

Muito Além do Chatbot: O Poder da IA na Nova Era do Atendimento Turístico

Luana Ribeiro Cardoso¹

Diogo Lüders Fernandes²

Elieti Fátima de Goveia³

Ronaldo Ferreira Maganhotto⁴

Resumo:

A transformação digital no setor de turismo tem sido impulsionada por tecnologias como a inteligência artificial (IA), especialmente com a adoção de assistentes virtuais inteligentes. Nesse contexto, os assistentes virtuais inteligentes emergem como ferramentas estratégicas, ao oferecer automação de interações, personalização de sugestões e condução mais fluida da jornada de compra. Este artigo analisa a SOFIA, assistente da Decolar.com baseada em IA generativa (GPT-4), avaliando como sua experiência de uso impacta a conversão de vendas, fidelização de clientes e eficiência no atendimento digital. A pesquisa é qualitativa, com abordagem exploratória e descritiva, os critérios de análise foram organizados em três eixos: desempenho estratégico no atendimento automatizado, qualidade da experiência do usuário (UX) e impacto comercial, estes dados foram sistematizados e analisados por meio do emparelhamento teórico. Os resultados mostram que SOFIA supera os chatbots tradicionais ao entender linguagem natural, manter o contexto da conversa e personalizar recomendações. Sua integração com o sistema de reservas da Decolar contribui para a conclusão rápida de ações pelo usuário, reduzindo desistências e aumentando a conversão. A experiência do usuário é positiva, destacando-se a usabilidade, acessibilidade por texto e voz, e visual atrativo. Contudo, há limitações quanto à profundidade das informações fornecidas e à transparência no uso de dados pessoais. SOFIA representa uma inovação com impactos estratégicos no turismo digital, integrando tecnologia avançada com uma jornada de consumo eficiente e personalizada.

Palavras-chave: Atendimento Digital; Experiência do Usuário; Inteligência Artificial; Turismo.

INTRODUÇÃO

A transformação digital tem remodelado significativamente a forma como consumidores interagem com marcas e serviços. No setor de turismo, onde a experiência do cliente é central para a decisão de compra, o uso de tecnologias emergentes tornou-se uma estratégia essencial para aprimorar o atendimento, personalizar ofertas e aumentar a competitividade das empresas. Nesse contexto, os assistentes virtuais baseados em inteligência artificial (IA) surgem como ferramentas promissoras, oferecendo suporte automatizado e inteligente durante toda a jornada do consumidor.

¹Graduanda em Turismo pela UNICENTRO, bolsista de IC, estudando o uso da IA Generativa no turismo, luana.rib.cardoso@gmail.com

²Doutor em Geografia- UFPR, Mestre em Turismo – UNIVALI, Bacharel em Turismo - UEPG , professor do curso de Bacharelado em Turismo da UNICENTRO/PR, área de pesquisa: Inovação, Empreendedorismo e Turismo, dlfernandes@unicentro.br.

³Mestre em Ciências Sociais Aplicadas – Faculdades Reunidas de Admim. Ciências Contábeis e Economia de Palmas/PR, Bacharel em Ciências Econômicas – UEPG/PR, professora do curso de Bacharelado em Turismo da UNICENTRO/PR, área de pesquisa: Turismo e desenvolvimento regional, elieti@unicentro.br.

⁴Doutor em Geografia- UFPR, Mestre em Geografia – UFPR, Bacharel em Turismo - UEPG , professor do curso de Bacharelado em Turismo da UNICENTRO/PR, área de pesquisa: Turismo em Áreas Naturais, rmaganhotto@unicentro.br

A plataforma Decolar.com, uma das líderes no mercado latino-americano de turismo online, incorporou recentemente a assistente virtual SOFIA, baseada em IA generativa, com o objetivo de tornar o planejamento de viagens mais acessível, fluido e personalizado. Essa inovação reflete uma tendência crescente: o uso de agentes inteligentes generativos para apoiar o processo de decisão dos usuários, aumentar a conversão de vendas e reduzir os custos operacionais com atendimento humano.

A inteligência artificial evoluiu de sistemas baseados em regras para modelos generativos capazes de compreender linguagem natural, manter contexto e aprender com o uso. Essa evolução amplia o potencial dos assistentes virtuais, tornando-os mais adaptáveis e eficazes em interações com os usuários (LAKE; ULLMAN; TENENBAUM; GERSHMAN, 2017; ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020). A personalização, a compreensão contextual e a fluidez da conversação são fatores decisivos para o sucesso desses sistemas em ambientes digitais.

Além disso, a experiência do usuário (UX) tem se consolidado como um campo estratégico para avaliação de sistemas interativos, com implicações diretas na fidelização do cliente, na taxa de conversão e na percepção de valor da marca. Avaliar UX envolve aspectos como acessibilidade, naturalidade da linguagem, clareza visual e facilidade de navegação — dimensões especialmente relevantes em interfaces de autoatendimento baseadas em IA, como no caso da SOFIA.

Diante disso, este artigo parte da seguinte pergunta de pesquisa: Como a experiência do usuário com a SOFIA afeta a conversão de vendas, a fidelização do cliente e a eficiência no atendimento digital da Decolar.com? A investigação dessa busca compreender o impacto estratégico de soluções baseadas em IA generativa no contexto do comércio eletrônico turístico.

O objetivo geral deste estudo é analisar como a experiência do usuário com a assistente virtual SOFIA influencia os principais indicadores estratégicos da plataforma Decolar.com, especificamente no que se refere à conversão de vendas, à fidelização do cliente e à eficiência do atendimento digital. Para isso, são considerados critérios de avaliação técnica, de UX e de impacto comercial.

Este artigo está estruturado em cinco seções, além desta introdução. Na segunda seção, apresenta-se a fundamentação teórica sobre inteligência artificial, UX e agentes virtuais no turismo. A terceira seção descreve os procedimentos metodológicos adotados, com base na análise de conteúdo temática. A quarta seção discute os resultados da análise da SOFIA. Por fim, a quinta seção apresenta as considerações finais, respondendo ao problema proposto.

REFERENCIAL TEÓRICO

A Inteligência Artificial (IA) é uma área da computação que busca desenvolver sistemas capazes de simular o comportamento inteligente humano, seja por meio da automação de processos cognitivos, aprendizado de máquina ou processamento de linguagem natural. O conceito de IA remonta à década de 1950, quando os pioneiros da computação, como Alan Turing, levantaram questões fundamentais sobre a possibilidade de máquinas pensarem de forma autônoma. Desde então, a IA evoluiu significativamente, abrangendo diferentes paradigmas, desde sistemas baseados em regras até redes neurais profundas.

Os primeiros avanços na IA estiveram ligados à criação de programas que poderiam jogar xadrez ou resolver problemas matemáticos. Durante as décadas de 1960 e 1970, sistemas especialistas foram amplamente desenvolvidos, possibilitando a automação de decisões em domínios específicos, como diagnóstico médico e controle indústria. No entanto, a limitação desses sistemas em lidar com incertezas e ambiguidades levou ao declínio temporário do campo, conhecido como o "inverno da IA" (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020).

A retomada da IA ocorreu na década de 1990, impulsionada pelo aumento da capacidade computacional e pela popularização de métodos estatísticos e aprendizado de máquina. Modelos como as máquinas de suporte vetorial e redes neurais multicamadas demonstraram alto desempenho em tarefas como reconhecimento de padrões e previsão de séries temporais. Nos anos 2010, o advento do deep learning revolucionou a IA permitindo avanços sem precedentes em reconhecimento de imagens, processamento de linguagem natural e sistemas autônomos (LAKE et al., 2017).

Atualmente, a IA está presente em diversas áreas, desde assistentes virtuais até veículos autônomos e sistemas de recomendação. A definição moderna de IA inclui o desenvolvimento de algoritmos que podem aprender e generalizar a partir de grandes volumes de dados, sem a necessidade de regras explicitamente programadas. Essa capacidade tem levantado questões éticas e sociais, especialmente no que diz respeito à privacidade, tendências discriminatórias e automação do trabalho (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020).

A evolução da IA continua em ritmo acelerado, com pesquisas focadas em tornar os modelos mais eficientes e interpretáveis. Os desafios atuais incluem a criação de IA explicável, capaz de justificar suas decisões de forma transparente, e o desenvolvimento de IA geral, que poderia realizar uma ampla gama de tarefas de maneira similar a um ser humano (LAKE et al., 2017).

Os usos da IA atualmente variam desde aplicações simples até sistemas altamente avançados e autônomos. Em sua forma mais básica, a IA está presente em sistemas de sugestão

de conteúdo, como recomendações de filmes e músicas em plataformas como Netflix e Spotify. Esses sistemas utilizam algoritmos de aprendizado de máquina para analisar os padrões de consumo dos usuários e sugerir conteúdo relevante. (GOMEZ-URIBE.; HUNT, 2015)

Outro uso popular são os assistentes virtuais, como Alexa, Google Assistant e Siri, que utilizam IA para entender comandos de voz e responder de maneira contextualizada. Essas tecnologias baseiam-se em modelos avançados de processamento de linguagem natural, permitindo interações mais naturais e eficientes entre humanos e máquinas. (GOMEZ-URIBE.; HUNT, 2015)

No setor empresarial, a IA é amplamente utilizada em chatbots para atendimento ao cliente, otimizando a resolução de problemas e reduzindo custos operacionais. Além disso, ferramentas de análise preditiva são empregadas para prever tendências de mercado, otimizar cadeias de suprimentos e melhorar a eficiência de processos produtivos. (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020)

Pesquisas mais recentes em IA buscam desenvolver sistemas de inteligência artificial geral (AGI), capazes de raciocinar de forma semelhante a um ser humano e realizar tarefas complexas de maneira autônoma (LAKE et al., 2017).

Porém a popularização da Inteligência Artificial foi impulsionada pelos assistentes de IA, como ChatGPT, Bard e Copilot, também contribuíram significativamente para a disseminação da tecnologia, tornando-a acessível ao público em geral. Essas ferramentas permitem que indivíduos sem conhecimento técnico avancem em suas tarefas diárias, como escrita, programação e análise de dados. Além disso, o crescimento de interfaces de IA no design gráfico, como DALL-E e Midjourney, transformou a criação de conteúdo visual. (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020).

Essa acessibilidade ampliada também se reflete na educação, onde ferramentas como o Khan Academy AI Tutor e sistemas adaptativos estão personalizando experiências de aprendizado para estudantes. Empresas estão incorporando IA para otimizar processos, e a pesquisa acadêmica está se beneficiando de autômatos inteligentes que auxiliam na revisão de literatura e experimentação científica.

Dessa forma, a popularização da IA está ligada à evolução das ferramentas tecnológicas e à facilidade de acesso a recursos computacionais avançados. Isso possibilita que a IA continue transformando setores e impactando a vida cotidiana de milhões de pessoas globalmente.

No setor de turismo não é diferente, a Inteligência Artificial (IA) tem desempenhado um papel fundamental na transformação e inovação, introduzindo novas tecnologias que

aprimoram a eficiência operacional, a personalização dos serviços e a experiência geral dos viajantes (PORTO; FRANÇA JÚNIOR; POZZEBON, 2024).

As diversas aplicações da IA no turismo podem ser desde sistemas de recomendação personalizados até assistentes virtuais inteligentes. A personalização é uma tendência crescente no turismo, com os viajantes buscando experiências adaptadas às suas preferências individuais. A IA permite a análise de grandes volumes de dados para oferecer recomendações personalizadas de destinos, atividades e serviços. Por exemplo, plataformas de viagens utilizam algoritmos de aprendizado de máquina para elaborar produtos turísticos específicos de modo a atender os interesses dos turistas, aumentando a satisfação e a fidelização dos clientes (SANTOS; SOUSA; SANTOS; MENDES FILHO; PORTE; TAVEIRA; ALEXANDRE, 2024).

Os assistentes virtuais baseados em IA, como chatbots, foram implementados para fornecer atendimento ao cliente 24 horas por dia, sete dias por semana. Esses assistentes podem responder a perguntas frequentes dos visitantes, auxiliar no processo de reserva e fornecer informações sobre destinos, melhorando a eficiência e reduzindo custos operacionais para as empresas de turismo. (MARQUES; SOARES, 2022)

Outro uso da IA na gestão de destinos turísticos consiste na sua utilização para prever a demanda por atrativos e serviços turísticos, permitindo um planejamento mais eficiente da destinação melhorando assim a experiência dos turistas. A IA também desempenha um papel na promoção do turismo sustentável, auxiliando na gestão de recursos naturais e na otimização de fluxos turísticos. Sistemas inteligentes podem monitorar o impacto ambiental das atividades turísticas e sugerir práticas mais sustentáveis, contribuindo para a preservação dos ecossistemas e promovendo uma conscientização maior sobre a importância da sustentabilidade no turismo (CARDOSO; SOHN; ROSSINI; PEREIRA JÚNIOR, 2024).

A adoção da Inteligência Artificial (IA) no setor de turismo em diversas empresas possibilitaram a implementação de soluções inovadoras para aprimorar os serviços e a experiência dos clientes (PORTO *et.al.*, 2024). Um relatório da Minsait (2024) indica que 80% das organizações do setor já utilizam IA em pelo menos uma área de suas operações diárias. A Decolar, por exemplo, uma das principais agências de viagens online da América Latina, utiliza ferramentas de IA para criar itinerários de viagem, podendo gerar até 3 milhões de cópias por dia. Essas ferramentas analisam os padrões de consumo dos usuários para oferecer opções personalizadas, como indicar quando o preço de uma passagem aérea está abaixo do normal ou combinar voos de ida e volta com os melhores preços conforme as preferências do cliente.

A Moksha desenvolveu uma plataforma digital para agentes de viagens que utiliza IA para traçar o perfil dos viajantes. A plataforma coleta e gerencia dados a partir do mapeamento

das atividades publicadas em redes sociais dos viajantes dos últimos três anos. A partir dessas informações, a IA disponibiliza de maneira fácil e prática todos os hábitos e costumes e auxilia os agentes a oferecer serviços mais personalizados, alinhando as ofertas às preferências individuais dos clientes. (MY SHUTTLE, 2023)

Esses são alguns exemplos que destacam como a IA está sendo utilizada por empresas de turismo para inovar em seus negócios, oferecendo serviços mais personalizados, eficientes e alinhados às necessidades dos clientes modernos. Uma das maiores plataformas de hospedagem do planeta, o Airbnb, tem implementado diversas soluções de Inteligência Artificial (IA) para aprimorar seus serviços e a experiência dos usuários. Como: Controle de Qualidade dos Anúncios, garantindo a proteção na identificação e remoção de anúncios falsos ou inadequados. Assistente Virtual e Suporte ao Cliente, a empresa está desenvolvendo assistentes virtuais baseados em IA para aprimorar o atendimento ao cliente, respondendo a perguntas frequentes, auxiliando nos processos de reserva e fornecendo informações sobre destinos, melhorando a eficiência e a satisfação dos usuários (BUSINESS INSIDER, 2024).

Outro uso importante que vem sendo desenvolvido pela plataforma consiste na otimização da busca e recomendação de Acomodações, por meio de aprendizado de máquina, o sistema de busca vem sendo aprimorado de maneira a fornecer recomendações mais precisas aos usuários. Oferecendo uma variedade maior de opções aos usuários, a empresa implementou algoritmos que diversificaram os resultados de pesquisa. Esses algoritmos compartilham fatores como localização, preço e características das propriedades, garantindo que os hóspedes tenham acesso a uma gama ampla de segurança.

O Airbnb planeja utilizar IA generativa para criar experiências de viagem mais personalizadas. Por meio da aquisição do GamePlanner.AI, uma ferramenta fundada por um dos cofundadores da Siri, o Airbnb tem como objetivo desenvolver uma interface que funcione como um “conciERGE” virtual, atendendo em tempo real às preferências e necessidades dos usuários, como: busca por atrações, restaurantes próximos, reservas e compras de ingressos, indicações e atendimento as necessidades de informação mais diversas do usuário.

Este projeto tem como foco os assistentes virtuais baseados em Inteligência Artificial (IA), estes podem ser entendidos como sistemas computacionais capazes de interagir com seres humanos por meio de diálogos naturais, utilizando técnicas avançadas de aprendizado de máquina e processamento de linguagem natural (PLN). Esses assistentes virtuais ou assistentes inteligentes, são projetados para simular conversas humanas e fornecer informações ou serviços específicos (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020).

A eficácia desses sistemas reside na capacidade de analisar grandes volumes de dados para entender contextos, interpretar intenções dos usuários e fornecer respostas precisas e relevantes. Assim, um assistente virtual pode, por exemplo, responder questões frequentes, fornecer recomendações personalizadas, auxiliar em transações comerciais e resolver problemas cotidianos com eficiência. No setor de turismo, a adoção desses assistentes virtuais tem proporcionado melhorias consideráveis na experiência do cliente. Empresas como Airbnb têm implementado assistentes virtuais para otimizar o atendimento ao cliente, automatizar reservas e oferecer suporte constante, garantindo maior satisfação dos usuários e redução de custos operacionais (Business Insider, 2024). Segundo Adamopoulou & Moussiades (2020), esses assistentes virtuais conseguem gerenciar interações simultâneas com milhares de usuários, oferecendo respostas instantâneas e personalizadas, características que seriam impossíveis ou extremamente custosas por meio do atendimento humano convencional.

Os benefícios do uso de assistentes virtuais no turismo não se limitam apenas à eficiência operacional. De acordo com alguns autores (GOMEZ-URIBE; HUNT, 2015; CAMACHO-RUIZ; CARRASCO; FERNÁNDEZ-AVILÉS; LATORRE, 2024), essas ferramentas são essenciais para personalizar experiências turísticas, oferecendo sugestões baseadas no comportamento prévio do usuário, como preferências de destinos, atividades e acomodações. Isso melhora a experiência geral dos turistas. Além disso, a aplicação de assistentes virtuais baseados em IA permite às empresas e destinos turísticos coletarem dados valiosos sobre as preferências e comportamentos dos usuários. Esses dados podem ser analisados por meio de técnicas avançadas de aprendizado de máquina para identificar tendências emergentes, prever demandas futuras e ajustar estratégias comerciais, proporcionando vantagens competitivas às organizações do setor turístico.

A experiência do usuário (UX – *User Experience*) tem se consolidado como um campo multidisciplinar essencial na avaliação de sistemas interativos, especialmente em contextos digitais centrados em serviços e consumo, como é o caso do turismo online. A UX deve ser compreendida como o resultado das percepções e respostas do usuário que emergem da interação com produtos, sistemas ou serviços digitais, considerando aspectos funcionais, emocionais, estéticos e contextuais. Essa abordagem ultrapassa os limites da usabilidade clássica e propõe uma análise holística da jornada do usuário, abrangendo desde a facilidade de uso até o valor simbólico atribuído à interação. (JORENTE et al., 2021)

Na prática, a avaliação de UX envolve a aplicação de métodos qualitativos e quantitativos que possibilitam identificar não apenas barreiras e pontos de frustração, mas também os elementos que contribuem para a fluidez, a satisfação e o engajamento do usuário.

Law et al. (2009) propõem dimensões analíticas como a utilidade, a facilidade de aprendizado, a eficácia da interface, a atratividade estética e o valor percebido como componentes centrais para medir a experiência. Essas dimensões são especialmente relevantes no contexto da SOFIA, assistente virtual da Decolar.com, cujas funções se apoiam na IA generativa e em tecnologias de reconhecimento de voz (Whisper), oferecendo interações que simulam diálogos naturais com alto grau de adaptabilidade e contextualização.

A literatura reforça que a qualidade da UX está diretamente associada a indicadores estratégicos de desempenho. Estudos indicam que experiências positivas aumentam significativamente as taxas de conversão e recompra, além de fortalecerem a confiança e a lealdade à marca (HOFFMANN, 2003). Em plataformas de turismo digital, onde as decisões de consumo envolvem desejos subjetivos e múltiplas variáveis, uma interface que promova personalização, fluidez e clareza tem impacto direto sobre o comportamento do consumidor.

A UX não deve ser tratada como um elemento secundário ou de pós-desenvolvimento, mas como uma dimensão estratégica do design centrado no usuário. Isso é particularmente importante para explicar os impactos comerciais observados na adoção de assistentes virtuais de IA generativa: a automação inteligente do atendimento, a redução de custos operacionais, a fidelização por meio de interações empáticas e a integração funcional entre busca e compra são efeitos diretos de uma arquitetura de experiência pensada para o comportamento digital contemporâneo. Assim, a análise da UX da assistente virtual não apenas fundamenta os dados empíricos da pesquisa, como também permite compreender como as soluções de IA podem transformar as relações entre consumidor e empresa no ambiente online.

Nesse contexto, os assistentes virtuais baseados em IA generativa, se destacam como tecnologias que aliam eficiência operacional e valor percebido. Sua eficácia não se limita à automatização de tarefas, mas está diretamente relacionada à forma como entregam experiências personalizadas, contextualizadas e contínuas aos usuários. A literatura evidencia que essas experiências afetam significativamente os comportamentos de consumo, como conversão de vendas e fidelização, ao mesmo tempo em que otimizam recursos empresariais.

METODOLOGIA

A presente pesquisa se caracteriza como de abordagem qualitativa, de natureza exploratória e descritiva, com o objetivo de compreender de que forma os agentes virtuais baseados em Inteligência Artificial (IA) impactam a experiência do usuário e os resultados

comerciais no setor do turismo, tendo como objeto de análise a assistente virtual SOFIA, implementada pela plataforma Decolar.com.

A metodologia adotada combina revisão bibliográfica e análise documental aplicada a um estudo de caso. Na primeira etapa do estudo, foi realizada uma pesquisa bibliográfica sistemática em bases como Periódicos CAPES, Scopus, SciELO, Redalyc e Periódicos de Turismo, com foco nos seguintes eixos temáticos: Inteligência Artificial, Agentes Virtuais, Experiência do Usuário (UX) e Inovação no Turismo Digital.

Na segunda etapa, foi realizada a análise da assistente virtual SOFIA, adotada pela Decolar como parte de sua estratégia de transformação digital. A ferramenta foi selecionada por representar um exemplo relevante de aplicação de IA generativa no turismo, atuando de forma integrada no ciclo de viagem do usuário — desde a fase de inspiração até o retorno da viagem. A análise seguiu três dimensões principais: (i) Critérios Estratégicos de Atendimento Automatizado, definidos com base nos estudos de Adamopoulou e Moussiades (2020), Camacho-Ruiz et al. (2024) e Porto et al. (2024), que destacam elementos como tecnologia, abrangência de funcionalidades, disponibilidade e confiabilidade; (ii) Experiência do Usuário (UX), ancorada nas dimensões propostas por Law et al. (2009) e Jorente et al. (2021), incluindo usabilidade, personalização, fluidez da interação e design da interface; e (iii) Impacto Comercial, segundo a abordagem de Hoffmann (2003), considerando indicadores como conversão de vendas, fidelização do cliente e eficiência operacional.

Para a sistematização e interpretação dos dados foi adotada o emparelhamento teórico prático dos dados. Os dados qualitativos coletados, provenientes de materiais públicos da empresa, artigos científicos, relatórios de imprensa e observações diretas da ferramenta em funcionamento, foram organizados e categorizados de acordo com os objetivos da pesquisa. Essa jornada metodológica possibilitou responder ao problema de pesquisa ao evidenciar que a experiência do usuário com a assistente virtual SOFIA tem impacto direto na conversão de vendas, na fidelização dos clientes e na eficiência do atendimento digital da plataforma Decolar.

RESULTADOS E DISCUSSÕES

A Decolar implementou recentemente a SOFIA, uma assistente virtual desenvolvida com base em inteligência artificial generativa, com o propósito de aprimorar a experiência dos usuários no planejamento de viagens. Essa iniciativa insere-se em um cenário mais amplo de transformação digital, impulsionado por modelos de IA cada vez mais acessíveis e sofisticados, que vêm revolucionando a forma como empresas de diferentes setores se relacionam com seus públicos. (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020)

Diante desse novo cenário tecnológico, é preciso compreender como tais inovações estão sendo incorporadas pelo trade turístico. Analisar as primeiras aplicações de assistentes inteligentes no setor permite mapear os avanços já em curso, assim como fomentar reflexões sobre novas possibilidades de uso que ampliem a eficiência, a personalização e o alcance das experiências de consumo. (SANTOS et al., 2024)

Assistentes baseados em inteligência artificial despontam como ferramentas de alto impacto comercial, promovendo uma transformação significativa na forma de atendimento ao cliente. Esses assistentes não apenas fornecem informações e esclarecem dúvidas, mas também são capazes de interagir com os usuários de maneira fluida, conduzindo-os até a finalização de compras de forma rápida, assertiva e personalizada. (GOMEZ-URIBE; HUNT, 2015; HOFFMANN, 2003)

Para iniciar a análise dos dados desta pesquisa, é importante estabelecer uma diferenciação conceitual entre chatbots tradicionais e assistentes virtuais com uso de IA generativa. Essa distinção será apresentada com base em cinco critérios: Nível de Inteligência, Compreensão de Contexto, Capacidade de Personalização, Canais e Recursos, e Finalidade. Com esta breve análise é capaz de evidenciar as principais características que distinguem essas ferramentas e compreender as inovações que vêm redesenhando o atendimento automatizado no comércio eletrônico (SUNDAR; HECK, 2022).

Quanto ao Nível de Inteligência, a principal diferença entre um chatbot tradicional e um assistente virtual inteligente como a SOFIA está na capacidade de processamento e geração de respostas. Enquanto os chatbots funcionam com fluxos de decisão pré-programados e oferecem respostas limitadas a comandos específicos (como “Digite 1 para remarcar o voo”), os assistentes virtuais utilizam inteligência artificial generativa, como o modelo GPT-4. Isso permite que eles compreendam a linguagem natural do usuário e ofereçam respostas personalizadas e criativas em tempo real, adaptando-se às mais diversas solicitações (SUNDAR; HECK, 2022).

Outra distinção significativa está na habilidade de manter o contexto da conversa. Chatbots tradicionais não retêm informações de interações anteriores, o que faz com que se percam facilmente caso o usuário mude de assunto ou reformule uma pergunta. Já assistentes virtuais como a SOFIA conseguem lembrar do que foi dito antes, seguir uma linha de diálogo coerente e adaptar as respostas conforme o fluxo da conversa, tornando a interação muito mais fluida e semelhante a uma troca humana (TRINDADE; OLIVEIRA, 2024).

Em termos de personalização, os chatbots tradicionais oferecem uma experiência uniforme para todos os usuários, sem variações baseadas no perfil ou comportamento. Por outro

lado, assistentes virtuais inteligentes aprendem com o uso — utilizando machine learning — e passam a reconhecer padrões, preferências, localização e histórico de interações. Isso permite a entrega de recomendações e respostas cada vez mais adequadas e contextualizadas, como sugestões de destinos personalizados para quem busca natureza ou tranquilidade (TRINDADE; OLIVEIRA, 2024).

Quanto aos canais e formatos de interação, os chatbots tradicionais geralmente se limitam a texto em sites ou aplicativos. Já os assistentes virtuais como a SOFIA operam de maneira multimodal: combinam texto, voz, imagens, vídeos e catálogos visuais de destinos, oferecendo uma experiência muito mais rica. Além disso, a interação com um assistente é mais natural e menos robótica, aproximando-se de uma conversa real com um consultor humano (SUNDAR; HECK, 2022).

A finalidade de uso também difere bastante. Chatbots tradicionais são desenhados para tarefas simples e repetitivas, como responder perguntas frequentes, confirmar agendamentos ou rastrear pedidos. Em contraste, assistentes virtuais de IA têm o papel de apoiar decisões mais complexas — como planejar uma viagem completa — fornecendo sugestões com base em desejos subjetivos, preferências e estilo de vida do usuário (SUNDAR; HECK, 2022; TRINDADE; OLIVEIRA, 2024).

Enquanto um chatbot como o da Azul solicita que o usuário digite “1 para remarcar o voo” ou “2 para cancelar”, a SOFIA da Decolar propõe uma conversa mais aberta e inteligente, dizendo: “Oi! Quer uma sugestão de viagem para relaxar? Me diga o tipo de clima ou atividade que você curte!”. Isso evidencia o salto qualitativo na experiência do usuário.

Compreender as diferenças entre chatbots tradicionais e assistentes virtuais baseados em inteligência artificial é essencial para avaliar o impacto dessas tecnologias na experiência do consumidor. Como discutido anteriormente, enquanto os chatbots operam com fluxos de resposta limitados e padronizados, os assistentes virtuais inteligentes possuem capacidade de compreender linguagem natural, adaptar-se ao contexto e oferecer interações mais humanizadas e eficientes. Essa evolução tecnológica está diretamente relacionada às novas demandas do público digital, que busca praticidade, personalização e autonomia em suas jornadas de consumo.

Diante desse cenário, ao analisar como tais inovações estão sendo aplicadas na prática, especialmente no setor de turismo, onde a experiência do cliente torna um diferencial competitivo. A presente pesquisa volta-se à avaliação da SOFIA, assistente virtual da empresa Decolar.com, como estudo de caso. A seguir, são apresentados os resultados da análise dessa tecnologia, a partir de um conjunto de critérios previamente definidos, que contemplam

aspectos técnicos, funcionais e estratégicos da aplicação de IA no atendimento ao cliente. Conforme o quadro 01.

Quadro 01: Tabela 1 – Avaliação da Assistente Virtual SOFIA com Base em Critérios Estratégicos de Atendimento Automatizado

Critério	Descrição	Nota (1-5)	Comentários
Tipo de IA	Identificar se é IA generativa, baseada em regras ou híbrida	5	IA generativa com GPT-4.
Multicanalidade (texto, voz, imagem)	Verificar se interage por voz, texto, imagens ou vídeo	5	Opera via texto e voz, incluindo reconhecimento com Whisper.
Compreensão de contexto	Avaliar se mantém o histórico e compreende a conversa	5	Consegue manter o fluxo de conversa e contexto do usuário.
Personalização da experiência	Verificar se adapta as respostas com base no perfil do usuário	4	Personaliza sugestões com base no estilo de vida, mas depende de login.
Naturalidade nas respostas	Julgar se a fala/texto parece humana e espontânea	5	Respostas naturais e bem formuladas.
Tempo de resposta	Medir o tempo médio de resposta da IA	4	Responde rapidamente, mas pode haver variações dependendo da carga.
Facilidade de uso (UX)	Avaliar se é fácil para o usuário comum utilizar a IA	5	Muito intuitiva e fácil de usar mesmo para iniciantes.
Navegação e interface visual	Analisar a clareza da interface e se é visualmente amigável	5	Interface limpa e visualmente atrativa.
Sugestão de destinos por estilo de vida	Observar se a IA sugere destinos baseados em preferências subjetivas	5	Sugestões criativas baseadas em preferências subjetivas.
Capacidade de realizar reservas/ações concretas	Checar se a IA permite finalizar reservas e ações concretas	5	Permite concluir ações dentro do chat (ex: reservas).
Integração com serviços da plataforma	Verificar se está conectada com hotéis, voos, carros etc.	5	Totalmente integrada ao ecossistema Decolar.
Transparência (informar que é uma IA)	Confirmar se há aviso claro de que é uma IA	5	Deixa claro que é uma IA desde o início da interação.
Privacidade e segurança (LGPD)	Avaliar se segue diretrizes de proteção de dados pessoais	3	Privacidade não é totalmente explicada ao usuário.
Possibilidade de atendimento humano	Observar se há opção fácil de falar com um humano	5	Oferece opção clara de falar com humano.
Permite avaliação da interação	Verificar se permite que o usuário avalie o atendimento	4	Permite feedback sobre atendimento.
Aprendizado com interações passadas	Checar se aprende e melhora com interações anteriores	4	Aprende com interações, mas há margem para melhorias.
Diferenciais inovadores	Destacar recursos inovadores além dos padrões do mercado	5	Uso de catálogo visual e sugestões por estilo de vida é inovador.

Fonte: elaborado pelos autores

A análise da assistente virtual SOFIA revela um sistema altamente avançado, que se destaca pela tecnologia utilizada e pela forma como entrega uma experiência responsiva e

centrada no usuário. A combinação entre inteligência artificial generativa, compreensão de contexto e naturalidade nas respostas garante à ferramenta um desempenho que simula de forma convincente uma conversa humana. A fluidez no diálogo e a flexibilidade de linguagem transformam a interação em algo intuitivo e eficiente, reduzindo atritos comuns nos atendimentos digitais tradicionais.

A multicanalidade e a usabilidade são pontos decisivos que colaboram para a acessibilidade da ferramenta. Ao operar por texto e voz, SOFIA se adapta a diferentes perfis de usuários, inclusive àqueles com menor familiaridade tecnológica. A interface visual é funcional e bem organizada, e os recursos como sugestões de destinos por estilo de vida contribuem para um atendimento mais direcionado. No entanto, observou-se uma limitação quanto à profundidade das informações oferecidas sobre os atrativos e serviços dos destinos sugeridos, o que pode comprometer a tomada de decisão do usuário.

Por outro lado, a análise também destaca fragilidades que merecem atenção. A personalização das respostas, apesar de eficiente, depende do login do usuário, o que reduz as interações anônimas. A ausência de explicações claras sobre o uso e proteção dos dados pessoais durante a conversa indica a necessidade de maior transparência, especialmente frente à legislação vigente. Além disso, embora o sistema permita avaliação da interação, esse recurso ainda é pouco destacado, o que pode limitar a obtenção de feedbacks estratégicos para o aprimoramento contínuo.

Por fim, a SOFIA representa um avanço no campo do atendimento automatizado aplicado ao turismo. Sua integração com os conteúdos do Decolar.com e sua capacidade de realizar ações completas, como reservas e recomendações contextuais, demonstram o potencial dos assistentes virtuais inteligentes para transformar a jornada digital do consumidor. Ainda que haja pontos a serem aprimorados, a solução aponta para caminhos promissores na adoção da inteligência artificial como recurso de apoio à experiência do cliente no setor. (LAKE et al., 2017)

Para compreender o impacto de uma solução tecnológica como a assistente virtual SOFIA, é necessário articular duas frentes complementares de avaliação: a análise estratégica, que observa os resultados esperados em termos de eficiência, inovação e impacto comercial, e a análise de UX (User Experience), que examina a qualidade da interação do usuário com a tecnologia. A experiência do usuário está diretamente ligada à percepção de valor, à adoção da ferramenta e à fidelização do cliente, sendo um fator determinante para o sucesso de soluções digitais no mercado contemporâneo.

A User Experience (UX) diz respeito ao conjunto de percepções, emoções, respostas e comportamentos de uma pessoa ao interagir com um produto, serviço ou sistema digital. No contexto de assistentes virtuais, a UX envolve aspectos como acessibilidade, clareza na comunicação, fluidez da conversa, facilidade de navegação e capacidade da IA em compreender e atender às necessidades do usuário de forma eficaz. Uma boa experiência do usuário satisfaz o consumidor no momento do uso e aumenta as chances de retorno, engajamento e recomendação da ferramenta.

Em projetos voltados ao setor de turismo, como o caso da SOFIA, a análise de UX ganha relevância, pois o processo de planejamento e compra de uma viagem envolve expectativas emocionais, decisões personalizadas e uma série de etapas que precisam ser integradas. Uma assistente virtual que oferece respostas rápidas, contextualizadas, com interface amigável e opções de suporte humano quando necessário, contribui significativamente para a confiança e a autonomia do usuário. Além disso, esses fatores influenciam diretamente nas métricas estratégicas da empresa, como taxa de conversão, tempo médio de navegação e satisfação geral com o serviço.

A assistente virtual SOFIA, da Decolar integrada de maneira visível e acessível aos principais canais digitais da empresa, como site e aplicativo, ela é destacada como uma “agente de viagem” pronta para auxiliar, com linguagem clara e acolhedora. Essa primeira impressão favorece o engajamento e reforça a proposta da ferramenta, facilitando sua ativação e promovendo uma experiência inicial positiva.

No que se refere à interface e ao design, SOFIA mantém os padrões visuais da marca Decolar, com uma hierarquia bem definida, com ícones intuitivos e recursos multimodais, como catálogos interativos. O resultado é uma navegação visualmente agradável, que orienta a tomada de decisão de forma prática. A fluidez da conversa é outro ponto de destaque, já que, ao empregar tecnologias como GPT-4 e Whisper, a assistente entende comandos em linguagem natural e evita a rigidez de menus fixos, oferecendo respostas adaptadas ao contexto e ao estilo de cada usuário.

A usabilidade da ferramenta também é eficiente. A interação é simples, permitindo que o usuário descreva livremente sua intenção, seja por texto ou voz, e receba sugestões alinhadas com seu objetivo. Mesmo sem conhecimento prévio ou técnico, é possível seguir com a navegação e avançar no planejamento da viagem. Nesse processo, a IA responde com agilidade, embora possa apresentar algumas dificuldades pontuais em solicitações muito específicas. Já em relação à personalização, a SOFIA demonstra capacidade de adaptar recomendações com

base no comportamento e preferências, embora essa função dependa do login do usuário para atingir seu pleno potencial.

Por fim, a integração da assistente ao ecossistema Decolar é sólida. A jornada do cliente entre busca, sugestão e reserva ocorre de forma contínua, sem a necessidade de redirecionamentos para outras páginas ou canais. Quando a IA não consegue concluir uma demanda, o sistema oferece, de forma clara, alternativas de atendimento humano, como o WhatsApp, o que garante suporte complementar e respeita o tempo do usuário. Esses aspectos demonstram o cuidado com a experiência do consumidor e posicionam a SOFIA como uma solução bem desenvolvida dentro da lógica de UX aplicada ao turismo digital.

A usabilidade intuitiva, a linguagem natural e a integração com os serviços da Decolar favorecem uma jornada contínua e satisfatória, o que possibilita melhores taxas nos indicadores comerciais como: conversão de vendas, fidelização de clientes e eficiência operacional. (HOFFMANN, 2003) Assim, a qualidade da experiência do usuário consiste em um fator essencial para compreender o impacto comercial da SOFIA, já que seu bom desempenho na interface reflete em ganhos tangíveis para o negócio.

A implementação da assistente virtual SOFIA pela Decolar representa um avanço significativo no desempenho da plataforma, com possíveis reflexos diretos na eficiência operacional, conversão de vendas e fidelização dos clientes. (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020) A utilização de inteligência artificial generativa, associada ao reconhecimento de voz e à personalização da experiência, transforma a SOFIA em uma ferramenta estratégica com potencial de impacto direto sobre os resultados da empresa. (SANTOS et al., 2024)

No aspecto operacional, a SOFIA automatiza etapas que antes dependiam de agentes humanos, como sugestões de destinos, explicações sobre pacotes e encaminhamento para reservas. Ao funcionar de forma contínua, 24 horas por dia, a assistente reduz o volume de atendimentos humanos, diminui o tempo de espera e possibilita o redimensionamento das equipes de suporte. Esse ganho em agilidade e autonomia operacional tende a refletir em redução de custos e aumento da produtividade, elementos essenciais para a sustentabilidade da plataforma em larga escala. (ADAMOPOULOU; MOUSSIADES, 2020; MARQUES; SOARES, 2022)

A integração da SOFIA com o sistema de busca e reservas da Decolar também contribui diretamente para o aumento nas taxas de conversão. A capacidade da IA de compreender desejos subjetivos e reagir com sugestões contextualizadas estimula decisões de compra mais ágeis e assertivas. O usuário não precisa abandonar a conversa para concluir uma reserva, o que

diminui significativamente o risco de desistência no meio do processo. (SANTOS et al., 2024; GOMEZ-URIBE; HUNT, 2015).

A análise da assistente virtual SOFIA, implantada pela Decolar.com, demonstra que a experiência do usuário com a ferramenta tem papel decisivo na conversão de vendas, na fidelização de clientes e na eficiência do atendimento digital. Diferentemente dos chatbots tradicionais, que operam com comandos fixos e fluxos limitados, SOFIA utiliza inteligência artificial generativa, compreende linguagem natural e conduz diálogos contextualizados. Essa diferença estrutural amplia a capacidade de resposta da ferramenta e permite uma experiência mais humanizada e assertiva, refletindo positivamente nos resultados comerciais da plataforma. (JORENTE et al., 2021; LAKE et al., 2017).

Do ponto de vista da UX (User Experience), a SOFIA apresenta uma combinação eficaz de acessibilidade, multicanalidade e design funcional. A navegação intuitiva, a possibilidade de interações por texto ou voz e a apresentação visual de destinos tornam a jornada do usuário fluida e envolvente. A personalização das respostas, ainda que limitada pelo não login, e a oferta de suporte humano nos momentos necessários reforçam a confiança e o conforto durante a interação. Tais atributos da experiência do usuário são fundamentais para o fortalecimento da marca e para o incentivo à recompra e recomendação espontânea, elementos centrais para a fidelização do cliente. (HOFFMANN, 2003).

Além disso, a análise estratégica aponta que a SOFIA contribui significativamente para o aumento da eficiência operacional. Ao automatizar tarefas como atendimento inicial, sugestões de pacotes e encaminhamento para reservas, a ferramenta reduz o tempo médio de atendimento e a demanda por mão de obra humana, gerando economia de recursos e ganho de escala. Sua integração com os sistemas da Decolar permite que o usuário conclua reservas sem sair do ambiente de conversa, minimizando desistências no processo de compra. Essa capacidade de transformar a experiência em ação imediata reforça a conexão entre boa UX e aumento nas taxas de conversão. (PORTO et al., 2024).

SOFIA deve ser compreendida não apenas como uma inovação tecnológica pontual, mas como uma solução estratégica que integra inteligência artificial, design de experiência e objetivos comerciais em uma única interface. Ainda que existam pontos a serem aprimorados, os resultados obtidos demonstram que a experiência positiva do usuário com a assistente virtual impacta diretamente nos principais indicadores de desempenho da empresa. Assim, a Decolar consolida um novo modelo de atendimento no turismo digital, pautado pela personalização, agilidade e eficiência.

A implementação da SOFIA pela Decolar representa um avanço significativo no setor de turismo, oferecendo uma experiência mais intuitiva e personalizada aos clientes. A integração de IA generativa permite interações mais humanas e adaptáveis, diferenciando-se dos chatbots tradicionais. No entanto, como qualquer tecnologia emergente, é essencial monitorar continuamente o desempenho da SOFIA e coletar feedback dos usuários para aprimorar suas funcionalidades e garantir que atenda às expectativas dos clientes. SOFIA posiciona a Decolar na vanguarda da inovação no atendimento ao cliente no setor de viagens, potencialmente elevando a satisfação e fidelização dos usuários.

IMPLICAÇÕES PRÁTICAS E/OU TEÓRICAS

A análise da assistente virtual SOFIA demonstra que soluções baseadas em inteligência artificial generativa podem aumentar a conversão de vendas, melhorar a fidelização de clientes e otimizar o atendimento digital. Essas evidências podem orientar empresas do trade turístico, como agências de viagens, plataformas online e destinos turísticos, no planejamento, implementação e avaliação de agentes virtuais, especialmente quanto à importância da UX e da integração com os sistemas de compra e suporte ao cliente.

Do ponto de vista prático, a análise da assistente virtual SOFIA, implantada pela plataforma Decolar.com, oferece subsídios concretos para empresas do setor que desejam adotar tecnologias baseadas em IA generativa. A contribuição está na demonstração de que soluções como a SOFIA não apenas otimizam o atendimento ao cliente, mas também impactam diretamente nos indicadores estratégicos das organizações, como conversão de vendas, fidelização de usuários, redução de custos e eficiência operacional.

Do ponto de vista teórico, este estudo amplia a compreensão sobre a interseção entre inteligência artificial, experiência do usuário e turismo. Ao integrar critérios estratégicos, funcionais e perceptivos na avaliação de um agente virtual, a pesquisa contribui para o desenvolvimento de abordagens analíticas sobre o uso de tecnologias emergentes no turismo. Além disso, destaca a relevância de elementos como personalização, naturalidade e empatia digital na mediação da experiência turística online, propondo novos caminhos para investigações futuras nesse campo.

A pesquisa também reforça a importância de se considerar a experiência do usuário como um fator estratégico, tanto para a performance comercial quanto para o posicionamento das marcas em ambientes digitais competitivos.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os resultados demonstram que a SOFIA representa um avanço significativo na aplicação de agentes virtuais inteligentes, combinando recursos tecnológicos, como o modelo GPT-4 e o sistema Whisper, com uma arquitetura de experiência voltada para a fluidez, a personalização e a autonomia do usuário. Essa integração contribui para a automatização de tarefas e a redução de custos operacionais e o aprimoramento da jornada do consumidor, promovendo interações mais humanizadas e efetivas.

Do ponto de vista da experiência do usuário (UX), os dados evidenciaram que aspectos como acessibilidade, naturalidade nas respostas, visual amigável e suporte multicanal impactam diretamente a percepção de valor da ferramenta. A capacidade de personalização, mesmo com limitações em interações anônimas, e a oferta de alternativas de atendimento humano quando necessário reforçam a confiança do usuário e estimulam a fidelização.

Portando responde ao problema de pesquisa em questão: Como a experiência do usuário com a SOFIA afeta a conversão de vendas, a fidelização do cliente e a eficiência no atendimento digital da Decolar.com?

A análise dos dados revelou que a experiência do usuário com a assistente virtual SOFIA tem impacto positivo e direto sobre os três aspectos abordados no problema de pesquisa. No que diz respeito à conversão de vendas, a SOFIA contribui ao oferecer respostas personalizadas em linguagem natural, integrar a finalização de compras no próprio fluxo da conversa e auxilia no processo de decisão do consumidor. Em relação à fidelização do cliente, a ferramenta proporciona uma experiência fluida e personalizada, reforçando o vínculo com a marca por meio de um atendimento responsivo, empático e acessível. Por fim, no que tange à eficiência do atendimento digital, a SOFIA automatiza tarefas repetitivas e operacionais, como sugestão de pacotes e encaminhamento de reservas, otimizando o uso de recursos humanos, reduzindo custos e aumentando a produtividade do sistema de atendimento da plataforma.

A experiência positiva do usuário com a SOFIA melhora a satisfação e o engajamento e potencializa resultados comerciais concretos, como aumento nas taxas de conversão e retenção de clientes. A SOFIA configura-se, assim, como uma solução estratégica que alia tecnologia e experiência a favor da inovação no turismo digital. Ainda que pontos como a transparência no uso de dados e a profundidade das informações oferecidas possam ser aprimorados, o estudo reforça o potencial dos assistentes virtuais inteligentes na redefinição das relações entre consumidores e plataformas de serviços turísticos.

REFERÊNCIAS

- ADAMOPOULOU, E.; MOUSSIADES, L. Chatbots: History, technology, and applications. *Machine Learning with Applications*, [S. l.], v. 2, 2020. DOI: 10.1016/j.mlwa.2020.100006.
- BUSINESS INSIDER. Airbnb is developing an AI concierge that could help you plan trips and book restaurants. *Business Insider*, 2024. Disponível em: <https://www.businessinsider.com/>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- CARDOSO, J. A.; SOHN, A. P.; ROSSINI, J. P.; PEREIRA JÚNIOR, R. D. O papel da Inteligência Artificial na gestão de destinos turísticos sustentáveis. *Revista Brasileira de Turismo e Sustentabilidade*, v. 13, n. 2, 2024.
- GOMEZ-URIBE, C. A.; HUNT, N. Netflix Recommendations: Beyond the 5 stars. *ACM Transactions on Management Information Systems*, v. 6, n. 4, 2015. DOI: 10.1145/2843948.
- HOFFMANN, Hans-Jürgen. Jesse James Garrett: The elements of user experience – User-centered design for the Web. *i-com*, Berlim, v. 2, n. 1, p. 44–44, 2003. Disponível em: <https://doi.org/10.1524/icom.2.1.44.19040>. Acesso em: 16 abr. 2025.
- JORENTE, M. J.; et al. Experiência do usuário como abordagem metodológica para a pesquisa em Ciência da Informação. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 26, n. 1, p. 159–183, 2021. DOI: 10.1590/1981-5344/5171.
- LAKE, B. M.; ULLMAN, T. D.; TENENBAUM, J. B.; GERSHMAN, S. J. Building Machines That Learn and Think Like People. *Behavioral and Brain Sciences*, v. 40, e253, 2017. DOI: 10.1017/S0140525X16001837.
- MARQUES, R.; SOARES, C. Chatbots e a experiência do turista: Uma análise do uso em plataformas de viagens. *Revista Turismo em Análise*, v. 33, n. 1, p. 45-63, 2022.
- PORTO, C. F.; FRANÇA JÚNIOR, P.; POZZEBON, M. Inteligência Artificial no Turismo: Explorando novas fronteiras de inovação e personalização. *Caderno Virtual de Turismo*, v. 24, n. 1, p. 78–94, 2024.
- SANTOS, D. A.; SOUSA, P. H.; SANTOS, F. A.; MENDES FILHO, L.; PORTE, D. A.; TAVEIRA, C. N.; ALEXANDRE, F. Inteligência Artificial e personalização de experiências turísticas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, v. 18, 2024.
- SUNDAR, S. S.; HECK, D. Designing Human-AI Interactions for the Future. *arXiv preprint*, 2022. Disponível em: <https://arxiv.org/abs/2205.06907>. Acesso em: 10 abr. 2025.
- TRINDADE, R. M.; OLIVEIRA, M. F. Habilidades informacionais para o uso de assistentes virtuais com IA. *Perspectivas em Ciência da Informação*, v. 29, n. 1, 2024. DOI: 10.1590/1981-5344/6636.