

## Uma análise sobre a distração digital na qualidade da experiência turística<sup>1</sup>

Tércio Pereira<sup>2</sup>

Lucimari Acosta Pereira<sup>3</sup>

Pablo Flôres Pereira<sup>4</sup>

Adriana Stela Bassini Edral<sup>5</sup>

Hans Peder Behling<sup>6</sup>

Marcelo Juchem<sup>7</sup>

Universidade do Vale do Itajaí, Itajaí, SC

### RESUMO

A distração digital refere-se ao fenômeno onde a atenção de um indivíduo é desviada devido ao uso de dispositivos digitais, como smartphones, tablets e computadores. Isso geralmente acontece em situações onde a atenção contínua a uma tarefa, conversa ou atividade seria o esperado ou necessário. Esta pesquisa tem como objetivo analisar a distração digital na qualidade da experiência turística. Para alcançar este objetivo foi aplicado uma pesquisa qualitativa com 62 entrevistados. Os dados coletados foram submetidos a uma análise de conteúdo. Os resultados destacam que o uso automático de dispositivos digitais influencia tanto a distração digital positiva quanto a negativa, sendo as conexões sociais e a facilitação tecnológica fatores importantes. Além disso, a distração digital tem um impacto direto nas experiências emocionais, influenciando a qualidade da experiência turística, o que sugere um modelo teórico abrangente para analisar essa relação.

**PALAVRAS-CHAVE:** Distração digital; Qualidade da experiência; Experiência emocional turística; Impactos da distração digital; Pontos positivos e Negativos.

### CORPO DO TEXTO

Desde meados dos anos 2000 diversos pesquisadores começaram a explorar questões sobre a digitalização do mundo (PRENSKY, 2001). Essas pesquisas, no geral, eram tecno-otimista e traziam a perspectiva de que as pessoas estavam adquirindo a habilidade de realizar várias tarefas ao mesmo tempo, habilidade essa que ficou conhecida como multitarefa (AAGAARD, 2019). Segundo o pesquisador, à medida que se foi avançando nas pesquisas sobre essa situação, surgiram algumas preocupações por parte

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no Grupo de Trabalho Estudos da Comunicação, evento integrante da programação do 23º Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sul, realizado de 13 a 15 de junho de 2024.

<sup>2</sup> Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: terciop@univali.br.

<sup>3</sup> Doutora em Turismo e hotelaria, email: lucimari.svp@gmail.com

<sup>4</sup> Professor do Curso de Administração na UNIVALI e-mail: pablofl@univali.br

<sup>5</sup> Professora do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: adriana\_edral@univali.br

<sup>6</sup> Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: hanspeda@univali.br

<sup>7</sup> Professor do Curso de Publicidade e Propaganda da UNIVALI, email: marcelo.fotografia@univali.br

dos psicólogos cognitivos relacionadas aos efeitos da multitarefa. Esse interesse científico gerou um campo de pesquisa sobre essa temática que visa investigar a relação entre a atenção humana e o uso de dispositivos digitais, como por exemplo computadores, laptops e smartphones.

Atualmente, algumas pesquisas têm direcionado sua atenção para o uso de smartphones e suas consequências em diversas situações. A justificativa para esse cuidado voltado a essa tecnologia decorre do crescente aumento da popularidade dos smartphones em todo o mundo. Alguns usuários chegam a verificar seus smartphones cerca de 150 vezes por dia (ORAISSON et al., 2020). Esses dispositivos de mídia móvel multifuncionais e habilitados para web têm influenciado o cotidiano das pessoas em diversos aspectos, incluindo na experiência da viagem (AYEH, 2018). O pesquisador identificou que esses dispositivos fornecem diversas utilidades para os viajantes como, por exemplo, manter contato com a família, amigos e local de trabalho, obter orientações, segurança, além de promover facilidades ao viajante como alterar planos de viagens. Embora esses dispositivos forneçam essas facilidades e aumentem a produtividade, eles também têm alterado padrões de comportamento devido ao seu uso problemático. Esse comportamento pode vir a intervir em atividades do cotidiano ou afetar na qualidade da experiência (WANG; XIANG; FESENMAIER, 2016).

A experiência turística possui uma natureza temporal (WAN; PARK; FESENMAIER, 2011). Ela envolve três fases, sendo a primeira a fase antecipatória, ou seja, a fase do planejamento da viagem. Na sequência, temos a fase experiencial, na qual o turista está envolvido durante a viagem, seja por meio de visitas, compras e jantares; e, por fim, a fase reflexiva, que representa o pós-viagem. Segundo o conceito da economia da experiência proposto por Pine e Gilmore (2011), houve uma evolução no valor econômico de bens e serviços para eventos memoráveis. Esses eventos memoráveis envolvem os consumidores de forma inerentemente pessoal. Essa mudança da economia da experiência para uma economia da transformação emergente proporcionou um vislumbre de uma nova oferta econômica no horizonte, no caso, as experiências transformacionais. Para Soulard, McGehee e Stern (2019), o consumidor, no caso o turista, busca se envolver em experiências que possuam valor emocional, além de fornecer um processo de aprendizagem que visa criar mudanças positivas, duradouras, crescimento pessoal, realização interior e bem-estar.

Embora a literatura sobre o efeito da distração seja escassa (AYEH, 2018), alguns estudos usaram a teoria do conflito de distração (TCD) para descrever a influência das distrações em diferentes objetos de estudos (SPEIER; VESSEY; VALACICH, 2003). A Teoria do conflito de distração sugere que as distrações facilitam o desempenho em tarefas simples e atrapalham o desempenho em tarefas complexas (BARON, 1986). A lógica racional por trás dessa teoria é que à medida que as distrações acontecem durante uma tarefa simples, o estresse aumenta e como consequência a atenção é reduzida resultando assim na exclusão de informações irrelevantes e facilitando o desempenho da decisão. Já quando a atividade a ser executada possui uma complexidade aumentada, o excesso de capacidade cognitiva diminui, reduzindo assim a capacidade de desempenho ou de tomar uma decisão, já que a distração pode fazer com que essa pessoa perca no decorrer de sua atividade alguma informação relevante (SPEIER; VESSEY; VALACICH, 2003).

Partindo dessa dualidade sobre o efeito da distração, um estudo sobre a relação humano-tecnologia apresentou uma abordagem diferente referente ao uso da mídia na ciência cognitiva. Nesse estudo, em contraste com o foco na quantidade de recursos cognitivos, a pós-fenomenologia apresenta uma preocupação sobre a qualidade da experiência (ROSENBERGER, 2010). Ele menciona que a relação atenção-distração não pode ser separada da prática material, que não pode ser reduzida a estímulos processados na mente de uma pessoa. Dessa forma, o rápido e dinâmico desenvolvimento das tecnologias podem determinar estudos turísticos bem estabelecidos, fazendo com que considerem o contato social online uma parte integrante da experiência turística (FAN; BUHALIS; LIN, 2019). Os investigadores citam que embora existam diversos estudos que explorem as tipologias turísticas e suas experiências, poucos estudos examinaram esses padrões de comportamento e os relacionaram na imersão do destino turístico. Alguns estudos empíricos consideram que fazer algo ao mesmo tempo que se exerce uma atividade extra (multitarefa) pode afetar o desempenho; porém, ainda não há consenso se isso é um fardo ou uma bênção (AAGAARD, 2014). Nesse caso, em um mundo cada vez mais digitalizado é fundamental entender o uso da tecnologia e sua relação com a distração. Fato é que a tecnologia alterou a maneira como os turistas experimentam os destinos e os turistas estão cientes disso (AYEH, 2018). Segundo o pesquisador, o comportamento do turista costuma ser reflexivo e assim, devido a distração digital, a

satisfação venha ser negativamente afetada. Dessa forma, o autor recomenda estudos exploratórios que visem compreender os motivos da distração e como os turistas reagem para que as partes interessadas (guias, destinos etc.) possam reavaliar a forma com que lidam com essa situação com o intuito de aprimorar a experiência turística para garantir que a tecnologia em si não se torne uma distração, mas sim parte de experiência.

Apesar da importância do tema, bem como a chamada de atenção por diversos investigadores sobre a distração digital, ela é praticamente esquecida pela comunidade de pesquisa no turismo (AYEH, 2018). Sendo assim, esse estudo se apropria de conhecimentos advindos da psicologia, marketing e turismo para poder compreender a relação entre a distração digital e a impactos na qualidade da experiência turística, identificando preditores e mediadores. Os resultados dessa investigação podem auxiliar tanto na elaboração de novas estratégias para destinos e empreendimentos turísticos bem como fornecer um avanço na literatura referente a experiência turística e da distração digital.

## Metodologia

Essa pesquisa teve caracter qualitativo. Elaborou-se um questionário no Google Forms com perguntas fechadas e espaços para respostas abertas, que foram disseminadas online via plataforma Mechanical Turk, resultando em 62 entrevistas completas.

**Tabela 1** – Questionário desenvolvido

1	Você consegue se lembrar de uma viagem em que teve uma experiência particularmente insatisfatória por passar muito tempo usando seu smartphone (por exemplo, com mídias sociais ou outros aplicativos)?
2	Que viagem foi essa? Você pode falar sobre essa experiência?
3	Você se sentiu motivado a continuar verificando o uso do smartphone por que estava preocupado com familiares ou outras pessoas?
4	O que você esperava ganhar com a experiência desta viagem?
5	O que não aconteceu como você esperava?
6	Como você se sentiu durante a experiência? Como você se sentiu após a experiência?
7	Você contou aos outros ou comentou na internet?
8	Você acredita que a distração causada pela tecnologia afetou sua experiência?
9	Após a experiência, você pesquisou mais informações sobre sua viagem?
10	Quais são as vantagens dos smartphones durante uma viagem? Quais são as desvantagens dos smartphones durante uma viagem?
11	Você acredita que o uso de smartphones afeta a qualidade da experiência?

12	Como um guia turístico poderia engajá-lo a usar o smartphone corretamente durante a experiência?
13	Para uma melhor qualidade da sua experiência, do local ou serviço, você deve conscientizar o turista sobre o uso correto, indicando quando usá-lo? Se sim, indique alguns pontos que poderiam ser sugeridos.
14	Durante uma experiência, você acredita que usar um smartphone pode reduzir alguns sentimentos negativos? indique esses sentimentos

Após a coleta de dados, foi realizada uma análise de conteúdo para categorização manual das respostas obtidas, utilizando uma planilha para a geração dos itens. Para a análise de conteúdo utilizamos a metodologia proposta por Moraes (1999) que é composta por cinco critérios:

### **Resultados e conclusões**

Os resultados revelaram que muitas das interrupções da experiência turística devido ao uso de dispositivos digitais estavam relacionadas ao comportamento automático em utilizar as redes sociais. Nesse aspecto os entrevistados alegaram a necessidade de constantemente atualizar o seu status, seja por meio de publicação de fotos, vídeos ou mensagens. Uma outra motivação para esse comportamento estava relacionada a comunicação com família e amigos, já que alguns entrevistados alegaram que precisavam saber como essas pessoas estavam ou informar o que estavam fazendo durante a viagem. Uma terceira motivação, relacionada ao trabalho, foi identificada. Nesse caso, foi constatado por parte dos entrevistados situações que prendiam os turistas ao seu trabalho, como por exemplo, resolução de problemas ou auxílio a equipe de trabalho. Esses resultados vão parcialmente ao encontro da pesquisa de Fan, Buhalis e Lin (2019) que identificaram em sua pesquisa uma tipologia de turistas, os viciados em redes sociais, ou seja, turistas que mantêm uma alta presença nas mídias sociais e costumam postar fotos com uma maior frequência do que outros. Além disso, esses resultados contribuíram com o estudo de Ayeh (2018) que identificou os laços familiares, amigos e trabalho como fatores capazes de causar interrupção nas viagens pelo uso de dispositivos digitais. Nessa mesma fase, foi identificado que a distração digital não necessariamente é algo negativo para a experiência turísticas. Alguns entrevistados de fato relataram que, seja pelo seu comportamento automático em redes sociais, necessidade de registrar tudo ou interrupções devido a conversas paralelas como com amigos, trabalhos e familiares fez com que a experiência turística fosse descaracterizada

fazendo com que a qualidade percebida da experiência fosse menor e aumentando o sentimento de culpa pós viagem devido a essa má conduta digital. Esses resultados contribuíram com o estudo de Lv, Zhang e Li (2021) que alertaram para a co-destruição de valor da experiência turística devido ao comportamento online dos turistas. Ao mesmo tempo, alguns turistas relataram que ao utilizar o dispositivo digital, fez com que a qualidade da experiência fosse ampliada já que por meio dessa distração, tempos ociosos passaram mais rápidos diminuindo assim a ansiedade, stress e tédio. Outro fator relatado pelos turistas foi a redução da distância, ou seja, estar em contato, mesmo que virtualmente, com pessoas próximas, fez com que diminuísse o sentimento de isolamento e aumentasse o sentimento de conforto.

## REFERÊNCIAS

- AAGAARD, Jesper. Drawn to distraction: A qualitative study of off-task use of educational technology. **Computers & Education**, v. 87, p. 90-97, 2015.
- AYEH, Julian K. Distracted gaze: Problematic use of mobile technologies in vacation contexts. **Tourism management perspectives**, v. 26, p. 31-38, 2018.
- FAN, Daisy XF; BUHALIS, Dimitrios; LIN, Bingna. A tourist typology of online and face-to-face social contact: Destination immersion and tourism encapsulation/decapsulation. **Annals of Tourism Research**, v. 78, p. 102757, 2019.
- LV, Xingyang; ZHANG, Rui; LI, Qiuyun. Value co-destruction: The influence of failed interactions on members' behaviors in online travel communities. **Computers in Human Behavior**, v. 122, p. 106829, 2021.
- MORAES, Roque. Análise de conteúdo. **Revista Educação, Porto Alegre**, v. 22, n. 37, p. 7-32, 1999.
- ORAISON, Humberto; NASH-DOLBY, Olivia; WILSON, Bruce; MALHOTRA, Ridhi. Smartphone distraction-addiction: examining the relationship between psychosocial variables and patterns of use. **Australian Journal Of Psychology**, [S.L.], v. 72, n. 2, p. 188-198, 1 jun. 2020. Informa UK Limited. <http://dx.doi.org/10.1111/ajpy.12281>.
- PINE, B. J; GILMORE, J. H. **The experience economy**. Harvard Business Press, 2011.
- PREBENSEN, Nina K. et al. Motivation and involvement as antecedents of the perceived value of the destination experience. **Journal of travel research**, v. 52, 253-264, 2013
- ROSENBERGER, Robert et al. The spatial experience of telephone use. **Environment, Space, Place**, v. 2, n. 2, p. 63-77, 2010.
- SOULARD, Joelle; MCGEHEE, Nancy Gard; STERN, Marc. Transformative tourism organizations and glocalization. **Annals of Tourism Research**, v. 76, p. 91-104, 2019.
- SPEIER, Cheri; VESSEY, Iris; VALACICH, Joseph S. The effects of interruptions, task complexity, and information presentation on computer-supported decision-making performance. **Decision sciences**, v. 34, n. 4, p. 771-797, 2003.
- WANG, Dan; PARK, Sangwon; FESENMAIER, Daniel. An examination of information services and smartphone applications. 2011.
- WANG, Dan; XIANG, Zheng; FESENMAIER, Daniel R. Smartphone use in everyday life and travel. **Journal of travel research**, v. 55, n. 1, p. 52-63, 2016.