L. F., Junior, J. S. & Lobato, F. (2020). Um olhar sobre turismo gastronômico: um caso no TripAdvisor. *Anais do Encontro Nacional de Inteligência Artificial e Computacional*, Porto Alegre: Sociedade Brasileira de Computação.
- Lamas, S. A., Mendes Filho, L. A. M., Perinotto, A. R. C. & Marques Junior, S. (2019). Conteúdos Gerados pelos Usuários sobre Meios de Hospedagem em Natal/RN: A acessibilidade no discurso dos viajantes. *Revista Hospitalidade*, 16 (3), 198-219.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. & Pan, B. (2018). A retrospective view of electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30 (1), 313-325.
- Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. & Pan, B. (2007). Electronic word-of-mouth in hospitality and tourism management. *Tourism Management*, 29, 458-468.
- Lohmann, G. (2002). *Transporte Turístico*. São Paulo: Aleph.
- Lohmann, G. & Panosso Netto, A. (2008). *Teoria do turismo: conceitos, modelos e sistemas*. São Paulo: Aleph.

- Lohmann, G., Fraga, C. & Castro, R. (2013). *Transportes e destinos turísticos: planejamento e gestão*. Rio de Janeiro: Elsevier.
- Marconi, M. de A. & Lakatos, E. M. (2002). *Técnicas de Pesquisa*. São Paulo: Atlas.
- Mendes Filho, L. M., Batista, J. O. Cacho, A. N. B. & Soares, A. L. V. (2017). Aplicativos Móveis e Turismo: Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado. *Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade*, 9 (II), 179-199.
- Mendes-Filho, L., Mills, A. M., Tan, F. B. & Milne, S. (2018). Empowering the traveler: an examination of the impact of user-generated content on travel planning. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35 (4), 425–436.
- MTUR – Ministério do Turismo (2019). Tendências globais de consumo em 2019. Recuperado de <http://www.turismo.gov.br/%C3%BAltimas-not%C3%ADcias/12406-turismo-est%C3%A1-entre-as-10-tend%C3%AAdncias-globais-de-consumo-em-2019.html>
- MTUR – Ministério do Turismo (2019). Turistas Nacionais em Natal-RN. Recuperado de <https://g1.globo.com/rn/rio-grande-do-norte/noticia/2019/06/24/natal-e-o-3o-destino-mais-procurado-por-turistas-nacionais-em-junho-e-julho-diz-ministerio-do-turismo.ghtml>
- Muniz, L. M. & Santos, C. A. F. dos. (2019). Turismo e Conteúdo Gerado pelo Usuário: uma análise sobre o comportamento do consumidor na internet por meio de comentários de viagens online. *SINERGIA - Revista Do Instituto De Ciências Econômicas, Administrativas e Contábeis*, 23 (1), 65-80. <https://doi.org/10.17648/sinergia-2236-7608-v23n1-8556>.
- Navio-Marco, J., Ruiz-Gómez, L. M. & Sevilla-Sevilla, C. (2018). Progress in information technology and tourism management: 30 years on and 20 years after the internet - Revisiting Buhalis & Law's landmark study about eTourism. *Tourism Management*, 68, 460-470.
- Nonnenmacher, R. F. (2012). *Estudo do comportamento do consumidor de aplicativos móveis*. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Administração). Porto Alegre: Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto BR (2019). *Pesquisa sobre o uso das tecnologias de informação e comunicação nos domicílios brasileiros: TIC domicílios 2018*, São Paulo: Comitê Gestor da Internet no Brasil, 2019.
- Prefeitura da Cidade do Natal (2019). *Diário Oficial do Município: Lei que regulamenta o serviço de transporte privado individual de passageiros*. Recuperado de https://natal.rn.gov.br/storage/app/media/DOM/anexos/dom_20190621_46848c599bbe5cbf71efb4492bf35e84.pdf
- Quevedo, M. (2007). *Turismo na era do conhecimento*. Florianópolis: Pandion.
- Ramos, A. S. M., Mendes Filho, L. A. M. & Lobianco, M. M. L. (2017). *Sistemas e tecnologia da informação no turismo: um enfoque gerencial*. Curitiba: Editora Prismas.
- Rossi, J. & Ramos, C. M. Q. (2019). A relevância do uso de smartphones durante a experiência turística. *Turismo, Visão e Ação*. Balneário Camboriú-SC, 21 (3), 265-290.
- Sakata, M. C. G. (2002). *Tendências metodológicas da pesquisa acadêmica em turismo*. Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação: Turismo e Lazer). São Paulo: Universidade de São Paulo.
- Sant'anna, A. & Jardim, G. (2007). Turismo on-line: oportunidades e desafios em um novo cenário profissional. *Observatório de Inovação do Turismo*, 2 (3), 1-14.
- Santos, P. P. dos, Paula, A. A., Marques, A. S. & Zardo, D. M. (2010). A história e a importância do transporte para o turismo. *Anais do Congresso Brasileiro de Sistemas*. Foz do Iguaçu: Unioeste, np.
- Santos, S. R. dos & Gândara, J. M. G., (2019). Mobilidade urbana no centro histórico de São Luís do Maranhão (Brasil): análises dos usuários do TripAdvisor, *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo Local*, 26 (12). 8
- Sebrae – Serviço de Apoio à Micro e Pequenas Empresas (2019). Mobile no turismo: como essa tecnologia conecta empresas e turistas? Recuperado de <https://atendimento.sebrae->

- sc.com.br/inteligencia/relatorio-de-inteligencia/mobile-no-turismo-descubra-como-essa-tecnologia-conecta-empresas-e-turistas.
- Serra, J. (2008). As tecnologias de informação e comunicação no Turismo: A emergência do e-tourism. *Economia e Sociologia*, 86, 33-42.
- Sheller, M. & Urry, J. (2006). *The new mobilities paradigm*. *Environment and Planning A*, 3, 207-226.
- Silva, M. M., Silva, J. R. H. Marques Júnior, S., Jr, Mendes-Filho, L., (2020), Comportamento do consumidor e intenção de compra de serviços hoteleiros: influência ao assistir vídeos na internet. *Podium: sport, leisure and tourism review*, 9 (2), 286-307. Doi: <https://doi.org/10.5585/podium.v9i2.15905>.
- Silva, D. A. A., Gosling M. S. & Gosling, I. T. S. (2018). Atributos influenciadores na decisão dos turistas de usar aplicativos turismo para cidades históricas. *Revista Negócios em Projeção*. Brasília (DF). 9 (1), 287-302.
- Soares, S. S. D & Stengel, M. (2021), Netnografia e a pesquisa científica na internet. *Psicologia Universidade de São Paulo*, 32, 1-11. Doi: <https://doi.org/10.1590/0103-6564e200066>.
- Stone, B. (2017). *As upstarts: como a Uber, o Airbnb e as killer companies do novo Vale do Silício estão mudando o mundo*. Rio de Janeiro: Intrínseca.
- STF – Superior Tribunal Federal (2018). Lei que regulamenta o serviço de transporte privado individual de passageiros. Recuperado em http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2015-2018/2018/lei/L13640.htm
- Telésforo, R. (2016). *Uber: inovação disruptiva e ciclos de intervenção regulatória*. Dissertação (Mestrado em Direito). Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas.
- Travelport (2018). Pesquisa global sobre viajantes digitais 2018. Recuperado de <https://marketing.cloud.travelport.com/Global-Digital-Traveler-Research-2018>
- TripBarometer (2018). Relatório Global Tripbarometer. Recuperado de <https://www.tripadvisor.com.br/TripAdvisorInsights/w4594>
- Tribe, J. (1997). *The indiscipline of tourism*. *Annals of tourism research*, 24 (4), 638-657.
- Uber (2017) Recuperado de <https://www.uber.com/pt-BR>
- Uber (2021). Fatos e Dados sobre a Uber. Recuperado de <https://www.uber.com/pt-BR/newsroom/fatos-e-dados-sobre-uber/>
- UFRN (Universidade Federal do Rio Grande do Norte) (2021). *Comitê de Ética e Pesquisa: Orientações para Pesquisas Virtuais*. Recuperado de <http://www.cep.propesq.ufrn.br/documentos/orientacoes-e-resolucoes/204358973>
- Urry, J. (1996). *O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel/SESC.
- Urry, J. (2000). *Sociology beyond societies: mobilities for the twenty-first century*. Abindgon: Routledge.
- Vasconcelos, G. C. & Assis, N. G. (2018). O serviço público de transporte de passageiros e os aplicativos de motoristas particulares. *Anais do Congresso Interdisciplinar de pesquisa, iniciação científica e extensão*, Belo Horizonte-MG.
- Veal, A. J. (2011). *Metodologia de pesquisa em lazer e turismo*. Aleph: São Paulo.
- Viana, J. P. (2015). Novas dinâmicas de consumo turístico no ambiente virtual: compartilhamento de experiências sobre meios de hospedagem no Tripadvisor durante a Copa do Mundo de 2014. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Turismo). Niterói: Universidade Federal Fluminense.
- Vicentin, I. C. & Hoppen, N. (2003). A internet no negócio de turismo no Brasil: utilização e perspectivas, Porto Alegre/RS, Brasil. *Revista Eletrônica de Administração*, 9 (1), 1-26.
- Villaça, F. (1998). *Espaço intra-urbano no Brasil*. São Paulo: Studio Nobel.
- Wang, D., Park, S. & Fesenmaier, L. (2011). The Role of Smartphones in Mediating the Touristic Experience. *Journal of Travel Research*, 51(4), 371 –387

Xiang, Z., Wang, D., O'Leary, J. & Fesenmaier, D. (2015). Adapting to the internet: Trends in travelers' use of the web for trip planning. *Journal of Travel Research*, Thousand Oaks (EUA), 54 (4), 511-527.

APÊNDICE A

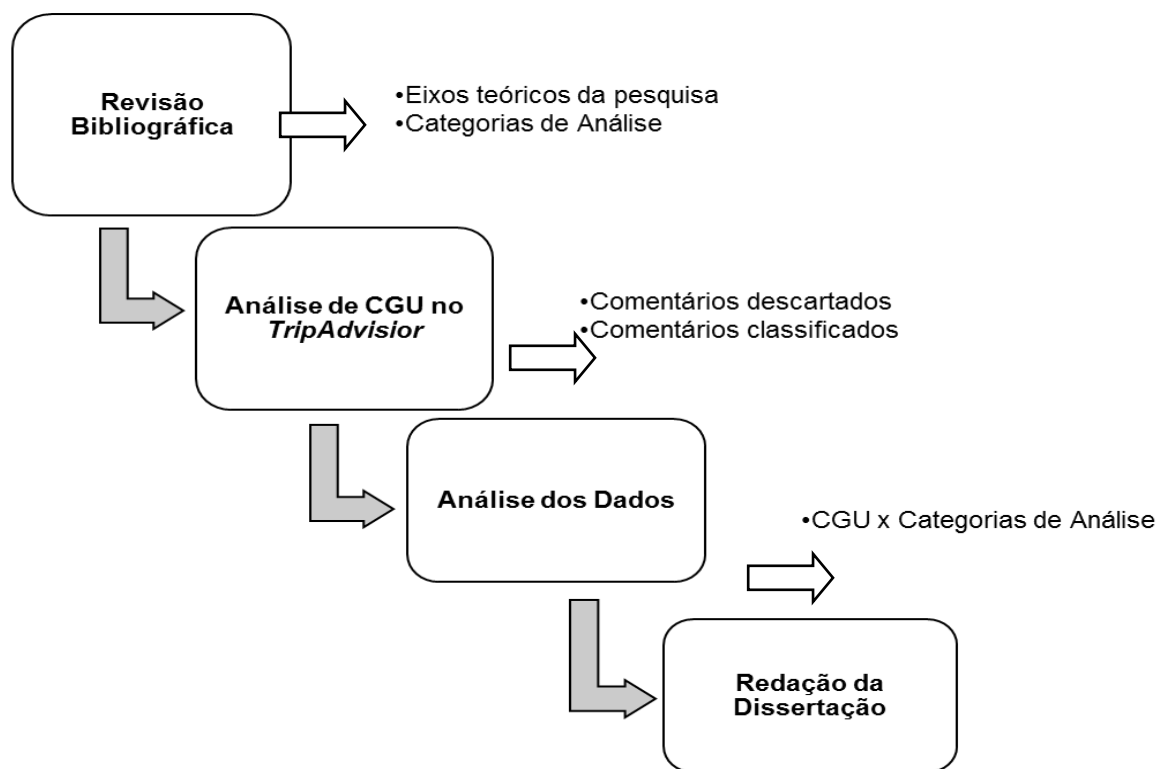
INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Categoria	Instrumento de Pesquisa	Base Teórica
Preço	O preço da viagem é observado pelo turista para a utilização do aplicativo?	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007); Lohmann, Fraga e Castro (2013),
Segurança no deslocamento	O turista considera seguro o deslocamento feito pelo Uber em Natal/RN?	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
Conforto	O turista preza pelo conforto ao utilizar o transporte contratado pelo app Uber?	Beni (2003); Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert & Shepperd, 2007
Acessibilidade	A acessibilidade ao aplicativo Uber é percebida pelo turista de Natal/RN?	Beni (2003); Lohmann, Fraga e Castro (2013)
Eficiência	O transporte do Uber é eficiente na cidade?	Beni (2003)
Tempo de deslocamento	O tempo de deslocamento desse transporte é pertinente para a escolha do cliente?	Lohmann, Fraga e Castro (2013)
Qualidade	O turista analisa a qualidade dos serviços de transporte por aplicativo feito pelo Uber?	Lohmann, Fraga e Castro (2013)
Utilidade	O turista percebe o app como útil para o deslocamento intradestino?	Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
Disponibilidade	O app atende em diferentes horários, de acordo com a necessidade do turista?	Cooper, Fletcher, Wanhill, Gilbert e Shepperd (2007)
Infraestrutura	O Uber é considerado pelo turista como uma infraestrutura para o deslocamento intradestino?	Allis (2010)

Fonte: Dados do Estudo com base na teoria, 2021.

APÊNDICE B

DESIGN DA PESQUISA



Fonte: Dados do Estudo, 2021.