INSTITUTO DE CIÊNCIAS HUMANAS (ICH)- TURISMO

LUCAS FERREIRA DE ASSIS

PERSPECTIVAS DO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO ACADÊMICO CIENTÍFICO SOBRE O TURISMO: UM ESTUDO DE OPINIÃO PÚBLICA

JUIZ DE FORA-MG
2026

LUCAS FERREIRA DE ASSIS

PERSPECTIVAS DO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL NA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO ACADÊMICO CIENTÍFICO SOBRE O TURISMO: UM ESTUDO DE OPINIÃO PÚBLICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à faculdade de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso)

Orientadora: Profa. Dra. Carla Conceição Lana Fraga

JUIZ DE FORA-MG
2026

Ficha catalográfica elaborada através do programa de geração
automática da Biblioteca Universitária da UFJF,
com os dados fornecidos pelo(a) autor(a)

Ferreira de Assis, Lucas.
Perspectivas do uso da Inteligência Artificial da produção de conhecimento acadêmico científico sobre o turismo: Um estudo de opinião pública / Lucas Ferreira de Assis. -- 2026.
30 p.

Orientador: Carla Conceição Lana Fraga
Coorientador: Marcelo Ferreira Trezza Knop
Trabalho de Conclusão de Curso (graduação) - Universidade Federal de Juiz de Fora, Instituto de Ciências Humanas, 2026.

1. Inteligência Artificial. 2. Educação Superior. 3. Turismo. I. Lana Fraga, Carla Conceição, orient. II. Ferreira Trezza Knop, Marcelo, coorient. III. Título.

LUCAS FERREIRA DE ASSIS

PERSPECTIVAS DO USO DA INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL DA PRODUÇÃO DE CONHECIMENTO ACADÊMICO CIENTÍFICO SOBRE O TURISMO: UM ESTUDO DE OPINIÃO PÚBLICA

Trabalho de conclusão de curso apresentado à faculdade de Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora de Juiz de Fora, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel (Trabalho de Conclusão de Curso)

Aprovada em 21 de Janeiro de 2026

BANCA EXAMINADORA

Profa. Dra Carla Conceição Lana Fraga - UFJF (Orientadora)

Prof. Dr. Marcelo Ferreira Trezza Knop - UFJF (Coorientador)

Prof. Dr. Michelson Kairo Ribeiro Nogueira (Banca)

Prof. Dra. Ercília De Stefano (Banca)

Sumário

1. INTRODUÇÃO.....7
2. DESAFIOS DA IA NA EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO..... 8
2.1. Educação superior em turismo e o uso de IA..... 8
2.2. Debate sobre os parâmetros éticos.....11
2.3. Ferramentas de IA na educação em turismo..... 13
3. METODOLOGIA..... 14
4. RESULTADOS E DISCUSSÕES.....17
4.1. Perfil dos respondentes.....17
4.2. Conhecimento e uso atual de IA..... 18
4.3. Percepções e Atitudes sobre IA..... 19
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS.....21
REFERÊNCIAS..... 22
APÊNDICE A - Formulário da Pesquisa de Opinião Pública sobre uso de Inteligência Artificial (IA) na Graduação em Turismo.....27

Resumo:

A incorporação da Inteligência Artificial (IA) nas práticas educacionais têm promovido transformações significativas na produção do conhecimento acadêmico-científico, especialmente em áreas de caráter interdisciplinar como o Turismo. Este estudo teve como objetivo analisar as perspectivas opinativas de estudantes de graduação em Turismo no Brasil acerca do uso da IA em atividades acadêmicas, buscando compreender sua relação com o processo formativo, identificar benefícios e limitações, bem como mapear ferramentas percebidas com potencial pedagógico. A pesquisa caracteriza-se como exploratória, descritiva e de natureza quantitativa, adotando o método survey por meio da aplicação de um formulário online, que obteve 63 respostas válidas de discentes regularmente matriculados em cursos de Turismo. Os resultados indicam elevado nível de familiaridade dos respondentes com ferramentas de IA, visto que 93,7% afirmaram já ter utilizado esse tipo de recurso, e 73,0% declararam considerar seu uso em atividades acadêmicas. Observou-se ainda que 39,7% percebem impactos positivos, enquanto 46,0% reconhecem efeitos ambíguos, envolvendo aspectos favoráveis e desfavoráveis. As percepções revelam postura predominantemente favorável, porém cautelosa, com destaque para preocupações relacionadas à originalidade, confiabilidade das informações e riscos de dependência tecnológica. Conclui-se que, embora amplamente difundida no cotidiano acadêmico, a IA demanda a construção de diretrizes institucionais e práticas pedagógicas que promovam seu uso ético, crítico e responsável no ensino superior em Turismo.
Palavras- chave: Inteligência Artificial 1; Educação Superior 2; Turismo 3.

Abstract:

The incorporation of Artificial Intelligence (AI) into educational practices has promoted significant transformations in the production of academic and scientific knowledge, especially in interdisciplinary fields such as Tourism. This study aimed to analyze the opinions of undergraduate Tourism students in Brazil regarding the use of AI in academic activities, seeking to understand its relationship with the educational process, identify benefits and limitations, and map tools perceived as having pedagogical potential. The research is characterized as exploratory, descriptive, and quantitative in nature, adopting the survey method through the application of an online questionnaire, which obtained 63 valid responses from students regularly enrolled in Tourism undergraduate programs. The results indicate a high level of familiarity with AI tools, as 93.7% of the respondents reported having already used this type of resource, and 73.0% stated that they consider using AI in academic activities. Furthermore, 39.7% perceived positive impacts, while 46.0% recognized ambiguous effects involving both favorable and unfavorable aspects. The perceptions reveal

a predominantly favorable but cautious stance, highlighting concerns related to originality, reliability of information, and risks of technological dependence. It is concluded that, although widely disseminated in the academic daily routine, AI requires the development of institutional guidelines and pedagogical practices that promote its ethical, critical, and responsible use in higher education in Tourism.
Keywords: Artificial Intelligence 1; Higher Education 2; Tourism 3.

1. INTRODUÇÃO

O turismo é um fenômeno complexo que permite uma retroalimentação entre teoria e prática, sendo que formalmente no Brasil foi iniciado em 1971, com a criação do primeiro Curso superior em Turismo na Faculdade de Turismo de Anhembi- São Paulo (Ramos, 2011). O atual contexto educacional de oferta superior envolvendo Cursos de Turismo no Brasil considera uma oferta de 122 cursos de graduação ativos no Brasil, sendo 110 bacharelados, 6 licenciatura e 6 cursos superiores de tecnologia, sendo que 33 destes cursos são público federal, 25 público estadual, 2 público municipal, 31 privada sem fins lucrativos e 30 privada com fins lucrativos, segundo dados do Ministério da Educação (MEC), obtidos no sistema e-MEC (E-MEC, 2025).

Essa diversidade de formações reflete a expansão e a consolidação do campo acadêmico do turismo no país, que busca dialogar com as demandas do setor e com os desafios contemporâneos da sociedade, imersos nas tecnologias digitais emergentes como o uso de IA. Observa-se que a IA tem sido progressivamente incorporada às rotinas de pesquisa, organização de dados, produção textual e até mesmo na elaboração de projetos e apresentações, revelando-se uma aliada potencial no desenvolvimento das competências exigidas no ensino da pós-graduação conforme apontaram Santos et al. (2024), contudo um questionamento é como isto ocorre na graduação em turismo. Assim, investigar a opinião do discente sobre a nível de apropriação tecnológica quanto os impactos pedagógicos e éticos envolvidos em sua aplicação. Neste contexto, busca-se compreender as opiniões de estudantes de turismo no Brasil sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) na realização de atividades acadêmicas e científicas, notadamente considerando como a IA pode atuar, enquanto um recurso de apoio, ao longo da graduação. A seguir é apresentada a problematização do tema: Qual a opinião pública discente do uso da Inteligência Artificial na produção de conhecimento acadêmico científico na Graduação em Turismo?

Portanto, o objetivo geral do estudo foi: Analisar perspectivas opinativas sobre o uso da Inteligência Artificial na produção de conhecimento acadêmico científico sobre turismo por parte dos discentes de graduação. Já os objetivos específicos foram: (a) Compreender a relação entre educação superior no Turismo e o uso de IA; (b) Identificar

os benefícios e as limitações do uso de IA durante a graduação em Turismo, tendo em vista parâmetros éticos; © Mapear quais ferramentas de IA são percebidas com maior potencial de utilização no aprendizado de conteúdos da graduação em turismo por parte de discentes.

A presente pesquisa é exploratória, descritiva e de natureza quantitativa. Além da pesquisa bibliográfica para a fundamentação teórica conceitual, o trabalho de campo contará com a aplicação de um formulário de opinião pública online (Apêndice A). O trabalho está organizado em três seções além desta Introdução e das Considerações Finais, sendo a próxima relativa aos desafios da IA na educação superior em Turismo, seguida da seção sobre Metodologia e Resultados e Discussões respectivamente.

2. DESAFIOS DA IA NA EDUCAÇÃO SUPERIOR EM TURISMO

O objetivo desta fundamentação teórica conceitual é tanto compreender a relação entre educação superior em Turismo e o uso de IA (2.1.); como identificar os benefícios e as limitações do uso de IA durante a graduação em Turismo, tendo em vista parâmetros éticos (2.2.); e, identificar ferramentas de IA com potencial de utilização no aprendizado de conteúdos da graduação em turismo por parte de discentes (2.3).

2.1. Educação superior em turismo e o uso de IA

A educação superior em turismo tem avançado com a necessidade de retroalimentação entre teoria e prática. É sabido que no turismo a prática antecede a teoria, (Panosso Netto, 2011). Conforme Lohmann e Panosso Netto (2012) existem três grupos que se posicionam com relação ao turismo ser ou não ciência, sendo: (1) acredita que turismo é ciência pois tem teoria e método próprio; (2) acredita que o turismo não é ciência, mas um dia poderá ser, pois está percorrendo um caminho para; (3) acredita que turismo não é ciência e nem nunca o será, pois é um objeto de outras ciências.

Logo, a educação superior em turismo que implica ensino, pesquisa e extensão, deriva de uma visão sobre a necessidade do tratamento científico sobre o turismo. Se de um lado Thomas Cook realizou a primeira viagem organizada em 1841 considerado o embrião do turismo moderno (Palhares, 2002), por outro, a sistematização conceitual e científica do fenômeno ocorreu apenas no século XX. Segundo Barretto (2003) explica que o primeiro conceito de turismo que se tem notícia na literatura científica foi formulado pelo economista Walter Hunziker, que definiu o turismo como “o conjunto de relações e fenômenos resultantes das viagens e estadas de pessoas fora do seu domicílio habitual, desde que não estejam motivadas por fins lucrativos” (Barretto, 2003, p.17).

No Brasil, o primeiro curso superior de turismo foi criado em 1971, na Faculdade de Turismo do Morumbi, atual Universidade Anhembi Morumbi, em São Paulo (Hallal et al., 2010). Segundo Hallal et al. (2010) a criação desses cursos ocorreu em meio à expansão do ensino superior privado no país e à valorização do turismo como vetor de desenvolvimento socioeconômico nacional durante as décadas de 1960 e 1970. Além disso, no Brasil é relevante compreender a ascensão da oferta de cursos entre as décadas de 1990 e 2000, e sua decadência, atualmente como cerca de 270 cursos ativos em 2023, segundo dados do e-MEC (2025).

O contexto histórico da formação em turismo no Brasil está intrinsecamente ligado ao processo de modernização e urbanização, bem como à influência das políticas públicas voltadas para o setor. A criação da EMBRATUR[1] em 1966 e do Conselho Nacional de Turismo (CNTur) foram marcos importantes, pois consolidaram o turismo como área estratégica da economia (Hallal et al., 2010). Ressalta-se que o Ministério do Turismo brasileiro foi criado em 2003, e que a Embratur atualmente é nomeada de Agência Brasileira de Promoção Internacional do Turismo, cumpre explicar que o website da Embratur (2025) apresenta detalhadamente sua evolução organizacional e o papel desempenhado na consolidação do turismo enquanto setor estratégico do desenvolvimento nacional, evidenciando de maneira detalhada o percurso histórico da mesma.

Nota-se que a educação superior em turismo no Brasil surge como resposta à necessidade de formação de profissionais qualificados, acompanhando a consolidação de um campo de saber interdisciplinar, articulando várias disciplinas (Geografia, Sociologia, História entre outras). Assim, autores como Tribe (1997) contribuíram para se discutir modelos de ensino e aprendizagem sobre turismo em perspectiva interdisciplinar, propõe uma interpretação inovadora ao situar o turismo como um campo híbrido dividido em dois domínios: Campo do turismo 1- composto por práticas comerciais, mercado e atividades operacionais; Campo do turismo 2- dedicado ao conhecimento acadêmico, crítico, teórico e não comercial. Esse modelo demonstra que o turismo não deve ser compreendido apenas como prática profissional, mas também com objeto de reflexão científica interdisciplinar, o que reforça a necessidade de uma formação universitária complexa e atualizada.

A partir desta visão interdisciplinar, os desafios do ensino e aprendizagem do turismo no século XXI tem se firmado em interface com os avanços tecnológicos. Nesse sentido, as novas tecnologias de informação e comunicação (NTICs) têm sido um imperativo para o ensino e aprendizado (Castells,1999). No contexto da chamada “Sociedade em

[1] EMBRATUR (Empresa Brasileira de Turismo) é compreendida como o órgão federal criado em 1966, no âmbito da Política Nacional de Turismo, com a finalidade de planejar, coordenar e promover o desenvolvimento da atividade turística no Brasil, atuando na formulação de diretrizes, na promoção do turismo nacional e internacional e no incentivo à qualificação do setor como estratégia de desenvolvimento econômico (Hallal & Müller, 2014).

Rede", descrita por Castells (1999) a produção disseminação e consumo de informações ocorrem em tempo real, alterando profundamente os processos educacionais e a forma como o conhecimento é construído. Nesse contexto tecnológico disruptivo, a Inteligência Artificial (IA) faz parte de uma grande revolução ligada às tecnologias emergentes no mundo contemporâneo. Assim, a utilização de recursos que envolvem esta para diversos fins é uma realidade, incluindo a necessidade do debate ético quando utilizada para o apoio a pesquisas acadêmicas e científicas em turismo.

Por exemplo, Santos et al. (2024) fizeram uma pesquisa sobre o tema junto a alunos de pós-graduação em pesquisa em turismo no Brasil, o que evidencia a atualidade do tema. Em termos técnicos, observa-se que a IA representa uma parte de conteúdo relativo às Ciências da Computação, ainda que se torna responsável por atender diversas demandas do setor computacional, com isso, as ferramentas criadas por essa área do conhecimento, estão sendo utilizadas em diversos domínios da sociedade, ainda não se tendo uma dimensão concreta dos impactos que esta pode ter no meio social direto ou indiretamente (Figueiredo et al., 2024).

É visível que a IA vem ganhando notoriedade devido seu interesse crescente de suprir as necessidades da sociedade, com soluções rápidas e sempre visando aprimorar para entregar o melhor desempenho (Duduka et al., 2023). Este tipo de inteligência tem sido utilizada para diversas finalidades na educação, principalmente na integração como desenvolvimento de aprendizado do aluno (Miranda et al. ,2024). Este autor detalha que através de ferramentas e *softwares* foi possível aprimorar os conhecimentos transmitidos em sala de aula e até mesmo sustentar a atenção dos discentes. Neste ponto, o debate ético sobre o uso de IA no processo de ensino e aprendizagem é essencial, inclusive sobre o que se entende por IA Generativa (IAG). A IAG parece ser um aspecto chave do debate atual pois se diferencia da IA da seguinte forma, com o avanço de modelos generativos de linguagem e imagem, surge um novo debate sobre a IAG. Esse tema está presente tanto nos textos enviados quanto na literatura internacional Santaella (2024). Segundo Floridi (2023) e Bommasani et al. (2021), explicam que a IAG se distingue da IA tradicional porque a IA tradicional (preditiva) identifica padrões e prevê cenários e a IAG cria novos conteúdos a partir de grandes conjuntos de dados, textos, imagens, códigos sons etc. A IAG é baseada em modelos de *deep learning,* como redes neurais generativas, capazes de simular raciocínio e produzir respostas elaboradas em linguagem natural. Rodrigues e Rodrigues (2023) alertam que a popularização dessas ferramentas tem impactos profundos no ensino superior, sobretudo em relação a plágio e integridade acadêmica, limites da criatividade, perda de autonomia intelectual, vieses algorítmicos, confiabilidade das informações, erosão do pensamento crítico etc. Miranda et al. (2024) acrescentam que muitos estudantes já

utilizam IAG em atividades acadêmicas, o que reforça a urgência de parâmetros éticos e diretrizes educacionais.

Em termos teóricos conceituais, a Inteligência Artificial Generativa (IAG) caracteriza-se por modelos de aprendizado profundo, tal como redes neurais que são treinadas em grandes conjuntos de dados. Portanto, a partir disso fica nítido que a popularização da IA e seu rápido avanço tem afetado, em âmbito educacional, a produção do conhecimento acadêmico e científico, sendo necessário o debate ético (Rodrigues e Rodrigues, 2023). Para os meios digitais, a IAG tem preocupado educadores, principalmente no ensino superior, notadamente em situações como: (a) plágio, (b) desenvolvimento crítico; (c) criatividade na textualidade contemporânea, entre outros (Miranda et al., 2024). Logo, as tecnologias emergentes derivadas da IA enquanto parte dos desafios de ensino e aprendizado no século XXI requer a atenção de todos os atores e organizações imbricadas direta ou indiretamente com seu uso e desdobramentos na educação superior em turismo, exigindo a busca por parâmetros éticos. A seguir o debate sobre parâmetros éticos identificados na literatura científica.

2.2. Debate sobre os parâmetros éticos

O avanço da Inteligência Artificial (IA) nas instituições de ensino superior em turismo tem provocado uma série de questionamentos sobre seus limites éticos, principalmente no que diz respeito à autoria, à integridade acadêmica e à formação crítica dos estudantes Miranda et al. (2024). Dogruy et al. (2023), destacaram que o uso da IAG pode facilitar experiências de aprendizagem personalizadas, aprimorar a competência tecnológica dos alunos e promover um ambiente de aprendizagem mais diverso e inclusivo. Para a pesquisa acadêmica, as tecnologias habilitadas por IAG podem revolucionar a coleta, análise e a redação de dados de inúmeras maneiras, mas, existem preocupações: (1) éticas e (2) jurídicas relacionadas à uma série de questões tais como: (a) privacidade de dados, (b) à desinformação e (c) aos vieses algorítmicos, entre outros. Dogruy et al. (2023) apontam que o desafio das instituições é equilibrar a incorporação dessas tecnologias sem comprometer os princípios de originalidade e responsabilidade intelectual.

Segundo Rodrigues e Rodrigues (2023) a IAG pode ser inibida das instituições de ensino, devido à falta de regulamentações éticas. Os autores ponderam que o uso de IAG deve levar em consideração a ética quanto a finalidade crítica de seu uso. Esse debate pode ser conduzido de maneira coletiva, principalmente considerando os desafios das Instituições de Ensino Superior (IES) frente ao seu comprometimento com os avanços científicos e transformações sociais.

A literatura recente reforça que o uso ético da IA em ambientes universitários deve estar amparado por políticas institucionais que orientem docentes e discentes sobre seus

empregados responsáveis. Segundo Yang (2025), a importância da digitalização no ensino do turismo é inegável. O setor é inerentemente dinâmico, exigindo uma força de trabalho flexível com habilidades tecnológicas consideráveis, com isso, as ferramentas digitais, permitem que os alunos: (a) adquiram experiência prática, (b) simulem cenários do mundo real, © acessem diversos recursos de aprendizagem, além dos ambientes tradicionais de sala de aula. Esse tipo de metodologia de aprendizagem pode preparar o discente um mercado de trabalho cada vez mais competitivo no qual a alfabetização digital tem se mostrado crucial. Através desse contexto, observa-se que o debate ético ultrapassa a dimensão técnica, envolvendo também aspectos institucionais ligados à inclusão e à justiça digital (Rodrigues e Rodrigues, 2023).

Além disso, Gau et al. (2024), ressalta que a integração de ferramentas como o Chat GPT[2] e o *Text Mining*[3] em atividades didáticas de turismo deve ser acompanhada de estratégias pedagógicas que priorizem o pensamento crítico e a interpretação humana dos dados produzidos por IA. Segundo estes autores, o uso acrítico dessas tecnologias pode induzir a dependência cognitiva e limitar a autonomia intelectual do estudante. Portanto, as práticas educativas precisam estabelecer parâmetros éticos que contemplem tanto a inovação tecnológica quanto a preservação da autoria e da criatividade humana.

Para complementar, Mahmut e Sen (2023), ressaltam que incorporar a inteligência artificial no ensino superior em turismo demonstra como a tecnologia de IA pode revolucionar o cenário educacional, aprimorando a experiência de aprendizagem e preparando os alunos para seu desenvolvimento curricular, pois a IA, pode ser uma ferramenta poderosa, assim como, nas metodologias de ensino e nas aplicações práticas é essencial para a educação em Turismo. Em síntese, nota-se que o ensino superior deve atuar como mediador entre o desenvolvimento tecnológico e a reflexão ética, promovendo diretrizes institucionais que estimulem o uso responsável, sustentável e crítico das ferramentas inteligentes.

Observa-se que o debate ético sobre o uso responsável de IAG na educação superior em Turismo demanda uma abordagem interdisciplinar e participativa. Logo,

---

[2] *ChatGPT* é entendido como um modelo de Inteligência Artificial baseado em linguagem natural, desenvolvido a partir de grandes bases de dados é projetado para processar, compreender e gerar textos de forma coerente e contextualizada, simulando interações comunicativas semelhantes às humanas. Trata-se de uma aplicação de IA generativa capaz de articular ideias, responder a questionamentos complexos e produzir textos em diferentes estilos discursivos, a partir de padrões estatísticos aprendidos durante seu treinamento, sem possuir autonomia cognitiva ou senso crítico próprio (Ferreira; Garcia; Brasil, 2023).

[3] *Text Mining* é compreendido como o processo computacional de descoberta de informações novas e previamente desconhecidas, obtidas a partir da extração automática de dados contidos em grandes volumes de textos em linguagem natural, provenientes de diferentes fontes escritas. Seu elemento central reside na integração e no relacionamento das informações extraídas, de modo a gerar novos fatos, padrões ou hipóteses que possam ser posteriormente investigados por métodos analíticos tradicionais (Hearst, 2003).

fomentar o processo dialógico implica envolver e sensibilizar educadores, pesquisadores e estudantes na construção de políticas digitais de uso responsável da IA/IAG é essencial para o avanço, inclusive epistemológico do turismo no século XXI. Um primeiro passo pode ser conhecer mais sobre as ferramentas de IA e sua relação com a educação em turismo, tema da próxima subseção.

2.3. Ferramentas de IA na educação em turismo

As ferramentas de Inteligência Artificial vêm sendo progressivamente incorporadas ao ensino superior em turismo, transformando as dinâmicas de ensino, pesquisa e gestão acadêmica. No contexto educacional, Dogruy et al. (2023) identifica o potencial da IA generativa, como: ChatGPT, Bard e Dall-e, para personalizar e aprender, ampliar a criatividade e favorecer a aprendizagem baseada em problemas, estimulando a autonomia discente e a integração entre teoria e prática.

Nesse mesmo sentido, Gau et al. (2024) propõem um modelo inovador de ensino baseado em mineração de texto e IA, aplicando o ChatGPT como ferramenta analítica e instrucional no reconhecimento de tendências em turismo e hospitalidade. O estudo demonstra que a utilização de IA no design de atividades pedagógicas potencializa o pensamento sistêmico, a análise crítica e a capacidade de prever tendências de setor, elementos essenciais na formação de profissionais capazes de compreender e atuar em contextos complexos e em constante transformação. O Quadro 1 apresenta um conjunto de ferramentas que foram observadas na literatura científica sobre a temática.

Quadro 1- Ferramentas de IA e possibilidades de ensino e aprendizagem sobre Turismo.

IA	Descrição	Possibilidades para ensino e aprendizagem sobre turismo
ChatGPT	Modelo generativo de linguagem capaz de criar textos, sintetizar dados, responder perguntas e atuar como tutor (a)	Apoio à aprendizagem baseada em problemas; análise de tendências; suporte à escrita acadêmica; simulação de atendimento e roteiros.
Bard	Modelo multimodal de IA com acesso a dados em tempo real, integração com produtos Google e capacidade de pesquisa (b)	Coleta e análise de dados turísticos; planejamento de viagens; sistematização de conteúdos teóricos; suporte à pesquisa aplicada.
Dall-e	Ferramenta generativa de imagens a	Criação de materiais visuais para

	partir de linguagem natural (c)	marketing, identidade de destinos, projetos criativos e simulação de cenários turísticos.

Fonte: Elaborado a partir da consulta às fontes: (a) Dogruy et al. (2023); Gau et al. (2024), (b) Dogruy et al. (2023) (c) Dogruy et al. (2023)

Contudo, embora existam essas possibilidades a partir de cada uma das ferramentas é preciso discutir o uso ético e responsável destas e de outras IAs generativas. De acordo com Yang (2025), a educação em turismo adentra uma nova era de transformação digital, em tecnologias com IAG, realidade virtual (RV), realidade aumentada (RA) e computação em nuvem remodelam o ensino tradicional. As ferramentas de IA com chatbots, tutores inteligentes e sistemas automatizados de avaliação permitem o desenvolvimento de competências práticas, como o atendimento ao cliente e a análise de dados turísticos. O autor ressalta que tais tecnologias tornam o aprendizado mais imersivo, interativo e conectado com a realidade profissional, ainda que apresentem desafios éticos e estruturais, como o alto custo de implementação e a necessidade de capacitação docente.

Desse modo, a adoção de ferramentas de IA no ensino superior em turismo representa não apenas uma inovação tecnológica, mas uma reconfiguração epistemológica e metodológica do processo formativo. Por exemplo, a integração entre IA generativas e metodologias ativas, como a aprendizagem baseada em projetos (ABP) e o pensamento sistêmico, pode favorecer a construção de saberes aplicados, a aprendizagem personalizada e a formação crítica dos estudantes. Ao mesmo tempo, como mencionado, impõe a necessidade de reflexão ética sobre o uso responsável dessas tecnologias, considerando aspectos como autoria, plágio e confiabilidade das informações geradas. A seguir é detalhada a metodologia adotada no presente estudo.

3. METODOLOGIA

A presente pesquisa é exploratória, descritiva e de natureza quantitativa, adotando como procedimento técnico o método survey. De acordo com Gil (2019), a pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema investigado, com vistas a torná-lo mais explícito ou a construir hipóteses. Esta é realizada quando há pouco conhecimento sobre o tema investigado, buscando aprofundar o entendimento inicial sobre um fenômeno. Já a descritiva busca observar, registrar, analisar e correlacionar fatos ou fenômenos sem manipulá-los, sendo apropriada para a identificação de padrões e tendências e percepções dos sujeitos pesquisados.

No que se refere ao método survey, este consiste em uma estratégia de pesquisa voltada à produção de descrições quantitativas sobre características, ações ou opiniões de uma população, a partir da coleta sistemática de dados junto a uma amostra representativa, por meio de instrumentos padronizados e estruturados, como questionários (Pinsonneault & Kraemer, 1993). Segundo os autores, o survey é particularmente apropriado quando o objetivo do estudo envolve compreender, o que está acontecendo, quanto, como e em certa medida, porque determinados fenômenos ocorrem em contextos reais, sem a manipulação das variáveis investigadas. Nesse sentido, a adoção desse método mostra-se adequada aos objetivos da presente pesquisa, uma vez que possibilita captar, de forma sistemática e comparável, a opinião pública de estudantes de graduação em Turismo no Brasil acerca do uso da Inteligência Artificial (IA) na produção do conhecimento acadêmico-científico, permitindo a análise de padrões, tendências e percepções no contexto educacional contemporâneo.

Neste estudo, a abordagem quantitativa adotada permite a obtenção de resultados expressos em números, oriundos de processos de contagem e mensuração, possibilitando análises estatísticas objetivas (Guimarães, 2008). A utilização da IA no contexto educacional será examinada por meio da análise da opinião pública dos sujeitos participantes através de um questionário estruturado, composto por questões fechadas, com alternativas previamente definidas, incluindo escalas de mensuração, conforme apresentado no apêndice A. As etapas adotadas na pesquisa foram planejadas conforme Quadro 2:

Quadro 2- Etapas metodológicas e suportes.

Etapas	Objetivos	Suportes
Revisão narrativa	Composição de seções sobre fundamentação teórica conceitual.	Utilização do Google Acadêmico (2025).
Pesquisa documental	Instrumentalização teórica-conceitual.	Pesquisa em websites oficiais tais como: Google Scholar e Portal de Periódicos da Capes.
Pesquisa de Opinião	Construir e aplicar o formulário online.	Para coleta dos dados utilizou-se a plataforma do Google Formulários. Para o tratamento dos dados utilizou-se o software

		estatístico, versão estudante, SPSS.

Fonte: Elaboração própria (2025)

Com base em Rother (2007) a revisão narrativa se insere no debate sobre questões amplas, e embora possa ter vieses como limitadores, auxiliam na construção de variáveis. Nesse sentido, a pesquisa documental é essencial para amparar a revisão narrativa com o objetivo de compor as questões do formulário (v. Apêndice A). Ressalta-se que conforme informação disposta sobre o Comitê de Ética da UFJF referentes a Resolução n. 510 de 2026 tem-se em seu primeiro artigo, o : "(...) Parágrafo único. Não serão registradas nem avaliadas pelo sistema CEP/CONEP: I – pesquisa de opinião pública com participantes não identificados" (RESOLUÇÃO CEP/ CONEP, 2016, p. 01, disponível em CEP - UFJF 2024).

A coleta de dados foi realizada de forma on-line, por meio da plataforma Google Formulários, sendo o questionário divulgado em redes sociais, grupos acadêmicos e canais institucionais relacionados aos cursos de Turismo no Brasil. A técnica de amostragem adotada foi não probabilística por conveniência, na qual os participantes são selecionados em função de sua acessibilidade e disponibilidade, não havendo seleção aleatória nem igualdade de chances entre todos os elementos da população (Malhotra, 2001).

Adicionalmente, utilizou-se a técnica de amostragem em bola de neve, na qual os primeiros respondentes indicam ou compartilham o instrumento com outros indivíduos que atendam aos critérios da pesquisa, ampliando o alcance da amostragem (Biernacki e Waldorf, 1981), Essa técnica mostrou-se pertinente considerando a dispersão geográfica do público- alvo e a inexistência de uma base de dados unificada de estudantes de graduação em Turismo no país.

Os dados coletados foram organizados e analisados por meio do *software* estatístico SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*)[4], versão estudante. Realizaram-se análises estatísticas univariadas, como frequências absoluta e relativa, utilizando a função *Explore*, conforme proposto por (Malhotra, 2001).

[4] SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*) é compreendido como um *software* estatístico de ampla utilização nas áreas das ciências sociais, comportamentais e educacionais, caracterizado por sua interface amigável e orientada a janelas, que permite ao usuário realizar procedimentos estatísticos por meio de comandos *point-and-click* ou por linguagem de sintaxe. O programa oferece recursos para a execução de análises estatísticas básicas e avançadas, automatizando operações rotineiras e favorecendo a compreensão conceitual dos dados ao liberar o pesquisador das tarefas exclusivamente computacionais (Mills, 2003)

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Para responder a problemática sobre: Qual a opinião pública discente do uso da Inteligência Artificial na produção de conhecimento acadêmico científico na Graduação em Turismo?, tem-se que o objetivo desta seção de resultados e discussões foi: (a) apresentar o perfil dos respondentes do questionário de opinião (subseção 4.1.); (b) detalhar o conhecimento e uso atual da IA (subseção 4.2); (c) analisar as percepções e atitudes sobre IA (subseção 4.3) no ensino superior em turismo no Brasil.

Cumpre ressaltar que a aplicação do formulário relativo à pesquisa de opinião (v. Apêndice A) foi realizado através da plataforma Google Forms, que foi divulgado das seguintes formas: (1) a partir de e-mail relativo aos Coordenadores de Curso de Graduação em Turismo no Brasil; (2) em rede social, junto a grupo de estudantes de graduação em turismo no Brasil; e (3) em grupos de whatsapp do autor, sendo que foi solicitado que estes contatos enviassem para demais.

4.1. Perfil dos respondentes

O formulário obteve um total de 63 respostas válidas, sendo 82,05% dos respondentes o público feminino. É possível perceber que a amostra foi majoritariamente composta por um público mais jovem uma vez que 69,08% dos respondentes se encontram na faixa etária de 18 a 32 anos, evidenciando a forte presença de jovens universitários na pesquisa.

Quanto ao contexto acadêmico, todos dos respondentes encontra-se regularmente matriculada em cursos de graduação em Turismo, predominantemente em instituições públicas, com destaque para estudantes que se encontram acima do 6º período do curso, como 55,0% dos respondentes, o que indica um público em formação e em contato direto com discussões contemporâneas sobre tecnologia e inovação no ensino superior, como apontam Guimarães (2008) e Malhotra (2019), ao discutirem a incorporação de recursos digitais em contextos de pesquisa e ensino superior.

No que diz respeito ao uso da internet e das tecnologias digitais, os resultados apontam para um elevado nível de familiaridade com ferramentas digitais e recursos online, reforçando a pertinência da amostra para investigações que envolvem o uso da Inteligência Artificial no contexto acadêmico. A ampla aceitação e utilização dessas ferramentas pelos respondentes, como podemos observar no quadro 3, reforça a relevância do tema abordado e sustenta as análises desenvolvidas nas seções seguintes (Kotler; Keller, 2012).

Quadro 3- Perfil sociodemográfico dos respondentes.

Variável	Categoria	Percentual (%)
Gênero	Feminino	82,5
	Masculino	17,5
Faixa etária	18 a 32 anos	69,8
	Outras faixas	30,2
Instituição	Pública	100,0
	Privada	0,0
Período do curso	Até o 6º período	45,0
	Acima do 6º período	55,0

Fonte: Elaboração própria (2025)

4.2. Conhecimento e uso atual de IA

Os resultados indicam um elevado nível de conhecimento e familiaridade dos respondentes em relação às ferramentas de Inteligência Artificial (IA). Quando questionados sobre o uso prévio de alguma ferramenta de IA, 93,7% dos participantes afirmaram já ter utilizado esse tipo de recurso, evidenciando a ampla difusão dessas tecnologias no cotidiano acadêmico dos estudantes pesquisados, que destacam a crescente incorporação de recursos digitais nas práticas educacionais e de consumo de informação.

Além disso, 96,8% dos respondentes declararam considerar o uso de ferramentas de Inteligência Artificial em suas atividades acadêmicas, o que demonstra não apenas conhecimento, mas também uma predisposição positiva à adoção dessas tecnologias no processo de aprendizagem e produção do conhecimento. Esse dado reforça a percepção de que a IA vem sendo progressivamente incorporada como instrumento de apoio às práticas educacionais no ensino superior (Guimarães, 2008; Malhotra, 2019).

No que se refere à avaliação do impacto do uso da Inteligência Artificial, os resultados revelam uma percepção majoritariamente favorável. Do total de respondentes, 39,7% afirmaram que a utilização da IA contribui de forma negativa, enquanto 58,7% reconhecem impactos de caráter ambíguo, apontando simultaneamente aspectos positivos e negativos, sendo que 12,7% os classificam como “não positivos” e 46,0% como “sim negativos”. Apenas uma parcela reduzida declarou não perceber contribuições ou associar o uso da IA a impactos predominantemente negativos.

Esses resultados sugerem que, embora a Inteligência Artificial seja amplamente utilizada e reconhecida como uma ferramenta relevante no contexto acadêmico, ainda existem dúvidas, limitações e preocupações quanto à forma adequada de sua aplicação, especialmente no que se refere a aspectos éticos, pedagógicos e à qualidade da produção acadêmica. Tal cenário evidencia a necessidade de debates institucionais e de estratégias pedagógicas que orientem o uso crítico, consciente e responsável dessas tecnologias no ensino superior Miranda et al. (2024), como observamos no quadro 4.

Quadro 4- Conhecimento e uso de Inteligência Artificial.

Variável	Categoria	Percentual (%)
Já utilizou ferramentas de IA?	Sim	93,7
	Não	6,3
Considera utilizar IA em atividades acadêmicas?	Sim	96,8
	Não	3,2
Avaliação do impacto da IA	Não	39,7
	Sim, negativamente	46,0
	Não, positivamente	12,7

Fonte: Elaboração própria (2025)

4.3. Percepções e Atitudes sobre IA

A análise das percepções e atitudes dos respondentes em relação ao uso da Inteligência Artificial (IA) no contexto acadêmico evidencia uma postura predominantemente favorável, porém cautelosa. De modo geral, os estudantes reconhecem o potencial dessas ferramentas como instrumentos de apoio ao processo de aprendizagem, especialmente no que se refere à organização de ideias, esclarecimento de conteúdos e otimização do tempo dedicado às atividades acadêmicas Kotler e Keller (2012).

Observa-se que a IA é percebida majoritariamente como um recurso complementar, e não como um substituto do esforço intelectual ou da produção autoral discente. Essa percepção revela uma compreensão relativamente madura sobre os limites e possibilidades da tecnologia, indicando que os respondentes tendem a associar o uso da IA a práticas de apoio pedagógico, desde que empregadas de forma ética e responsável Guimarães (2008).

Entretanto, os resultados também apontam para a presença de inseguranças e ambivalências quanto ao uso dessas ferramentas no ambiente universitário. Parte dos participantes manifestou preocupação com possíveis impactos negativos, como a dependência excessiva da tecnologia, a superficialização do aprendizado e os riscos relacionados ao plágio e à autoria acadêmica. Tais receios reforçam a percepção de que, embora amplamente aceita, a Inteligência Artificial ainda demanda diretrizes claras e orientações institucionais para seu uso adequado Kotler e Keller (2012).

Nesse sentido, as atitudes observadas indicam a necessidade de incorporar o debate sobre Inteligência Artificial de forma mais sistemática nos currículos acadêmicos, promovendo não apenas a capacitação técnica, mas também a reflexão crítica sobre seus usos, limites éticos e implicações na produção do conhecimento científico. Assim, como podemos observar no quadro 5 , os resultados sugerem que a consolidação da IA no ensino superior deve ocorrer de maneira mediada por práticas pedagógicas conscientes, capazes de potencializar seus benefícios sem comprometer a autonomia intelectual dos estudantes Malhotra (2019).

Quadro 5- Percepções e atitudes sobre o uso da IA.

Afirmação	Sim (%)	Não (%)
A IA contribui para minha aprendizagem	17,5	1,6
A IA pode comprometer a originalidade dos trabalhos acadêmicos	73,0	27,0
As informações fornecidas por ferramentas de IA são confiáveis	31,7	68,3
Considero importante discutir o uso ético da IA na graduação em Turismo	96,8	3,2

Fonte: Elaboração própria (2025)

Dessa forma, os resultados demonstram que, embora os discentes reconheçam amplamente o potencial da Inteligência Artificial como ferramenta de apoio ao aprendizado, persiste uma tensão entre os benefícios percebidos e as preocupações éticas associadas ao

seu uso. A elevada concordância quanto à importância de debater o uso ético da IA na graduação em Turismo evidencia que os estudantes não apenas utilizam essas tecnologias, mas também refletem criticamente sobre seus impactos na autoria, na confiabilidade das informações e na qualidade da formação acadêmica, o que converge com os apontamentos de Rodrigues e Rodrigues (2023) e Miranda et al. (2024), ao destacarem que a adoção de IAG no ensino superior exige a construção de diretrizes institucionais voltadas à integridade acadêmica e ao desenvolvimento do pensamento crítico. Assim, reforça-se a necessidade de que as Instituições de Ensino Superior formulem políticas pedagógicas capazes de integrar a Inteligência Artificial de modo ético, responsável e alinhado aos princípios da formação universitária.

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O presente estudo teve como objetivo analisar as opiniões públicas de estudantes de graduação em Turismo no Brasil acerca do uso da Inteligência Artificial (IA) na produção do conhecimento acadêmico-científico, buscando compreender sua relação com o processo formativo, identificar benefícios e limitações, bem como mapear ferramentas percebidas com potencial pedagógico. Para tanto, adotou-se uma abordagem quantitativa, exploratória e descritiva, por meio da aplicação de um *survey* online junto a discentes regularmente matriculados em cursos de graduação em Turismo (n=63).

Os resultados evidenciam que a Inteligência Artificial já se encontra amplamente incorporada ao cotidiano acadêmico dos estudantes, visto que a maioria (n=63) dos respondentes declarou já ter utilizado ferramentas de IA e demonstrou predisposição para sua adoção em atividades acadêmicas. Tal achado confirma a atualidade do debate e reforça a necessidade de compreender a IA não como uma tecnologia emergente distante, mas como um recurso já naturalizado nas práticas de ensino e aprendizagem no ensino superior em Turismo. Esse cenário apresenta convergência com o estudo desenvolvido por Santos et al. (2024) junto a discentes de pós-graduação em pesquisa em Turismo no Brasil, no qual os autores identificaram elevada frequência de uso de ferramentas de Inteligência Artificial em atividades acadêmico-científicas, especialmente para organização de ideias, redação de textos e apoio à análise de dados. Assim, tanto na graduação quanto na pós-graduação, a IA se consolida como tecnologia integrada às rotinas formativas, indicando que a incorporação dessas ferramentas ocorre de maneira transversal aos diferentes níveis de formação, ainda que acompanhada de preocupações éticas e pedagógicas, conforme também apontado por Santos et al. (2024).

Observou-se, ainda, que embora haja uma opinião predominantemente favorável quanto às contribuições da IA para a aprendizagem especialmente como ferramenta de

apoio à organização de ideias, otimização do tempo e esclarecimento de conteúdos, persiste uma postura cautelosa por parte dos discentes. Essa ambivalência se manifesta nas preocupações relacionadas à originalidade dos trabalhos, à confiabilidade das informações geradas e aos riscos de dependência tecnológica e plágio, o que evidencia que o uso dessas ferramentas não é isento de tensões éticas e pedagógicas.

Nesse sentido, o estudo confirma a relevância de se incorporar o debate sobre Inteligência Artificial de forma sistemática nos currículos dos cursos de Turismo, não apenas sob a ótica instrumental, mas também crítica e ética. A ausência de diretrizes claras e políticas institucionais específicas para o uso da IA no ambiente universitário emerge como uma lacuna que pode comprometer tanto a integridade acadêmica quanto a formação intelectual dos estudantes.

Como contribuição, esta pesquisa amplia o entendimento sobre como os discentes de Turismo percebem a Inteligência Artificial, oferecendo subsídios empíricos para a formulação de estratégias pedagógicas e políticas institucionais voltadas ao uso responsável dessas tecnologias. Ademais, ao articular os dados empíricos com a literatura recente, taís como Kotler e Keller (2012), o estudo reforça a necessidade de que a educação superior em Turismo atue como mediadora entre inovação tecnológica e reflexão ética, promovendo uma formação crítica, autônoma e alinhada às demandas contemporâneas do setor.

Por fim, reconhecem-se como limitações da pesquisa a adoção de amostragem não probabilística e o número restrito de respondentes, o que impede generalizações estatísticas para a totalidade dos estudantes de Turismo no Brasil. Recomenda-se, portanto, que investigações futuras ampliem o escopo amostral, incluam abordagens qualitativas e explorem comparações entre diferentes regiões e tipos de instituições, de modo a aprofundar a compreensão sobre os impactos da Inteligência Artificial na formação acadêmica e profissional em Turismo.

REFERÊNCIAS

BASSI, R. E. (2024). *Percepção dos Alunos de Ensino a Distância sobre o Ensino de IA na Graduação*. **Global innovation & technology**@_GIT | v.2 n.3 | ISSN 2965-3339 | São Paulo | Junho. DOI: 10.29327/processando

BETIN, F. N. M.; MAINARDES, J. (2023). *Ética na docência: revisão de literatura*. **Revista Exitus, Santarém/PA**, Vol. 13, p. 01- 30, e 023030. DOI: https: 10.13140/RG.2.2.10483.20008

BIERNACKI, P. & WALDORF, D. (1981). *Snowball sampling: problems and techniques of chain referral sampling*. **Sociological Methods & Research**, 10(2), 141-163. Retrieved from. DOI: 10.1177/004912418101000205

BRUSADIN, L. B. (2015). *A teoria do turismo e os conceitos fundamentais*. Article in Cenário **Revista Interdisciplinar em Turismo e Território** · Agosto. DOI:10.26512/revistacenário.v3i4.16536

CARGNELUTTI, R.; BERNARDINO, M.; GARCIA, R.; SILVA, W. (2023). *Um Estudo Exploratório sobre o uso do ChatGPT na Melhoria e Revisão da Escrita de Artigos Científicos*. **Congresso brasileiro de informática na educação**. IFMS, Câmpus Nova Andradina, MS, Brasil.

CELESTINO, M. S.; VALENTE, V.C., V. C. P. N. (2024). *O uso da ferramenta ChatGPT no suporte à educação e à produção acadêmica*. © **ETD – Educação Temática Digital** | Campinas, SP | v.26 | e024047| p. 1-20|. DOI:10.20396/eta.v26i00.8673464

CHENG, L. (2024). *Research on Development and Protection of Cultural Heritage Tourism Resources in the Age of Artificial Intelligence*. **Applied Mathematics and Nonlinear Sciences**. Applied Mathematics and Nonlinear Sciences, 9(1) 1-15. DOI: 10.2478/amns.2023.2.01554

DOGRU, T.; LINE, N.; HANKS, L.; ACIKGOZ, F.; ABBOTT, J.; BAKIR, S.; BERBEKOVA, A.; BILGIHAN, A.; ISKENDER, A.; KIZILDAG, M.; LEE, M.; LEE, W.; MCGINLEY, S.; MODY, M,; ONDER, I.; OZDEMIR, O.; SUESS, C. (2024). *The implications of generative artificial intelligence in academic research and higher education in tourism and hospitality*. **Tourism Economics.** Vol. 30(5) 1083–1094 The Author(s) 2023 Article reuse guidelines: sagepub.com/journals-permissions. DOI: 10.1177/13548166231204065

DUDUKA, J.; REIS, A.; PEREIRA, R.; PIRES, E.; SOUSA, J.; PINTO, T. (2022). *The impact of Artificial Intelligence on Chatbot Design*. **In: Proceedings...Technology and Innovation in Learning, Teaching and Education**: Third International Conference, TECH-EDU 2022, Lisbon, Portugal, August 31–September 2, Revised Selected Papers. Cham: Springer Nature Switzerland, 2023. p. 481-486

FARIAS, S. A. (2023). *Pânico na acima! Inteligência artificial na construção de textos científicos com o uso do ChatGPT*. **RIMAR – Revista Interdisciplinar de Marketing**. Maringá, v.13, n.1, p. 79-83, Jan./Jun. Doi: 10.4025/rimar.v13i1.66865.

FERIGATO, E. (2025). *Educação superior na era da Inteligência Artificial: Perspectivas, práticas emergentes e impactos da análise da literatura acadêmica*. **Revista Scientia**, Salvador, v. 10, n. 4, p. 263-281, ago. DOI: 10.5281/zenodo.16844983

FIGUEIREDO, J. P.; TEODORO, A. P. E. G.; ANDRADE, R. D.; TEVARES, G. H.; SCHWARTZ, G. M. (2024). *Chat GPT e os estudos do lazer: Uma análise sob a perspectiva da Inteligência Artificial e suas implicações*. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 11, n.1, p. 1-23, jan./abr.

GAU, L. S.; CHU, H. T.; PHAM, D.T.; HUANG, C. H. (2024). *Innovative Teaching of AI-Based Text Mining and ChatGPT Applications for Trend Recognition in Tourism and Hospitality*. **Tour. Hosp.** 5, 1274–1291. DOI: 10.3390/tourhosp5040071

GIL, A. C. (2022). *Como elaborar projetos de pesquisa*. 7 ed. Barueri, SP, **Atlas**. ISBN978-65-597-7164-6

GUIMARÃES, P. R. B. (2008). *Métodos quantitativos estatísticos*. Curitiba: **IESDE Brasil S.A**.

HALLAL, D. R.; MULLER, D.; GARCIA, T. E. M.; RAMOS, M. G. G. (2010). *O contexto de criação dos cursos de bacharelado em turismo no Brasil*. **X coloquio internacional sobre gestión universitaria en américa del sul**. “Balance y prospectiva de la educación superior en el marco de los bicentenarios de américa del sul” Mar del plata 8, 9 y 10 de diciembre de 2010.

KOTLER, PHILIP; KELLER, KEVIN. (2012). *Administração de marketing*. São Paulo: PEARSON.

LI, D.; DU, P.; HE, H. (2022). *Artificial Intelligence-Based Sustainable Development of Smart Heritage Tourism*. **Wireless Communications and Mobile Computing**. Volume 2022, Article ID 5441170, 13 pages DOI: 10.1155/2022/5441170

LOHMANN, G.; PANOSSO, A. (2005). *Teoria do Turismo: Conceitos, Modelos e Sistemas*. *Epistemologia do Turismo*. Pag 21 e 22, **Editora Aleph**. Acesso em: 22/11/2025.

MALHOTRA, N. K. (2001). *Pesquisa de marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: **Bookman**.

MARTINS, H. R.; VIANA, H. B.; BARBOSA, R.; TAVAREZ, C. Z. (2024). *O uso da inteligência artificial na educação: Análise e percepção de professores*. **Revista Intersaberes.** Vol. 19 e 24 do 3002. ISSN: 1809-7286.

MAHMUT, D.; SEN, I. D. (2023). *Incorporating artificial intelligence into tourism education at universities: opportunities and challenges*. **PEDAGOGY AND EDUCATION**. Proceedings of the 12th International Scientific and Practical Conference «Challenges in Science of Nowadays. Washington, USA. International License (https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

MADURGA, G.; ÁNGEL, M.; MÉNDEZ, G. J. A. (2023). *Artificial Intelligence in the Tourism Industry: An Overview of Reviews*. **Administrative Sciences** 13: 172. DOI: 10.3390/admsci13080172

MILLS, J. D. (2003). *SPSS Textbooks: A Review For Teachers*. **Statistics Education Research Journal** 2(2), 59-70, International Association for Statistical Education (IASE/ISI). http://fehps.une.edu.au/serj

MIRANDA, N. M.; OLIVEIRA, A. N.; ESPÍNDOLA, E. V. M. S.; FERREIRA, K. C. S.; & BEZERRA, V. M. S. (2024). *Inteligência Artificial e educação: Desafios e possibilidades*. **Revista Ilustração**, Cruz Alta, v. 5 , n. 3, p. 183-190.

NASCIMENTO, E. R.; CASTADELLI, G. A.; VIEIRA, C. H. L. (2025). *IA no stricto sensu: Uma reflexão acerca da aprendizagem em um mestrado online*. **Rev. FAEEBA** – Ed. e Contemp., Salvador, v. 34, n. 78, p. 57-68. DOI: 10.21879/faeeba2358-0194.2025.v34.n78.p57-68.

OLIVEIRA, J. L. S.; SANTOS, L. O. S.; PANOSSO, A. (2022). *Teoria do turismo: Interfaces, Educação e Práticas*. **Coleção Desenvolvimento do Turismo - Volume 2.** PPGTUR - Programa de Pós-Graduação em Turismo Escola de Artes, Ciências e Humanidades Universidade de São Paulo. SÃO PAULO, Edições EACH. DOI: 10.11606/9786588503270.

PANOSSO, A; CASTILLO, M. (2014). *Epistemologia do turismo: escolas teóricas e proposta crítica*. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**. São Paulo, 8(1), pp.120-144. DOI: 10.7784/rbtur.v8i1.719

PANOSSO, A.; NOQUERO, F. T.; JAGER, M. (2011). *Por uma visão crítica nos Estudos Turísticos*. **Turismo em análise**. Vol. 22, n. 3. Acesso em: 22/11/2025 ISSN 1984-4867

PINSONNEAULT, A., & KRAEMER, K. (1993). *Metodologia de pesquisa por levantamento em sistemas de informação gerencial: uma avaliação*. **Journal of Management Information Systems** , 10 (2), 75–105. DOI: 10.1080/07421222.1993.11518001

QUINDE, G. A. L.; MUÑOZ, M. Y. T.; SUÁREZ, J. M. R.; VILLARREAL, R. E. P.; VÉLEZ, W. A. Z.; LAÍNEZ, A. A. D. P. (2024). *Perception of university students on the use of artificial intelligence (AI) tools for the development of autonomous learning*. **Revista de gestão social e ambiental**. Miami |v.18.n.2 |p.1-20 |e06170. DOI: 10.24857/rgsa.v18n2-136

RAMOS, M. G. G.; GARCIA, T. E. M.; HALLAL, D. R.; MULLER, D.(2011). *Ensino superior em Turismo no Brasil: Da expansão à diversificação*. Book of Proceedings vol. 1- **International Conference on Tourism 7 Management studies**- Algarve.

RODRIGUES, O.S.; RODRIGUES, K. S. (2023). *Artificial Intelligence in education: The challenges of Chatbot*. **Texto Livre- Linguagem e Tecnologia**. DOI:10.1590/1983-3652.2023.45997

ROTHER, E.T. (2007). *Revisão sistemática X revisão narrativa*. **Acta paul enferm**, 20, 2.

BRASIL, *Ministério da Educação. Sistema e-MEC*. **Consulta de cursos superiores**. Disponível em: https://emec.mec.gov.br/. Acesso em: jul. 2025.

SANTAELLA, L. (2025). *A ética como guia para o uso da Inteligência Artificial Generativa*. **DOSSIÊ/ INTELIGÊNCIA ARTIFICIAL, ÉTICA E EDUCAÇÃO.** Educ. Soc., Campinas, v. 46, e 296469. DOI: 10.1590/ES.296469.

SANTOS, V. S. D.; SOUZA, S. J. A. D.; SANTOS, L. M. L.; MENDES FILHO, L. A. M.; PORTE, M. D. S.; TAVEIRA, M. D. S.; & ALEXANDRE, M. L. D. O. (2024). *Inteligência*

artificial nos estudos e pesquisas em Turismo no Brasil. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, 18, e-2896. DOI: 10.7784/rbtur.v18.2896

TRIBE, J. (1997). *The (in) discipline of tourism.* **Annals of Tourism Research**, v. 24, n. 3, p. 638-657. DOI: 10.1016/S0160-7383(97)00020-0

UFJF (2024). *Normas e Legislações*. **Resolução n. 510 de 7 de abril de 2016.** Disponível em<https://www2.ufjf.br/comitedeetica/wp-content/uploads/sites/80/2024/04/Resoluo_n_510_-_2016_-_Ciencias_Humanas_e_Sociais.pdf> Acesso em: 23/07/2025.

VÁZQUEZ-PARRA, J. C.; HENAO-RODRÍGUEZ, C.; LIS-GUTIÉRREZ, J. P.; PALOMINO-GÁMEZ, S. (2024). *Importance of University Students' Perception of Adoption and Training in Artificial Intelligence Tools*. **Societies**, 14, 141. DOI: 10.3390/soc14080141

YANG, X. (2025). *Digital transformation of tourism education: Technologies, opportunities, challenges, and future research agenda*. **Journal of Tourism Theory and Research**, 11(1), 38-46. DOI: 10.24288/jttr.1516114

APÊNDICE A - Formulário da Pesquisa de Opinião Pública sobre uso de Inteligência Artificial (IA) na Graduação em Turismo

Gostaria de convidar todos que estejam no ano de 2025 cursando Turismo em nível e graduação no Brasil e sejam maiores de 18 anos para preencher este formulário. O formulário faz parte do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) do discente Lucas Ferreira de Assis do Curso de Bacharelado em Turismo da Universidade Federal de Juiz de Fora (UFJF), cujo o objetivo da pesquisa é: Analisar perspectivas opinativas sobre o uso da Inteligência Artificial (IA) na produção de conhecimento acadêmico científico sobre turismo por parte dos discentes de graduação. O presente TCC é orientado pela professora Dra. Carla Fraga e coorientado pelo professor Dr. Marcelo Knop, ambos do Departamento de Turismo da UFJF. O preenchimento do formulário tem duração média de **dez minutos** e os participantes **não serão identificados.** Os dados serão utilizados apenas para fins deste TCC e possíveis publicações derivadas deste.

Bloco 1- Conhecimento e uso atual de IA pelos estudantes

1. **Em sua opinião, existe alguma ferramenta de Inteligência Artificial (IA) que poderia ser utilizada para fins acadêmicos e/ou científicos no Curso de Graduação em Turismo?**

a.( ) Sim

b.( ) Não

2. **Em caso afirmativo. Em sua opinião, quais ferramentas de Inteligência Artificial (IA) poderiam ser utilizadas para fins acadêmicos e/ou científicos no Curso de Graduação em Turismo (Marque todas que se aplicam)**

a.( ) ChatGPT

b.( ) Gemini

c.( ) Bing Chat Enterprise

d.( ) Claude AI

e.( ) DeepSeek

f.( ) Outra

g.( ) Não se aplica

3. **Em sua opinião: Em qual etapa da pesquisa acadêmica científica você acredita que a Inteligência Artificial (IA) poderia auxiliar estudantes de Graduação em Turismo? (Caso queira, marque mais de uma opção)**

a.( ) Concepção do projeto de pesquisa

b.( ) Levantamento bibliográfico

c.( ) Ajustes gramaticais

d.(Ajustes de formatação do texto conforme normas tais como ABNT, APA etc.

e.(Suporte com coleta, tratamento e/ou análise de dados.

f.( ) Outro

g.( ) Não se aplica

4. **Em uma escala de 1 a 5, quanto a IA contribui para o seu aprendizado acadêmico? (1= nada; 5= extremamente útil)**

a.( ) 1 nada

b.( ) 2 pouco

c.( ) 3 moderadamente

d. ( ) 4 muito

Bloco 2- Percepções e atitudes sobre IA no ensino superior

5. **Em sua opinião, você considera que o uso da Inteligência Artificial (IA) pode comprometer a originalidade dos trabalhos acadêmicos e/ou científicos em Turismo?**

a.( ) Sim

b.( ) Não

6. **Em sua opinião, a utilização de Inteligência Artificial (IA) tem impactado o pensamento crítico do estudante de turismo?**

a.( ) Sim, positivamente
b.( ) Sim, negativamente
c.( ) Não

7. **Em sua opinião, as informações fornecidas por ferramentas de Inteligência Artificial (IA) são confiáveis?**

a.( ) Sim
b.( ) Não

8. **Em sua opinião, considera importante que os alunos de Graduação em Turismo façam parte de debates sobre o uso ético da Inteligência Artificial (IA) na educação superior em Turismo?**

a.( ) Sim
b.( ) Não

9. **Em sua opinião, quais são as principais vantagens no uso da Inteligência Artificial (IA) na Graduação em Turismo? (Marque até 3)**

a.( ) Agilidade na obtenção de informações
b.( ) Auxílio na redação de textos
c.( ) Organização de ideias
d.( ) Sugestões de referências
e.( ) Correção ortográfica
f.( ) Não vejo vantagens
g. ( ) Outra

10. **Em sua opinião, quais são as principais desvantagens do uso de Inteligência Artificial (IA) na Graduação em Turismo? (Marque até 3)**

a.( ) Falta de confiabilidade das informações
b.( ) Dependência excessiva da tecnologia
c.( ) Diminuição do esforço intelectual
d.( ) Limitação na personalização das respostas
e.( ) Questões éticas e de plágio
f.( ) Não vejo desvantagens
g. ( ) Outra

11. **Em sua opinião, você considera que a Inteligência Artificial (IA)será cada vez mais utilizada na área no ensino e aprendizado do Turismo em cursos de graduação?**

a.( ) Sim
b.( ) Não

Bloco 3- Perfil sociodemográfico

12. Em qual região do país você cursa Turismo?

a.( ) Sudeste

b.( ) Sul

c.( ) Centro-Oeste

d. ( ) Nordeste

e. ( ) Norte

13. Considerando que você está cursando a graduação em Turismo. Em qual tipo de instituição você cursa a graduação em Turismo?

a.( ) Pública

b.( )Privada

14. Considerando que você está cursando bacharelado em Turismo. Em qual seu período no primeiro semestre de 2025?

a.( ) Entre o 1º e o 3º período

b.( ) Entre o 4º e o 6º período

c.( ) Acima do 6º período

15. Considerando o salário mínimo (SM) nacional vigente em 2025 de R$1.518,00 (hum mil, quinhentos e dezoito reais), qual a sua renda individual mensal?

a.( ) Não tenho renda

b.( ) Até 1 sm

c.( ) De 2 a 3 sm

d.( ) Mais de 3 sm

16. Qual o seu gênero?

a.( ) Masculino

b.( ) Feminino

c.( ) Outro

17. Qual sua faixa etária?

a.( ) 18 a 32 anos

b.( ) 33 a 60 anos

c.( ) acima de 60 anos