

CAPÍTULO 3

TURISMO ARQUEOLÓGICO: O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL COM A CONTRIBUIÇÃO DAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO SOB A ÓTICA DOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

DOI: <http://dx.doi.org/10.18616/pcultura03>

Luciane de Carvalho Pereira
Solange Maria da Silva

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO

O Turismo Arqueológico é um tipo de Turismo que compõe uma tipologia mais abrangente designada como Turismo Cultural, que se desdobra em outros tipos de turismo: enoturismo, ecológico, antropológico, arqueológico, artístico e muitos outros. A necessidade de organização e planejamento desse tipo de Turismo precisa envolver soluções e tecnologias que possibilitem a correta gestão do potencial turístico de regiões com sítios arqueológicos (BENI, 2007).

Os vestígios arqueológicos podem ser encontrados em grutas, cavernas ou sambaquis, a céu aberto. Em princípio, os Sítios Arqueológicos passam por estudos, análise e escavação. A visitação turística pode acontecer de maneira simultânea ou posteriormente aos trabalhos de escavação, podendo interagir por meio de pequenos cursos ou estágios, e “[...] a partir do momento em que um Sítio Arqueológico é disponibilizado ao visitante, denomina-se Sítio Arqueoturístico” (MANZATO, 2007, p. 101).

As relações entre a Arqueologia e o Turismo não devem ser entendidas como “[...] complicadas ou impossíveis, desde que sejam cumpridos os preceitos de entendimento mútuo e cooperativo entre os dois mundos em relação às diversas ações a serem empreendidas” (LÓPEZ; MORENO, 2018, p. 605), devem ser consideradas, outrossim, merecedoras de atenção permanente na busca de objetivos e interesses que tragam benefícios para todos os *stakeholders* envolvidos, com impactos positivos para a sociedade e, é claro, também para o próprio patrimônio.

Nesse sentido, este capítulo tem como objetivo principal refletir sobre as contribuições das novas TICs para o desenvolvimento sustentável do Turismo arqueológico sob a ótica de Destinos Turísticos Inteligentes. Para tanto, os procedimentos metodológicos utilizados foram: o método de revisão exploratória para resumir o passado da literatura empírica ou teórica e fornecer uma compreensão mais abrangente sobre o tema e a técnica *Snowball*,

que utiliza um tipo de amostragem não probabilística, com a aplicação de cadeias de referências a partir dos autores mais citados (CRESWELL, 2007; HANDCOCK; GILE, 2011).

Este estudo envolveu pesquisa que utilizou fontes de informações bibliográficas ou eletrônicas para a análise de resultados de pesquisa de outros autores, com o objetivo de fundamentar teoricamente o tema abordado. A revisão exploratória da literatura permite traçar um panorama sobre a produção científica, de forma que possa conhecer a evolução do tema ao longo do tempo e, inclusive, poder subsidiar um raciocínio teórico e incluir definições aprendidas de antemão pelos pesquisadores, contribuindo para o desenvolvimento de teorias. É uma abordagem que permite a inclusão de estudos que adotam diversas metodologias (BOTELHO; CUNHA; MACEDO, 2011; FERENHOF; FERNANDES, 2016).

As novas TICs não são somente benéficas para ajudar nos processos e para os pesquisadores, mas para a comunidade científica de uma maneira geral, que utiliza essas ferramentas para gerar, dentre outras utilidades, bancos de dados estruturados. “As tecnologias da informação permitem o acesso a esses dados de maneira processual e não limitado por qualquer âmbito geográfico” (MENÉNDEZ; GUERRA; MONTERO, 2015, p. 48).

O Turismo é uma atividade que envolve muitas outras cadeias produtivas e está relacionado a aspectos de outras disciplinas do conhecimento. Trata-se de um fenômeno social, político, econômico e cultural com impactos visíveis, tanto positivos quanto negativos. O Setor de Turismo é altamente dependente de organização e cooperação entre os *stakeholders*, necessita sempre de um planejamento criterioso e da integração dos setores público e privado e das comunidades.

Os recursos deixados pelos turistas e visitantes na economia são revertidos em benefício da própria comunidade receptora, que percebe, além de seu crescimento econômico, a valorização dos costumes locais e o surgimento de novas oportunidades de negócios e inovadoras possibilidades (BENI, 2012).

O impacto da Internet foi ampliado com o aumento do uso de dispositivos móveis e as mudanças no comportamento de consumo, o que levou ao uso de redes sociais, com grande impacto na atividade turística. As mudanças nos consumidores se refletem no mercado de Viagens e Turismo, com crescimento acelerado em face da disponibilidade de recursos tecnológicos e do acesso à informação. Tais circunstâncias permitem uma maior interação entre indivíduos e consumidores de locais diferentes, “[...] encurtando distâncias e estimulando a ideia de que um sistema de apoio e cooperação beneficia a muitos” (PEREIRA; MARCELINO, 2019, p. 01).

O Turismo é uma atividade socioeconômica que, ao se desenvolver de forma estruturada e planejada, acaba trazendo, por consequência, uma série de benefícios e vantagens para a localidade, destino ou destinação turística. Segundo Thomazi (2006, p. 21), o Turismo, “[...] por sua ampla gama de atuação, passou a ser visto como instrumento de sociabilidade, de coletividade e integração e de sustentabilidade”. Este estudo revela o enfoque das *Smart Destinations* ou, em português, o conceito de Destinos Turísticos Inteligentes, que surgiram a partir do surgimento das *Smart Cities* ou cidades inteligentes.

A evolução das TICs não apenas reduziu as distâncias físicas, mas trouxe a desestruturação do tempo e do espaço, alterando, profundamente, o contexto das ocorrências do Turismo e de suas repercussões sociais, culturais, econômicas, políticas, ambientais e comerciais. A revolução tecnológica permitiu “[...] importantes trocas ou substituições: as vantagens comparativas foram substituídas pelas vantagens competitivas duradouras numa economia globalizada” (THOMAZI, 2006, p. 20), dentro da qual estão se destacando, cada vez mais, os fatores locais atrelados à sustentabilidade, ao conhecimento, aos relacionamentos e à colaboração (PEREIRA; MARCELINO, 2019).

REFLEXÕES SOBRE A COMPLEXIDADE DO TURISMO

O Turismo é um fenômeno complexo, que envolve pessoas, serviços, empresas, governos, ambiente, instituições de ensino e pesquisa e gera resultados por meio do consumo, pois a necessidade de efetuar gastos, consumir serviços e comprar produtos é inerente a ele. Todas as estruturas de gastos decorrentes dos deslocamentos fazem do Turismo uma importante atividade econômica e social, não mais admitida sem a preocupação com a sustentabilidade.

Independentemente da época, as pessoas continuam a viajar pelos mais diversos e recônditos motivos. Os destinos mudam, as formas de viajar mudam, os anseios dos turistas mudam. Todas essas mudanças oferecem novas curiosidades, instigam novas pesquisas e abrem novos campos de estudo. A visão do turismo sustentável perpassa seus conceitos e definições e vai mais além: há a urgência inquestionável de que todo e qualquer tipo de turismo seja sustentável. A sustentabilidade deixa, assim, de ser um adjetivo a um tipo de turismo específico e torna-se condição *sine qua non* em toda e qualquer atividade humana ligada ao turismo, seja do ponto de vista da oferta ou da demanda (BENI, 2007; IGNARRA, 2003; GOELDNER; RITCHIE; MCINTOSH, 2002; ANSARAH; PANOSSO NETTO, 2015; IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZONÍS; GINER-SÁNCHEZ, 2016).

O Turismo é um dos mais importantes setores da economia de muitos países que buscam, nessa importante atividade socioeconômica, o poder de transformação social e desenvolvimento territorial integral e sustentável. Vale considerar que não é apenas o poder institucional dos atores no processo de condução política que orienta as transformações desejadas pelos programas governamentais para o setor turístico, mas é, também, o poder das empresas, das instituições e da sociedade que determinam as ações que estimulam o desenvolvimento do turismo (BENI, 2006; NEVES; BIZ; BETTONI, 2012).

Segundo Cooper, Hall e Trigo (2011, p. 36), existia “[...] o mito de que Turismo estava relacionado somente às atividades de lazer, durante as férias”. Mas, na realidade, o Turismo pode ser considerado um fenômeno de larga abrangência, que atinge todos os tipos de propósitos de visitas, incluindo trabalho, conferências e educação.

Existe um amplo debate acadêmico sobre o que exatamente é o Turismo, quais elementos estão na sua composição e quem deve ser considerado turista, o que gerou múltiplas definições (SANCHO, 2001). O vocábulo Turismo “[...] vem do latim *‘ournes’*, cujo significado é o de viagem com traçado definido, indicando o ponto de partida e o de chegada, ou seja, indica o trajeto de alguém que viaja e volta ao mesmo lugar de onde saiu” (SOUZA; CORRÊA, 2000, p. 141). Por outro lado, Turismo também é “[...] a busca do conhecimento sobre outros povos e culturas, sobre a natureza existente em outras regiões através de uma vivência prática” (SOUZA; CORRÊA, 2000, p. 141).

Ele é uma atividade econômica representada pelo conjunto de transações de compra e venda de serviços turísticos entre os agentes econômicos do turismo. É gerado pelo deslocamento voluntário e temporário de pessoas para fora dos limites da área ou região em que têm residência fixa, por qualquer motivo, excetuando-se o de exercer alguma atividade remunerada no local que visita (BRASIL, 2010).

A complexidade do fenômeno turístico e a importância da atividade econômica por ele gerada acabam por “[...] afastar duas categorias de análise que, no fundo, são complementares e que se retroalimentam constantemente” (FRATUCCI, 2014, p. 91). A atividade econômica é um dos aspectos do fenômeno do Turismo e não o único. Esse entendimento conceitual é importante para a adequada análise do Turismo Arqueológico, que se espera que venha a acontecer e a se desenvolver de forma ordenada, planejada e sustentável. No quadro 1, estão alguns conceitos de Turismo que mais se ajustam aos objetivos e à lente teórica deste estudo:

Quadro 1- Conceitos de Turismo

AUTOR	CONCEITO
Barretto (2000)	Turismo é um ato praticado pelos turistas, o qual obedece a motivações diversas, que variam em função da personalidade deles, do seu cotidiano, do seu tipo de trabalho, do seu nível de escolaridade, da sua posição na sociedade, da sua visão do mundo e da sua cultura.
Mota (2001)	O Turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento temporário e voluntário de um ou mais indivíduos que, por uma complexidade de fatores que envolvem motivação humana, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exerçam atividades lucrativas ou remuneradas, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, socioeconômica e ecológica entre os núcleos emissores e receptores.
Beni (2007)	Turismo se refere à fruição do espaço natural e cultural, à provisão de transporte, alojamento, recreação, alimentação e serviços relacionados para viajantes domésticos e internacionais.
Goeldner, Ritchie e McIntosh (2002)	Turismo pode ser definido como a soma dos fenômenos e das relações originadas pela interação de turistas, empresas, governos locais e comunidades anfitriãs no processo de atrair e receber turistas e outros visitantes.
Ruschmann (2002)	Turismo é uma viagem que pode se estender de alguns quilômetros até milhares deles, incluindo um ou vários tipos de transportes e estadas de alguns dias, semanas ou meses nos mais diversos tipos de alojamento, em uma ou mais localidades.
Ignarra (2003)	O fenômeno do Turismo está tradicional e intimamente ligado às viagens, aos deslocamentos para fora do local de residência habitual, podendo ser inúmeras as motivações de tais deslocamentos.
Andrade (2004)	Turismo é o conjunto de serviços que tem por objetivo o planejamento, a promoção e a execução de viagens, e os serviços de recepção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora de suas residências habituais.

Continua...

Continuação.

AUTOR	CONCEITO
Oliveira (2005)	Turismo é o conjunto de resultados de caráter econômico, financeiro, político, social e cultural, produzidos em uma localidade, decorrentes da presença temporária de pessoas que se deslocam de seu local habitual de residência para outros, de forma espontânea e sem fins lucrativos.
Panosso Netto (2011)	Turismo é o fenômeno de saída e retorno do ser humano do seu lugar habitual de residência, por motivos revelados ou ocultos, que pressupõem hospitalidade, encontro e comunicação com outras pessoas e utilizando tecnologia, entre inúmeras outras condições, o que vai gerar experiências variadas e impactos diversos.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa (2020).

Para a correta compreensão dos termos utilizados neste estudo, sugere-se como conceito de Turismo o conjunto de recursos e de atividades organizadas para a recepção das pessoas que se deslocam dos seus lugares de origem em busca de outros destinos, com uma permanência temporária e por motivos variados, que envolvem questões sociais, culturais, políticas, econômicas e outras, gerando serviços e resultados decorrentes dos esforços para atender às necessidades da demanda.

O Turismo constitui uma forma sustentável de fomentar e dar dinamismo socioeconômico aos destinos pela possibilidade de geração de renda e empregos como pela preservação dos recursos culturais e sítios arqueológicos. O desenvolvimento local alavanca a possibilidade de equalizar cinco objetivos essenciais para o Turismo Sustentável: preservação/conservação ambiental, identidade cultural, geração de ocupações produtivas e de renda, desenvolvimento participativo e qualidade de vida (BARBOSA, 2005; BENI, 2003). Sempre é válido acentuar que o desenvolvimento sustentável não é objetivo que seja possível atingir a curto prazo, mas é um passo importantíssimo, em um esforço a longo prazo, para salvaguardar a cultura, o ambiente e a qualida-

de de vida na comunidade regional, cuidando da sustentabilidade em todos os aspectos (BENI, 2007).

O Turismo atual deve ser considerado, basicamente, um produto da cultura, no sentido amplo dessa terminologia. Por isso, as explicações e definições de caráter econômico, que são utilizadas para compreender a transcendência do Turismo, são, evidentemente, insuficientes, ainda que significativas, porque não contemplam e tampouco consideram a diversidade de dimensões do fenômeno (MOLINA; RODRÍGUEZ, 2001).

A SEGMENTAÇÃO DO MERCADO E A TIPOLOGIA DO TURISMO: CONCEITUAÇÃO E ABRANGÊNCIA DO TURISMO CULTURAL

Segmentar o mercado é identificar clientes com comportamentos similares quanto a gostos e preferências. A segmentação possibilita o conhecimento do perfil da demanda que se pretende atingir e a adequação dos destinos turísticos, da escolha dos meios de transporte a serem oferecidos, do estilo de vida, das necessidades digitais e dos tipos de condições de acessibilidade (BENI, 2012; ANSARAH; PANOSSO NETTO, 2000).

O Turismo Cultural pode ser considerado uma tipologia de Turismo que abrange especificidades. Ele compreende o conjunto das atividades turísticas relacionadas à vivência de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura local. Toda viagem turística é uma experiência cultural. Mas nem todo turista é um turista cultural. O que define o Turismo Cultural é a motivação da viagem em torno de temas da cultura e da história local. As viagens de interesse cultural nasceram na Europa sob a égide do renascimento italiano, quando a aristocracia se deslocava interessada em conhecer os sítios históricos e arqueológicos. A interpretação, associada aos princípios

da educação patrimonial, é mais do que informar, em sua essência, deve ter a capacidade de convencer as pessoas do valor e dos significados do patrimônio, promovendo, assim, uma relação de respeito, valorização e atitudes conscientes de conservação. Atitudes que sejam benéficas e que gerem a manutenção de sua dinâmica e permanência no tempo como símbolos de memória e de identidade (BRASIL, 2006; BRASIL, 2010).

Segundo Machado, Lopes e Gheno (2009, p. 583), o Patrimônio possui uma importância muito grande para a comunidade e para o Turismo que, por sua vez, precisa de uma comunidade consciente que se aproprie dele “[...] de maneira fecunda, tanto no que se refere ao conhecimento difundido através da educação formal ou informal, como através do turismo, que pode ir além da mera exploração econômica e atuar como difusor da cultura regional”.

O patrimônio cultural é fundamental para o processo de construção de destinos turísticos inteligentes. O patrimônio arqueológico, mais especificamente, pode ser uma ponte entre a tradição e a modernidade. “Nesse sentido, o discurso passa a ser do desenvolvimento cultural, que se baseia em uma noção de inovação cultural e progresso social, feito por meio da preservação do passado mítico e das tradições locais e regionais” (SCATAMACCHIA, 2005, p. 79).

De acordo com Alfonso (2012, p. 307), as ações relacionadas ao Turismo e à Educação Patrimonial deixam claro que, se por um lado é possível valorizar narrativas sobre o passado, “[...] desconstruindo discursos marginalizantes arraigados a imaginários e sentidos comuns, por outro pode-se acabar acirrando o distanciamento dos arqueólogos com as comunidades”.

As facilidades de comunicação e compartilhamento de conhecimento, a visão integrada decorrente da necessidade de maior acessibilidade e preocupação com a sustentabilidade cooperam para a construção de destinos arqueoturísticos com estruturas abrangentes com foco na população autóctone. Segundo Krippendorf (2009), os autóctones são os seres humanos que estão do outro lado: a população dos países e das regiões visitadas, os anfitriões voluntários ou involuntários.

Segundo Mello e Dantas (2014, p. 109), em alguns casos, a comunidade autóctone, apesar de já estar informada da “[...] necessidade de preservação desse patrimônio, ainda não tomou consciência dos benefícios (ou problemas!) que o desenvolvimento turístico pode trazer para toda a comunidade”. O turista, muitas vezes, conhece mais as leis de preservação do patrimônio e tem consciência de sua importância para a humanidade que a própria comunidade, que ainda não conseguiu compreender, de forma mais ampla, a importância de cada detalhe da sua história, seja material ou imaterial.

É preciso vislumbrar os benefícios e as vantagens do Turismo Cultural sustentável em relação ao fortalecimento da identidade e valorização da cultura; despertar o sentimento de pertencimento e redescoberta de locais e sítios arqueológicos que gerem a dinamização da cultura da região; o sentimento de cooperação e de participação através de um planejamento turístico estratégico e integrado. Um dos desafios para essa tarefa é justamente a compatibilização de linguagens, objetivos, modos de operação e de concepção sobre o Turismo Arqueológico (BARRETO, 2000).

ARQUEOTURISMO OU TURISMO ARQUEOLÓGICO: UMA REVISÃO CONCEITUAL

De acordo com Santos (2007), o termo arqueoturismo passou a ser utilizado internacionalmente nos anos noventa para designar o tipo de turismo cultural que combina o caráter histórico e cultural com o rural e/ou ecoturístico.

Atualmente, no Brasil, o Turismo Arqueológico encontra vasto campo para estruturação e desenvolvimento. Os conceitos básicos do segmento ainda encontram variações e estão em processo de amadurecimento e consolidação. Diante da extrema importância do planejamento sustentável do segmento, podem ser considerados alguns conceitos decorrentes da Revisão exploratória deste estudo.

De acordo com Tresserras (2004), é verdade que quando se trata de turismo arqueológico os principais destinos tradicionais estão alocados no Egito, na Grécia, na Itália, na Tunísia, na Turquia, no México ou no Peru, entre outros. Bezerra (2012, p. 149) destaca que o turismo arqueológico “[...] exerce um papel importante na economia de países como Grécia, México, Peru, entre outros, diferentemente do Brasil, que tem uma participação tímida neste segmento”.

O turismo arqueológico é uma segmentação do turismo cultural que está em diálogo com outras segmentações turísticas, como o ecoturismo e o turismo pedagógico, possui potencial para contribuir para o desenvolvimento sustentável de uma região na medida em que valoriza o “[...] patrimônio cultural, promove educação patrimonial, contribui para a cidadania cultural, empodera a comunidade local, fortalece vínculos identitários e colabora para a promoção de trabalho e renda” (COSTA, 2016, p. 189).

Quadro 2 - Conceitos de Arqueoturismo ou Turismo Arqueológico

AUTOR	CONCEITO
Tresserras (2004)	Arqueoturismo ou Turismo Arqueológico é uma modalidade sob a qual são apresentados propostas e produtos culturais e turísticos em que a arqueologia é o ingrediente principal.
Manzato (2005)	Turismo Arqueológico ou Arqueoturismo consiste no processo decorrente do deslocamento e da permanência de visitantes a locais denominados sítios arqueológicos, onde são encontrados os vestígios remanescentes de antigas sociedades, sejam elas pré-históricas e/ou históricas, passíveis de visitação terrestre ou aquática.
Beni (2007)	Turismo Arqueológico é a denominação dada ao deslocamento de pessoas a sítios arqueológicos, escavações e cavernas com inscrições e pinturas rupestres com acompanhamento obrigatório de guia especializado.

Continua...

Continuação.

AUTOR	CONCEITO
Pardi (2007)	O Turismo Arqueológico envolve aspectos fundamentais como a questão da identidade cultural, que desenvolvida de forma planejada tem seus danos e desvantagens minimizados ao máximo na proporção do equivalente de atuação profissional do trabalho realizado.
Santos (2007)	O Arqueoturismo é uma forma alternativa de turismo cultural especializado que, dentro dos marcos da atividade turística, busca promover a apreciação do passado histórico-arqueológico e a conservação desse patrimônio.
Veloso e Cavalcanti (2007)	Arqueoturismo ou Turismo Arqueológico é uma vertente do turismo cultural, extremamente valorizada em destinos turísticos tradicionais que encontraram na própria atividade turística recursos e investimentos para a valorização de sítios arqueológicos como atrativos turísticos.
Widmer (2009)	Turismo Arqueológico pode ser definido como um segmento no qual ocorre o deslocamento voluntário e temporário de indivíduos, motivados pelo interesse ou desejo de conhecimento de aspectos pertinentes a culturas passadas, a locais onde se encontram vestígios materiais representativos de processo evolutivo do homem no planeta, deixados por sociedades pretéritas.
Alfonso (2012)	Turismo Arqueológico ou Arqueoturismo é o segmento turístico que lida com a incorporação do patrimônio arqueológico na atividade turística, segmento esse que é parte do Turismo Cultural.
Godoy (2015)	O Turismo Arqueológico, em termos conceituais, enquadra-se no grande guarda-chuvas chamado Turismo Cultural. Trata-se de um segmento em crescimento dessa disciplina, que visa atrair pessoas interessadas em visitar destinações culturais.

Continua...

Continuação.

AUTOR	CONCEITO
Guimarães e Anjos (2015)	O Turismo Arqueológico é o segmento turístico que utiliza sítios arqueológicos como atrativos e atinge aspectos, como a proteção dos recursos, a valorização econômica, a participação da população local, o turismo como ferramenta de conservação e preservação.
Menéndez, Guerra e Montero (2015)	O Arqueoturismo é um tipo de turismo estreitamente vinculado aos profissionais e pesquisadores da arqueologia, com o objetivo de socializar o descobrimento e difundir o Patrimônio Arqueológico.
Guimarães <i>et al.</i> (2018a)	O Turismo Arqueológico, concebido de forma sustentável, assim como em outros segmentos, busca equilibrar as forças entre conservação dos recursos, neste caso, o patrimônio arqueológico, com viabilidade econômica e equidade social.
Godoy (2019)	O Arqueoturismo pode ser compreendido como o ato de visitar e consumir um passado socialmente construído, que inclui desde como estão dispostas as coleções abertas ao público, da venda de vestígios ou réplicas, ou da adaptação de sítios à visitação.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa (2020).

Os autores concordam em determinados aspectos fundamentais relacionados ao Turismo Arqueológico, como segue: o Turismo Arqueológico faz parte do Turismo Cultural; há incorporação do patrimônio arqueológico na atividade turística; necessidade de valorização e conservação do patrimônio; e necessidade de planejamento e controle. Não há divergências quando alguns autores entendem que o Turismo Arqueológico é estreitamente vinculado aos profissionais e pesquisadores da arqueologia com o objetivo de socializar e difundir o Patrimônio Arqueológico. Nota-se, entretanto, que os conceitos não englobam o envolvimento das comunidades locais, apesar de que o estudo dos trabalhos completos, em sua grande maioria, permite a percepção de que esse aspecto se trata de uma condição indispensável para o desenvolvimento sustentável.

Segundo López e Moreno (2018, p. 601), “[...] alguns turistas que acessam o Patrimônio Arqueológico, o fazem no contexto de conhecer e não apenas visitar um lugar desconhecido relativamente distante”. O Turismo Arqueológico é um tipo de turismo com períodos de visitação de curta duração e que, em geral, implica deslocamentos de mais longa duração. As atividades em destinos arqueoturísticos precisam ser consideradas como uma garantia necessária de experiências que ocorrem desde os momentos antes da viagem (planejamento), por isso devem ser propagadas durante toda a viagem em si e comparadas a outras experiências, podendo ser compartilhadas em redes sociais com familiares e amigos (pós-viagem) graças ao uso das novas tecnologias.

De acordo com López e Moreno (2018, p. 604), o Turismo Arqueológico e, em geral, o Turismo Cultural estão sofrendo uma grande valorização nos últimos anos “[...] com o surgimento de novas fórmulas que permitem abordar o público-alvo que o demanda [...]”, ou seja, o Turismo Arqueológico vem recebendo uma reavaliação e novas formas de estruturação mediante novos meios e recursos que permitem uma maior e melhor aproximação do público-alvo. Por outro lado, a elaboração e a implementação de rotas ou roteiros arqueológicos permitem valorizar o Patrimônio e despertar a comunidade local para a necessidade de conservá-lo tanto quanto assumi-lo como sua identidade exclusiva (MENÉNDEZ; GUERRA; MONTERO, 2015).

Em sua pesquisa realizada no estado de Santa Catarina, Comerlato (2015) alerta para a dificuldade de preservação dos sítios arqueológicos, designados como oficinas líticas, impactados pelo intemperismo e pela ação humana. Por outro lado, ressalta seu potencial como atrativo, já que “[...] a disposição das depressões, o aproveitamento da rocha suporte, o brilho do polimento, a simetria das formas, sua relação com a paisagem [...] conferem aos sítios de oficinas líticas um ponto de atração do olhar, sobretudo pela sua qualidade estética” (COMERLATO, 2015, p. 188).

Segundo Assunção (2010), diferentemente de outras regiões brasileiras onde o termo “sítio arqueológico” ainda causa estranheza entre o públi-

co geral, no litoral sul de Santa Catarina, os sambaquis são conhecidos pela maioria da população, tornando-se assunto das disciplinas escolares e alvo de reportagens jornalísticas. Hoje em dia, muitos sambaquis são atração turística e motivo de orgulho para os moradores dos municípios e comunidades onde estão implantados.

Não há Turismo Arqueológico sustentável sem um trabalho prévio de educação patrimonial com as comunidades locais e sem um trabalho de interpretação cultural dos vestígios antes destes servirem enquanto atrativos turísticos. Cabe, portanto, às instituições de ensino e pesquisa fomentar esses trabalhos, contribuindo para a promoção da cidadania cultural e subsidiando os atores do território na organização de um turismo sustentável, que contemple a existência do patrimônio arqueológico (COSTA, 2016).

A falta de planejamento do Turismo em determinados destinos pode ocasionar impactos negativos indesejáveis, mas que podem ser evitados com a atuação de profissionais que saibam como direcionar investimentos de forma correta e mobilizar os atores dentro do setor para alcançar determinados objetivos. O Turismo pode se compatibilizar com a preservação do patrimônio arqueológico, desde que este “[...] seja reconhecido e apropriado pela população do território onde está inserido, garantindo um atrativo diferenciado no mercado turístico, cuja alta competitividade exige constantes inovações em produtos” (COSTA, 2008, p. 27), assim como em segmentos a serem atendidos.

De acordo com Veloso e Cavalcanti (2007), os produtos turísticos relacionados ao patrimônio arqueológico podem ser apresentados sob diversas formas, tais como: roteiros turísticos; rotas temáticas; espetáculos e celebrações de caráter mais participativo; apresentações de gastronomia; hotel que conserva vestígios arqueológicos; comemorações associadas a personagens e acontecimentos; sítios arqueológicos integrados às cidades consideradas patrimônio da humanidade; viagens temáticas; desenvolvimento por empresas privadas de reconstruções históricas; participação monitorada em escavações arqueológicas, entre outros.

Godoy (2015, p. 91) alerta sobre os desafios da sustentabilidade no desenvolvimento regional do Turismo ao alegar que “[...] este fato é ainda mais notório visto que os sítios arqueológicos brasileiros, em sua grande maioria, sofrem pela aparente falta de apelo turístico devido à aclamada ausência de monumentalidade”.

Diante do exposto, pode-se considerar que o Turismo Arqueológico é a visitação, o estudo e a prática do Turismo em sítios arqueológicos planejados e estruturados como uma alternativa para a difusão do conhecimento relacionado às pesquisas e aos achados arqueológicos, com a utilização da tecnologia para salvaguardar o patrimônio e otimizar resultados positivos para a comunidade autóctone.

A exploração do Turismo Arqueológico, no Brasil, possibilita desvendar e revelar partes de um passado até então inacessível e desconhecido por grande parte das pessoas. O descaso para com essa atividade turística tem sua origem na falta de informações e conhecimento sobre os elementos que compõem esse segmento (MANZATO; REJOWSKI, 2004).

AS NOVAS TICS E O TURISMO ARQUEOLÓGICO

As novas TICs possuem um papel importante no sentido de auxiliarem na educação patrimonial por meio de dispositivos móveis que facilitam a interpretação e conscientização tanto de turistas como da comunidade local envolvida nesse processo (DE LA PEÑA; HIDALGO; PALACIOS, 2015).

Elas podem se transformar em excelentes possibilidades pela quantidade de informações disponíveis, pelo formato aprazível com uma clara orientação ao usuário, com um vocabulário direto e intuitivo, assim como a simplicidade para repassar informações organizadas por temáticas e em diferentes idiomas. Existem modelos de sucesso na Espanha, por exemplo, de aplicativos que permitem a localização e o acesso à informação, com recursos

multimídia e relacionamento com os usuários (FERNANDÉZ VÁZQUEZ; LÓPEZ RODRIGUEZ; ARÉVALO IGLESIAS, 2016).

Os serviços de geolocalização são um grande tópico de valor do turismo arqueológico. São conhecidas soluções de mapas como as do *Google*, de uso diário para turistas, antes da viagem, as quais permitem opiniões em redes sociais ou em sistemas de reputação *online*. Sendo um elemento básico e necessário de promoção do patrimônio e do destino turístico ao serem usados de maneira eficaz, os sistemas de realidade aumentada combinados com posicionamento geográfico e conectividade com a internet são modelados conforme os aplicativos com mais futuro em termos de difusão do patrimônio (CARO; LUQUE; ZAYAS, 2015; LÓPEZ; MORENO, 2018).

O uso de *tablets* ou de *smartphones* com aplicativos que permitem o emprego da realidade aumentada na realização de rotas por sítios arqueológicos, os quais estão destruídos ou danificados, torna-se muito útil, pois essas ferramentas facilitam a aproximação do Patrimônio aos visitantes (LÓPEZ; MORENO, 2018).

Segundo Corpas e Castillo (2019), os turistas produzem conteúdo quase que imediatamente nas redes sociais através de fotografias, informações e experiências entre pessoas e turistas em potencial e reais. Com relação ao turismo arqueológico, os impactos positivos podem impulsionar governos e gestores a perceberem uma possibilidade para gerar novos conteúdos ao usarem esses espaços para atrair turistas mais conscientes com relação à valorização dos sítios arqueológicos.

Na Espanha, por exemplo, as novas TICs estão sendo amplamente utilizadas em sítios e em museus para aumentar e melhorar a interação com o público, além de proporcionarem melhorias em termos de promoção com a comunidade virtual (ROMÁN; GONZÁLEZ; GASCÓN, 2017).

As novas TICs são um campo onde existem várias possibilidades para o segmento de turismo cultural, como, por exemplo, projeto de vídeo-guias, dispositivos ópticos inteligentes que facilitam os processos de imersão

histórica, experiências personalizadas em museus, compartilhamento de informações, técnicas de mapeamento de vídeo e holografia, além de outras referências como as técnicas de realidade aumentada (CARO; LUQUE; ZAYAS, 2015; LÓPEZ; MORENO, 2018).

As inovações impulsionadas pela *Internet das coisas* (*Internet of Things – IoT*) têm implicações importantes para o desenvolvimento do turismo, porque as viagens envolvem movimento no tempo e no espaço, e os ambientes considerados inteligentes tendem a crescer para atender às necessidades contextuais do viajante, de forma difusa e não invasiva. Por exemplo, sensores embutidos em atrações turísticas permitirão que os prestadores de serviços de turismo rastreiem a localização dos turistas e seu comportamento de consumo para que serviços baseados em localização possam ser oferecidos. Tecnologias vestíveis, como relógios inteligentes, desempenham um papel importante nisso, além de coletarem dados através de seus sensores e câmeras, mas também se comunicam com a rede e potencialmente com a IoT e suportam altos níveis de conectividade, sem interferir na experiência. No nível de gerenciamento, esse tipo de sistema pode ser empregado para controlar o número de visitantes em *sites* turísticos específicos, usando uma variedade de sensores com a capacidade de carga de cada *site* como referência (GRETZEL *et al.*, 2015).

As novas TICs contribuem, ainda, para a valorização da experiência quando, ao invés de apenas observarem passivamente os edifícios e locais históricos, há jogos que incentivam os turistas a explorarem ativamente a história por trás de cada edifício e atração para que possam se envolver com o objeto, de uma maneira divertida, oferecendo uma compreensão mais profunda e significativa da experiência. “O conceito de imersão em jogos também pode ser usado para melhorar experiências turísticas” (XU; BUHALIS; WEBER, 2017, p. 249).

Serius Games ou jogos sérios estão cada vez mais sendo utilizados em empresas, treinamentos, negócios, educação, assistência médica e outros. No Turismo, a gamificação do turismo pode contribuir para um grande leque de possibilidades como, por exemplo, para “[...] interações mais gratificantes e maior nível de satisfação, além de aumentar o reconhecimento da marca

e a lealdade ao destino” (XU; BUHALIS; WEBER, 2017, p. 244). Podem ser criados sistemas gamificados cuidadosamente projetados para que os turistas possam “[...] escolher seus avatares e ter a liberdade de interpretar e aprimorar sua experiência de uma maneira divertida e estimulante, levando a um maior nível de satisfação” (XU; BUHALIS; WEBER, 2017, p. 244-249).

Além da tecnologia, uma nova postura de participação colaborativa para a sustentabilidade deve ser realidade nas próximas décadas. Pode-se esperar que, no próximo período, “[...] um progresso contínuo nas TICs incentive o aumento da comunicação e colaboração entre turistas e partes interessadas no destino, contribuindo para a consecução dos objetivos” (JOVICIC, 2017, p. 04) e a realização de experiência turística de alta qualidade e resultados comerciais bem-sucedidos para as partes interessadas no destino.

Em todos os setores e departamentos relacionados ao Turismo haverá o uso inteligente das tecnologias, por exemplo, pela possibilidade de uma interação maior com o público em museus virtuais, “[...] sejam eles representações virtuais de museus já existentes ou criados especialmente para a rede mundial de computador” (BAUER; SOHN; OLIVEIRA, 2019, p. 303).

As novas TICs estão sendo utilizadas em favor dos destinos turísticos que buscam atender e superar as expectativas do público-alvo determinado, fazendo com que ele retorne ao destino e, principalmente, promova-o em sua rede social com comentários *online*, incentivando novos turistas. Para tal, é importante utilizar o conhecimento e a *expertise* existentes em países da Europa, por exemplo, para evitar que se utilizem de forma equivocada programas e serviços que devem, antes de tudo, estar adaptados e acessíveis a todos os tipos de público (ASENSIO; HERNANZ, 2010; ENGEL; BÚRIGO; PEREIRA, 2015).

DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES OU *SMART DESTINATIONS*: UMA REFLEXÃO SOBRE O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE DESTINOS ARQUEOTURÍSTICOS

O conceito de Destino Turístico Inteligente adotado pela SEGITTUR (*Sociedad Estatal para la Gestión de la Innovación y las Tecnologías Turísticas*) considera que um destino inteligente é um destino turístico inovador, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda, que

[...] garante o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível a todos, que facilita a interação e integração do visitante com o meio ambiente e melhora a qualidade de sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes daquele local. (LÓPEZ DE ÁVILA *et al.*, 2015, p. 104).

Destinos Turísticos Inteligentes ou “*Smart Destinations*” são territórios turísticos que possuem projetos e objetivos definidos para criar um desenvolvimento sustentável baseado nas limitações e capacidades locais, potencializando a integração da tecnologia em toda a relação criadora de valor do destino, bem como reforçar e incorporar ações entre gestores públicos e privados a fim de promover maior competitividade do destino (GRETZEL; SCARPINO-JOHNS, 2018). Dentro dessa visão de território, desde que o turismo passou a ser objeto de estudo de disciplinas mais focadas nas suas variáveis “[...] espaciais e culturais (geografia, sociologia, antropologia e urbanismo), as categorias espaço e território vêm sendo utilizadas com bastante ênfase e constância, permeadas por outras como a de lugar e de região” (FRATUCCI, 2014, p. 89).

De acordo com López de Ávila *et al.* (2015), a concepção de destinos turísticos inteligentes está ligada a uma gestão ambiental inteligente para atingir a eficiência energética, a gestão sustentável dos recursos hídricos e o tratamento dos resíduos, que focam na sustentabilidade e nos pilares que são responsáveis pelos benefícios, tais como: qualidade de vida, competitividade, experiência turística e espaços inovadores.

Destinos Turísticos Inteligentes podem ser considerados “[...] locais que utilizam as TICs disponíveis para permitir que a demanda e a oferta co-criem valor, prazer e experiências para o turista e riqueza, lucro e benefícios para as organizações e o destino” (BOES; BUHALIS; INVERSINI, 2016, p. 109).

A necessidade de modernização e a correta utilização das novas TICs devem ser vistas pelas organizações e atores envolvidos no processo como um conjunto de ações com o objetivo de tentar proteger da destruição bens que apresentem valor excepcional para a comunidade mundial. Nessa perspectiva, “[...] a Convenção do Patrimônio Mundial pode ser entendida como importante aliada para a proteção de atrativos e espaços dos quais o Turismo se utiliza” (WIDMER, 2008, p. 15).

De acordo com Meijer e Bolivar (2015, n.p.), “[...] a inteligência de uma cidade se refere à sua capacidade de atrair capital humano e mobilizar esse capital humano em colaborações entre os diversos atores (organizados e individuais) através do uso de TICs”. Bastos *et al.* (2007, p. 54) consideram que não é possível transformar o patrimônio cultural arqueológico em veículo de desenvolvimento turístico sustentado e de forma efetiva, “[...] sem antes garantir a ele os atributos necessários da apropriação pública, uma vez que os bens arqueológicos por definição são bens de alcance social”.

A estrutura digital gerada em uma cidade inteligente estabelece um canal de comunicação entre todos os setores que a configuram, incluindo turismo, cultura e patrimônio. Um destino turístico inteligente é resultado das cidades inteligentes e utiliza canais de comunicação digital como “[...] meio de troca de informações, fácil e rapidamente, entre o usuário, visitante ou

residente, com os diferentes elementos de interesse, seja patrimônio cultural, comércio ou hotelaria” (GÓMEZ; SERVER; JARA, 2017, p. 391).

Um destino turístico é considerado inteligente quando assume novas posturas relacionadas à sustentabilidade e faz uso intensivo da infraestrutura tecnológica fornecida pela cidade inteligente para: (1) aprimorar a experiência turística dos visitantes, personalizando e conscientizando-os sobre os serviços e produtos locais e turísticos disponíveis para eles no destino e (2) capacitando organizações de gerenciamento de destino, instituições locais e empresas de turismo “[...] a tomar suas decisões e tomar ações com base nos dados produzidos no destino, reunidos, gerenciados e processados por meio da infraestrutura de tecnologia “ (LAMSFUS *et al.*, 2015, p. 364).

Em termos de valorização do patrimônio, “[...] a criação de uma cidade inteligente deve se basear nas necessidades reais de uma cidade, de sua história, seu ecossistema econômico” (GÓMEZ; SERVER; JARA, 2017, p. 391), o que significa dizer que, além de organizações, empresas e infraestrutura, a localidade precisa de gestão, imagem, identidade e governança eficiente, primando pela sustentabilidade com foco no ser humano e em suas necessidades.

Os destinos turísticos inteligentes aplicam, na visão de Corrêa, Gosling e Gonçalves (2019, p. 42), “[...] os princípios das cidades inteligentes a áreas urbanas ou rurais para suportar a mobilidade, hospedagem, alimentação e entretenimento de seus visitantes, principalmente por meio de aplicativos que os conectam às experiências disponíveis no destino”. Na visão desses autores, com o advento das tecnologias disruptivas, notadamente a *Internet of Things* (IoT) e o *Big Data*, as cidades também se tornaram inteligentes por meio da integração da tecnologia de comunicação e informação na sua infraestrutura física (CORRÊA; GOSLING; GONÇALVES, 2019).

O uso da IoT permite abrir uma porta para uma filosofia de cocriação com o visitante e o cidadão, um valor com maior diferencial para projetos de natureza cultural e turística, os quais contribuem para “[...] a criação de Destinos Inteligentes, permitindo uma realidade trans-mídia, que combina a experiência cultural física, bem como as possibilidades multimídia do mundo

online” (GÓMEZ; SERVER; JARA, 2017, p. 392; GUARDA; HAZ; AUGUSTO; VITOR, 2018, p. 378).

Os aplicativos móveis de realidade aumentada já são utilizados na arqueologia desde algum tempo, “[...] mas não devemos esquecer que o público-alvo é limitado, com processos não padronizados e cada equipe de pesquisa trabalha de maneira substancialmente diferente” (MENÉNDEZ; GUERRA; MONTERO, 2015, p. 51).

A facilidade dos modelos tridimensionais, que são gerados com o uso das tecnologias, pode ter contribuições diferentes, tais como fazer visitas virtuais, “[...] recriar acabamentos ou aplicar animações que oferecem mais realismo e, assim, ser capaz de ajudar a entender e interpretar o sítio e, acima de tudo, fornecer uma boa ferramenta de divulgação” (MENÉNDEZ; GUERRA; MONTERO, 2015, p. 54).

Boes, Buhalis e Inversini (2016) corroboram esse aspecto ao afirmarem que a gestão inteligente de destinos turísticos se tornou mais complexa a partir dos rápidos avanços da tecnologia, que permitem a integração coletiva de recursos e a conectividade que gera a cocriação de produtos e serviços turísticos por todos os atores do ecossistema de destinos turísticos inteligentes, como grandes eventos, por exemplo. As redes interorganizacionais da atualidade se utilizam da combinação de sistemas tecnológicos interconectados e interoperáveis, e o conhecimento de pessoas em rede aumenta o potencial de vantagem competitiva sustentada nos destinos turísticos (ZAGHENI; SILVA, 2012).

Seria possível se referir à diversidade e complexidade dos destinos turísticos existentes em todo o mundo, o que sugere que será necessário personalizar os modelos de Destinos Turísticos Inteligentes, ou seja, dependendo das características que definem cada um dos destinos, para detectar quais são suas necessidades e identificar e implementar as novas soluções de TICs necessárias para cada realidade específica, com especial atenção a questões culturais e históricas (GIL; FERNANDÉZ; HERRERO, 2015).

Para Gretzel e Scarpino-Johns (2018), muitos destinos turísticos, no mundo todo, estão implementando iniciativas inteligentes para aumentar

sua competitividade e apoiar seus objetivos de sustentabilidade. No entanto, para que o desenvolvimento do turismo inteligente possa ajudar a desenvolver resiliência e governança com sustentabilidade, é necessário focar em integração, compartilhamento, gestão inteligente e inovação, suportando algumas condições específicas, tais como: conectividade, aprendizado, flexibilidade e adaptabilidade às novas regras do turista mais consciente.

Um destino turístico inteligente e inovador não se caracteriza apenas pela tecnologia digital. A sustentabilidade agrega valor aos destinos e aos serviços, tornando os produtos e serviços mais competitivos sob o ponto de vista da cooperação e da colaboração. As dimensões analisadas neste estudo e relacionadas no Quadro 3, que fazem parte do Processo de Desenvolvimento do Turismo Arqueológico sob a ótica de Destinos Turísticos Inteligentes são: Governança, Tecnologia, Acessibilidade, Sustentabilidade e Inovação.

Quadro 3 - Síntese das Dimensões do Processo de Desenvolvimento do Turismo Arqueológico sob a ótica de Destinos Turísticos Inteligentes

DIMENSÕES	ABRANGÊNCIA	REFERÊNCIAS
Governança	Mobilidade, planejamento urbano, treinamento, comunicação, redes interorganizacionais.	López de Ávila et al. (2015); Boes, Buhalis e Inversini (2016); Gil, Fernández e Herrero (2015); Ivars-Baidal, Solsona-Monzonís e Giner-Sánchez (2016); Gomes, Gândara, Ivars-Baidal (2017); Santos et al. (2016); Zagheni e Silva (2012).
Tecnologia	Gestão do Destino com Monitoramento e Controle, Novas TICs, <i>Big Data</i> , Compartilhamento.	Boes, Buhalis e Inversini (2016); Gil, Fernández e Herrero (2015); Gomes, Gândara, Ivars-Baidal (2017); Gómez, Server e Jara (2017); Ivars-Baidal, Solsona-Monzonís e Giner-Sánchez (2016); López de Ávila et al. (2015); López e Moreno (2018); Zagheni e Silva (2012).

Continua...

Continuação.

DIMENSÕES	ABRANGÊNCIA	REFERÊNCIAS
Acessibilidade	Acessibilidade física e digital para pessoas com limitações. Turismo acessível a todos.	Gomes, Gândara, Ivars-Baidal (2017); Boes, Buhalis e Inversini (2016); Corrêa, Gosling e Gonçalves (2019); Gil, Fernández e Herero (2015); Ivars-Baidal, Solsona-Monzonis e Giner-Sánchez (2016); López de Ávila <i>et al.</i> (2015).
Sustentabilidade	O destino é sustentável nos aspectos econômico, ambiental, socio-cultural e político-institucional.	Boes, Buhalis e Inversini (2016); Gomes, Gândara, Ivars-Baidal (2017); Brasil (2019); Corrêa, Gosling e Gonçalves (2019); Grimm <i>et al.</i> (2013); Ivars-Baidal, Solsona-Monzonis e Giner-Sánchez (2016); López de Ávila <i>et al.</i> (2015); Santos <i>et al.</i> (2016); Zagheni e Silva (2012).
Inovação	O destino inova em produtos, serviços e mercados.	Ivars-Baidal, Solsona-Monzonis e Giner-Sánchez (2016); Gomes, Gândara, Ivars-Baidal (2017); Boes, Buhalis e Inversini (2016); López de Ávila <i>et al.</i> (2015); Zagheni e Silva (2012).

Fonte: Elaborado pelas autoras com base na pesquisa e em SEGITTUR (2020).

De acordo com López de Ávila *et al.* (2015), a concepção de destinos turísticos inteligentes está ligada a uma gestão ambiental inteligente para atingir a eficiência energética, a gestão sustentável dos recursos hídricos e o tratamento dos resíduos, que focam na sustentabilidade e nos pilares que são responsáveis pelos benefícios, tais como: a) qualidade de vida; b) competitividade; c) experiência turística; e d) espaços inovadores.

Além das dimensões dos Destinos Turísticos Inteligentes, o modelo proposto por Guimarães *et al.* (2018a) se constituiu em cinco dimensões criadas para atender às necessidades da gestão do turismo arqueológico, sendo

elas: Educação Patrimonial; Reconhecimento do Potencial; Políticas Públicas; Programa e Parcerias, que abrange a análise de ações e medidas para a valorização e proteção de sítios arqueológicos e a sistematização de proposições para o ordenamento do segmento turístico; Promoção e Divulgação e, por último, Monitoramento e Avaliação, que devem estar presentes no decorrer do processo, pois “[...] seu objetivo é gerir as informações, os impactos e os conflitos que possam surgir no decorrer do processo de Gestão” (GUIMARÃES *et al.*, 2018a, p. 77).

Segundo López de Ávila *et al.* (2015, p. 63), “[...] são muito positivos os benefícios e vantagens competitivas de adoção de um modelo de destino inteligente significativo porque eles não são apenas sentidos no setor de turismo da região, mas em muitos outros”. Na visão dos autores, são consequências: melhoria da governança (mobilidade, planejamento urbano, treinamento, comunicação), sustentabilidade (comércio local, economia de energia, promoção da história local e cultura) e acessibilidade regional; aumento da competitividade, criação de novos negócios e empregos e rentabilidade das empresas; melhor qualidade de vida para residentes e destino experiência para visitantes; maior distinção de concorrentes destinos; um ambiente de inovação através de novas parcerias público-público e público-privadas; e inclusão do conhecimento da área para a coleta de dados e subsequente análise e o uso das TICs para criar uma relação produtiva com turistas, moradores e empresas.

ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Destinos Turísticos Inteligentes possuem, em sua estrutura, prerrogativas que envolvem sustentabilidade, integração, compartilhamento, gestão inteligente, inovação, conectividade, aprendizado, flexibilidade e adaptabilidade (GRETZEL; SCARPINO-JOHNS, 2018). A crescente interação entre visitantes e destinos através das Novas TICs é algo que merece ser analisado, considerado e melhor explorado por “[...] entes públicos, privados e auxiliado

pela academia ante a inegável mudança de comportamento das pessoas, que dependem, cada vez mais, dos meios digitais para a pesquisa, o aproveitamento e memórias de suas viagens” (MISKALO-CRUZ; GÂNDARA, 2016, p. 15).

O aprimoramento da gestão turística dos sítios culturais e naturais brasileiros, declarados Patrimônio Mundial, fomenta a estruturação de destinos turísticos, de forma a torná-los autossustentáveis, melhorando o ambiente de negócios e adequando-os à dinâmica atual da atividade turística, com maior integração entre instituições governamentais, iniciativa privada e sociedade (BRASIL, 2019). Para a correta e sustentável utilização do patrimônio arqueológico como atrativo turístico, é de fundamental importância o planejamento e a gestão da atividade, pois “[...] sendo um ambiente frágil, o impacto gerado ao meio deverá ser minimizado para não se colocar em risco o próprio patrimônio” (GUIMARÃES *et al.*, 2018a, p. 69).

Para os turistas ou as pessoas leigas sobre o assunto, as consequências do abuso e da utilização indevida dos sítios arqueológicos talvez passem despercebidas, daí a necessidade de um trabalho conjunto com especialistas que “[...] ordenem e organizem os processos de viabilização do turismo arqueológico, em virtude da necessidade de regularização do potencial de interlocução com a população e da necessidade de preservação dos sítios pelo uso disciplinado” (PARDI, 2007, p. 308).

Assim, de acordo com o objetivo deste estudo sobre as contribuições das novas tecnologias da informação e comunicação para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico sob a ótica de Destinos Turísticos Inteligentes, é possível afirmar que as novas experiências de Destinos em torno de práticas de vanguarda corroboram as novas soluções as quais estão surgindo para antigos problemas que ameaçavam a utilização do patrimônio para o turismo, além de novas formas de buscar investimentos e parcerias.

Segundo Machado, Lopes e Gheno (2009, p. 579), a partir das experiências de outros destinos e dos estudos até então desenvolvidos, cabe considerar as potencialidades turísticas e refletir sobre o papel do poder público e da iniciativa privada, além dos “[...] fatores comuns que os congregam em

torno do Patrimônio, sob pena de nem um nem outro alcançar êxito em seus empreendimentos”.

A profissionalização do Setor abre novas possibilidades de modernização e de melhores resultados através de ações efetivas, com maior aproximação entre os profissionais que atuam tanto na Arqueologia como no Turismo. Conforme as contribuições de Manzato (2013, p. 39), “[...] o arqueólogo vê no Turismo uma forma de se aproximar e interagir com a comunidade e o turismólogo vê na Arqueologia uma importante fonte de pesquisa e prática para o desenvolvimento de uma atividade cultural sustentável”.

A partir do encontro da Organização Mundial do Turismo, que ocorreu em outubro de 2018, em Guilin, foi elaborada a publicação intitulada “*The Future of Tourism: Road to 2030*” ou “O Futuro do Turismo: jornada até 2030”, na qual se constata a busca por construir conhecimento e capacitar e inspirar as partes interessadas em Turismo para tomarem as medidas necessárias a fim de acelerarem a mudança para um setor turístico mais sustentável, alinhando políticas, operações de negócios e investimentos com os objetivos globais. Assim, o processo de inovação e de utilização das TICs nos Destinos Turísticos Inteligentes deve acompanhar esses objetivos, sendo necessária uma estrutura de implementação clara, financiamento e investimento adequados em tecnologia, infraestrutura e recursos humanos para alcançar essa agenda (UNWTO, 2018).

A proposição de desenvolvimento do Turismo Arqueológico convida a olhar para o “[...] debate travado no âmbito do saber arqueológico, de modo a se observar como seus profissionais estão compreendendo seu papel social, e de que modo a relação turismo-arqueologia pode ser (ou/e é) recebida por estes” (COSTA; REIS, 2016, p. 70).

Ao concluir sua pesquisa, Alfonso (2012, p. 309) assevera que, apesar de existirem diferentes contextos e organizações ligadas ao Turismo, sejam empresas privadas ou do poder público municipal, “[...] fica patente que pro-

jetos de Arqueologia associados ao Turismo Sustentável podem ser levados a cabo com êxito e contribuir para a gestão do patrimônio”.

Construir um diálogo inteligente pressupõe “[...] incorporar conceitos e dimensões cognitivas que favoreçam a comunicação e, portanto, a interação entre as partes, bem como a troca, o intercâmbio e a mútua compreensão sobre algo que se compartilha e que se torna senso comum” (BRITO, 2019, p. 34). Assim, nos dias atuais, proporcionar uma melhor relação entre patrimônio e turismo não é só fundamental como, também, uma exigência.

É premente a necessidade de investir na construção de “[...] uma infraestrutura de hospitalidade – sinalização, centro de visitantes, centro de interpretação de monumentos, zonas de estacionamento etc. – para oferecer serviços e assistência complementares” (BRITO, 2019, p. 35) com vistas ao desenvolvimento da atividade turística. É preciso, portanto, tornar o patrimônio cultural acessível a todos, residentes e visitantes, desde uma lógica turístico-cultural, que implique o despertar do interesse e o conhecimento e que conte com a colaboração de todos para a preservação.

Guimarães *et al.* (2016) corroboram ao concluírem que sítios arqueológicos, no litoral sul do estado de Santa Catarina, por exemplo, vêm sendo depredados ao longo do tempo pela expansão urbana, o desconhecimento e a prática de esportes radicais. Apesar da vulnerabilidade, “[...] essa realidade pode ser transformada, desde que medidas legais estejam aliadas às ações de valorização para a sensibilização e preservação do patrimônio arqueológico regional” (GUIMARÃES *et al.*, 2016, p. 276).

É possível perceber que há toda uma geração de destinos que estão se adaptando e aprendendo a melhorar sua sustentabilidade e sua competitividade para a gestão do Turismo local com capacidade para influenciar ou, inclusive, para criar seu próprio futuro (IVARS-BAIDAL; SOLSONA-MONZÓNIS; GINER-SÁNCHEZ, 2016). A ótica de Destinos Turísticos Inteligentes se apresenta como um modelo desejado a ser alcançado no Brasil, com prioridade no Turismo Cultural.

Souza (2012, p. 102) sugere em seu estudo que há a necessidade de serem propostas estratégias de gestão para os sítios brasileiros, com uso e/ou potencial turístico, de maneira adequada às suas múltiplas especificidades, sendo prioridade estabelecer um mapeamento dessas experiências no Brasil e propõe diretrizes para um “Plano Nacional de Turismo Arqueológico” consistente a partir de um diagnóstico do turismo arqueológico no País, visando à promoção e regulamentação da utilização dos sítios arqueológicos em produtos turísticos sustentáveis.

As políticas públicas de turismo, cujas diretrizes estão no Plano Nacional de Turismo 2018-2022, precisam estar adequadas às características regionais, mas para que sejam efetivas precisam enfrentar dilemas e problemas que o setor de turismo sofre desde há muito tempo no Brasil, como a falta de investimento em infraestrutura e recursos humanos, a tecnologia de ponta e a integração para o desenvolvimento socioeconômico sustentável (LOHMANN; PANOSSO NETTO, 2008; BRASIL, 2018).

O futuro das representações rupestres, em Santa Catarina, passa por questões mais amplas, que atingem as políticas de proteção voltadas para o patrimônio arqueológico. Além da conservação das gravuras, a preservação dos ecossistemas que integram esse patrimônio também deve ser uma preocupação da arqueologia. A falta de investimentos para um Turismo Arqueológico sustentável e bem planejado pode colocar em risco o patrimônio, quando a própria comunidade, por falta de conhecimentos, por necessidades financeiras ou por costumes inadequados, não valoriza e não se importa com os cuidados ao patrimônio local (COMERLATO, 2005). É fundamental, dessa forma, que governos e setor privado relacionado ao turismo percebam a importância da implantação e execução de “[...] políticas e planos de acessibilidade urbana em áreas históricas, levando em consideração singularidades patrimoniais, envolvendo todos os atores na efetivação e avanço de ações” (SANTOS *et al.*, 2016, p. 22).

O desenvolvimento sustentável do turismo, utilizando como atrativos os sítios arqueológicos, deverá ser concebido a partir de planejamento

estratégico e da visão de redes interorganizacionais para que haja a utilização deles, sem que comprometa a integridade do local e garanta o acesso às gerações futuras, seguindo o princípio da sustentabilidade. Deve-se garantir que esse desenvolvimento não seja um agente explorador do recurso, mas sim uma ferramenta de sensibilização das comunidades autóctones (FIGUEIREDO; PEREIRA, 2007; GUIMARÃES, 2012). Verifica-se, portanto, que é necessário criar redes interorganizacionais para promover o turismo sustentável relacionado ao patrimônio arqueológico, especialmente como produto turístico. O trabalho “[...] deve ser concluído com uma política e planejamento de ações destinadas a incorporar os sítios arqueológicos acessíveis à oferta cultural da região onde estão localizados” (TRESSERRAS, 2004, p. 6).

Segundo Alfonso (2012, p. 306), as contribuições das TICs para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico podem ser analisadas no sentido de “[...] aumentar as possibilidades de uso de novas ferramentas que permitiriam maior acesso à comunidade, assim como da materialização das inovações pela Educação Patrimonial”, visando à continuidade do trabalho dos profissionais envolvidos.

Quadro 4 - As contribuições das TICs para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico

CONTRIBUIÇÕES	RESULTADOS ESPERADOS
Acessibilidade, conectividade e controle.	Pontos turísticos e sítios arqueológicos mais acessíveis, preservados e seguros.
Melhora as plataformas de informações.	Informação atualizada com mais rapidez.
Maior rapidez nos processos.	Reservas, confirmações e outras solicitações mais eficazes.
Facilidade para comparar e comprar pacotes de viagens.	Retenção da demanda.
Transparência nas informações.	Inclusão social e satisfação do turista.

Continua...

Continuação.

CONTRIBUIÇÕES	RESULTADOS ESPERADOS
Incentiva o consumo colaborativo.	Comportamento mais consciente.
Melhora o relacionamento do turista com o destino.	Aumenta o período de permanência.
Melhora a qualidade da experiência no destino.	Fidelização do turista, que se torna promotor do destino.
Melhora a comunicação e promove a integração de gestores e profissionais.	Desenvolvimento de projetos sustentáveis.
Facilita a educação patrimonial.	Promove relação de respeito, valorização e atitudes conscientes de conservação.
Aprimora a capacidade de organização e gerenciamento do destino.	Investimentos em tecnologia e novos produtos turísticos e arqueoturísticos.

Fonte: Elaborado pelas autoras a partir dos dados da pesquisa (2020).

Conforme descrito no quadro 4, as contribuições das Tecnologias da Informação e Comunicação para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico são positivas tanto do ponto de vista da demanda como do ponto de vista da oferta. Com a tecnologia, os turistas da era digital podem encontrar novos propósitos em suas viagens, como a colaboração com as comunidades através do impacto positivo de sua visita e a conservação do patrimônio.

De acordo com Bezerra (2012, p. 159-160), é preciso que haja, além da tecnologia, o conhecimento de gestão para se construir “[...] uma agenda responsável, na qual o Turismo seja um parceiro no compartilhamento do conhecimento arqueológico, na promoção da preservação do Patrimônio e no empoderamento das comunidades moradoras de seu entorno”.

O Turismo Arqueológico, no Brasil, a partir da análise dos resultados da pesquisa, ainda encontra muito espaço para se desenvolver e conquistar a atratividade e o destaque no mercado do Turismo Cultural. Esse panorama pode ser resultante de diversas razões, entre elas: o patrimônio arqueológico

pouco valorizado, pouco investimento no segmento, descaso com a história, falta de conscientização sobre o potencial turístico, inclusive, desprestígio do tema pela comunidade acadêmica. O turismo arqueológico, ao utilizar as novas TICs para um planejamento e uma gestão eficazes da atividade, torna-se um poderoso parceiro para a valorização e a preservação, um recurso para garantir a salvaguarda, porém o desenvolvimento inconsequente, por outro lado, pode causar danos irreversíveis ao patrimônio. Esse segmento deve ser desenvolvido sob o olhar atento da arqueologia e ter o apoio incondicional da educação patrimonial – atuando em processos educativos formais e informais – voltada ao *trade* turístico, às comunidades locais e às demais *stakeholders* (BEZERRA, 2012; TRESSERRAS, 2004; MANZATO, 2007; SANTOS, 2007; VELOSO; CAVALCANTI, 2007; WIDMER, 2009; ALFONSO, 2012; GODOY, 2015, 2019; GUIMARÃES; ANJOS, 2015; GUIMARÃES *et al.*, 2018b).

O desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico no Brasil precisa se utilizar das contribuições das TICs, dos modelos de sucesso em Destinos Turísticos Inteligentes na Espanha e em outros países europeus, com o objetivo de valorizar o potencial cultural/arqueológico de cada município, beneficiando a comunidade autóctone por meio da inclusão social, da geração e melhor distribuição de renda, oferecendo qualidade de vida a todos: turistas e moradores.

A realidade brasileira, entretanto, ainda está distante da realidade europeia, sendo possível afirmar que há uma grande lacuna para ser atribuído o conceito de destinos turísticos inteligentes, o que pode ser considerada uma oportunidade em longo prazo, por meio da qual políticas públicas podem e devem ser ampliadas, direcionadas e flexibilizadas a fim de aumentarem investimentos em estruturas tangíveis e intangíveis, como serviços e planejamento para a evolução dos destinos arqueoturísticos (GOMES; GÂNDARA; IVARS-BAIDAL, 2017).

As contribuições das novas tecnologias podem e devem estar alinhadas às necessidades reais, uma vez que são ferramentas que podem ser utilizadas para facilitar processos, melhorar a comunicação, encurtar distâncias e aprimorar a atuação dos gestores.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

As contribuições das TICs estão em constante transformação, acompanham as necessidades dos atores envolvidos e avançam conforme a indústria do Turismo se expande e especializa-se. A utilização adequada das TICs para a construção de Destinos Turísticos Inteligentes deve ser considerada em cada fase do planejamento, da organização, da gestão e durante todo o processo de implantação do Turismo Arqueológico.

Este estudo não tem a pretensão de se tornar um estado da arte sobre o tema, mas sim uma referência e um convite a refletir sobre as contribuições das novas tecnologias da informação e comunicação para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico, sob a ótica de Destinos Turísticos Inteligentes. A análise de trabalhos, pesquisas, artigos científicos, teses e dissertações dos autores pesquisados, além dos dados secundários atualizados, permitiu a abertura de novas reflexões e a descoberta de possibilidades sobre as contribuições das Tecnologias da Informação e Comunicação para o Turismo Arqueológico no Brasil.

Como proposta de estudos futuros se sugere o desenvolvimento de pesquisas aplicadas para investigar como as novas TICs podem contribuir para transformar uma região potencial em um Destino Turístico Inteligente, com vistas à sua identidade cultural valorizada através do Turismo Arqueológico.

Dessa forma, é papel dos atores envolvidos com o desenvolvimento sustentável do Turismo buscar a organização e o fortalecimento do setor, no sentido de utilizar as novas Tecnologias da Informação e Comunicação para um novo panorama, que permita à comunidade local conhecer e valorizar seu patrimônio, tornando-se um elo importante nas interações com turistas e visitantes, contribuindo para sua interpretação e preservação, bem como para a sensibilização dos gestores. O envolvimento da comunidade na valorização dos recursos culturais é uma das premissas para o desenvolvimento sustentável do Turismo Arqueológico.

REFERÊNCIAS

ALFONSO, L. **Arqueologia e Turismo: sustentabilidade e inclusão social**. 2012. Tese (Doutorado em Arqueologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2012. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis/71/71131/tde-16012013-141541/pt-br.php>. Acesso em: 10 jan. 2020.

ANDRADE, J. V. **Turismo: fundamentos e dimensões**. São Paulo: Ática, 2004.

ANSARAH, M. G. R.; PANOSSO NETTO, A. (Orgs.). **Produtos turísticos e novos segmentos de mercado: planejamento, criação e comercialização**. São Paulo: Manole, 2015.

ANSARAH, M. G. R.; PANOSSO NETTO, A. (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico: estudos, produtos e perspectivas**. Barueri, SP: Manole, 2000.

ASENSIO, M.; HERNANZ, E. Lazos de luz azul: del controvertido uso de las TICs en museos. In: SEMINÁRIO DE INVESTIGAÇÃO EM MUSEOLOGIA DOS PAÍSES DE LÍNGUA PORTUGUESA E ESPANHOLA, 1., 2010, Porto. **Anais [...]**. Porto: Universidade do Porto, 2010, v. 3, p. 87-98. Disponível em: <https://www.academia.edu/1114273>. Acesso em: 06 jan. 2020.

ASSUNÇÃO, D. **Sambaquis da Paleolaguna de Santa Marta: em busca do contexto regional no litoral sul de Santa Catarina**. 2010. Dissertação (Mestrado em Arqueologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2010. Disponível em: <https://teses.usp.br/teses/disponiveis>. Acesso em: 18 out. 2019.

BARBOSA, F. F. O turismo como um fator de desenvolvimento local e/ou regional. **Caminhos de Geografia**, [s.l.], v. 10, n. 14, p. 107-114, fev. 2005. Disponível em: <http://www.seer.ufu.br/index.php/caminhosdegeografia/article/viewFile/15380/8679>. Acesso em: 06 jan. 2020.

BARRETTO, M. **Turismo e Legado Cultural: as possibilidades de planejamento**. Campinas, SP: Papirus, 2000.

BASTOS, R. L.; BRUHNS, K.; SOARES, F. C.; TEIXEIRA, A. **A arqueologia na ótica institucional**: IPHAN, contrato e sociedade. Erechim, RS: Habilis, 2007.

BAUER, J. E.; SOHN, A. P.; OLIVEIRA, B. S. Turismo Cultural: um estudo sobre museus e internet. **Rev. Tur., Visão e Ação**, Balneário Camboriú, v. 21, n. 3, p. 291-308, set./dez. 2019. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/download/15301/8705>. Acesso em: 09 jan. 2020.

BENI, M. C. (Org.). **Planejamento estratégico e capacidade de gestão**: desenvolvimento regional, rede de produção e *clusters*. São Paulo: Manole, 2012.

BENI, M. C. **Análise estrutural do turismo**. 12. ed. São Paulo: Senac, 2007.

BENI, M. C. **Globalização do turismo**: megatendências do setor e a realidade brasileira. São Paulo: Aleph, 2003.

BENI, M. C. **Política e planejamento de Turismo no Brasil**. São Paulo: Aleph, 2006.

BEZERRA, M. Arqueologia, turismo e comunidades locais: reflexões de uma turista [arqueóloga] aprendiz. In: FIGUEIREDO, S. L.; PEREIRA, E.; BEZERRA, M. **Turismo e gestão do patrimônio arqueológico**. Belém: IPHAN, 2012, p. 149-164. Disponível em: <https://www.academia.edu/4027240>. Acesso em: 06 jan. 2020.

BOES, K.; BUHALIS, D.; INVERSINI, A. Smart tourism destinations: ecosystems for tourism destination competitiveness. **International Journal of Tourism Cities**, [s.l.], v. 2, n. 2, 2016. Disponível em: <http://centaur.reading.ac.uk/75357/>. Acesso em: 22 set. 2019.

BOTELHO, L.; CUNHA, C.; MACEDO, M. O método da revisão integrativa nos estudos organizacionais. **Revista Gestão e Sociedade**, Belo Horizonte, v. 5, n. 11, p. 121-136, maio/ago. 2011. Disponível em: <http://www.spell.org.br/documentos/ver/10515/o-metodo-da-revisao-integrativa-nos-estudos-org--->. Acesso em: 06 jan. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Brasil ganha Política Nacional de Gestão Turística do Patrimônio**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2019. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 08 jan. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Plano Nacional do Turismo: diretrizes, metas e programas 2018-2022**. Brasília/DF: Mintur, 2018. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 06 jan. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Segmentação do Turismo: marcos conceituais**. Brasília, DF: Ministério do Turismo, 2006. Disponível em: <http://www.turismo.gov.br>. Acesso em: 06 jan. 2020.

BRASIL. Ministério do Turismo. **Turismo Cultural: orientações básicas**. 3. ed. Brasília, DF: Secretaria Nacional de Políticas de Turismo, Departamento de Estruturação, Articulação e Ordenamento Turístico, Coordenação-Geral de Segmentação, 2010.

BRITO, M. A certificação de destinos patrimoniais na qualificação do turismo cultural no Brasil. **Revista do Patrimônio do IPHAN**, [s.l.], n. 40, p. 31-55, 2019. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/revista-dopatrimonio40web.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2020.

CARO, J. L.; LUQUE, A.; ZAYAS, B. Nuevas tecnologías para la interpretación y promoción de los recursos turísticos culturales. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 13, n. 4, p. 931-945, 2015. Disponível em: <https://pdfs.semanticscholar.org>. Acesso em: 18 out. 2019.

COMERLATO, F. As representações rupestres do estado de Santa Catarina, Brasil. **Revista de Arte OHUN**, Bahia, ano 2, n. 2, p. 1-15, out. 2005. Disponível em: <http://www.revistaohun.ufba.br>. Acesso em: 19 out. 2019.

COMERLATO, F. Oficinas líticas do litoral central de Santa Catarina. **Cadernos do LEPAARQ (Laboratório de Antropologia e Arqueologia)**, Pelotas, v. 12, n. 23, p. 183-189, 2015. Disponível em: <https://periodicos.ufpel.edu.br/ojs2/index.php/lepaarq/article/view/4771>. Acesso em: 06 jan. 2020.

COOPER, C.; HALL, C. M.; TRIGO, L. G. G. **Turismo contemporâneo**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2011.

CORPAS, N.; CASTILLO, C. Tourism 3.0 and archaeology: approaching tourists' generated-content of World Heritage sites. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 17, n. 1, p. 39-52, jan./abr. 2019. ISSN 1695-7121. Disponível em: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.003>. Acesso em: 06 jan. 2020.

CORRÊA, S. C. H.; GOSLING, M. S.; GONÇALVES, C. A. Destinos turísticos inteligentes: um estudo bibliométrico. **Revista Iberoamericana de Turismo-RITUR**, Penedo, v. 9, n. 1, p. 40-61, jun. 2019. Disponível em: <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>. Acesso em: 30 dez. 2019.

COSTA, S. C. **O Planejamento do uso turístico de sítios arqueológicos: o patrimônio arqueológico de Santana e Tartarugueiro, Ponta de Pedras, Marajó (PA)**. 2008. Monografia (Especialização em Arqueologia) - Universidade Federal do Pará, Belém, 2008. Disponível em: <http://livros01.livrosgratis.com.br/ea000820.pdf>. Acesso em: 09 jan. 2020.

COSTA, V. F. **Turismo arqueológico e desenvolvimento sustentável: a possibilidade de aproveitamento do patrimônio arqueológico pré-colonial dos municípios de Garopaba, Imaruí e Imbituba (SC) para a promoção do desenvolvimento sustentável na região**. 2016. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Regional) - Universidade Regional de Blumenau, Blumenau, 2016. Disponível em: http://bdtd.ibict.br/vufind/Record/FURB_9ca3eb2844f739cc918960cfd702358f. Acesso em: 06 jan. 2020.

COSTA, V. F.; REIS, C. Turismo, vestígios arqueológicos e perspectivas de desenvolvimento em Garopaba (SC). **Revista Turismo - Visão e Ação**, [s.l.], v. 18, n. 1, p. 60-82, jan./abr. 2016. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/download/8597/4826>. Acesso em: 03 jan. 2020.

CRESWELL, J. **Projeto de pesquisa: métodos qualitativo, quantitativo e misto**. Porto Alegre: Artmed Bookman, 2007.

DE LA PEÑA, F. D.; HIDALGO, C.; PALACIOS, A. J. Las nuevas tecnologías y la educación en el ámbito del patrimonio cultural. Madrid Industrial, Itinerarios: Un ejemplo de m-learning aplicado al patrimonio industrial. **Tecnología, Ciencia y Educación - TCyE**, CEF, [s.l.], n. 2, p. 51-82, set./dez. 2015. Disponível em: <https://tecnologia-ciencia-educacion.com/judima/index.php/TCE/article/download/52/35>. Acesso em: 2 jan. 2020.

ENGEL, E. P. J.; BÚRIGO, L. A.; PEREIRA, L. C. **Marketing de Relacionamento**. Criciúma: UNESC, 2015.

FERENHOF, H. A.; FERNANDES, R. F. Desmistificando a revisão de literatura como base para redação científica: método SSF. **Revista ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina**, Florianópolis, v. 21, n. 3, p. 550-563, ago./nov. 2016. Disponível em: <https://revista.acbsc.org.br/racb/article/view/1194>. Acesso em: 27 set. 2019.

FERNANDÉZ VÁZQUEZ, J.; LÓPEZ RODRIGUEZ, C.; ARÉVALO IGLESIAS, L. Turismo cultural y nuevas tecnologías de la información: el caso del camino de Santiago y el fomento de la marca país. **Questión Revista Especializada em Periodismo y Comunicación**, La Plata, v. 1, n. 49, p. 241-251, jan./mar. 2016. Disponível em: <http://sedici.unlp.edu.ar>. Acesso em: 20 out. 2019.

FIGUEIREDO, S. L.; PEREIRA, E. Turismo e arqueologia na Amazônia – Brasil: aspectos de preservação e planejamento. In: SEMINÁRIO DA ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE PESQUISA E PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO, 4., 2007, São Paulo. **Anais [...]**. São Paulo: UAM, 2007. Disponível em: <https://repositorio.museu-goeldi.br>. Acesso em: 21 out. 2019.

FRATUCCI, A. C. Turismo e território: relações e complexidades. **Caderno Virtual de Turismo**. Edição Especial: hospitalidade e políticas públicas em turismo. Rio de Janeiro, v. 14, supl. 1, p. 87-96, nov. 2014. Disponível em: www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno. Acesso em: 07 jan. 2020.

GIL, A. M.; FERNANDÉZ, B. Z.; HERRERO, J. L. C. Los destinos turísticos inteligentes en el marco de la inteligencia territorial: conflictos y oportuni-

des. **Investigaciones Turísticas**, [s.l.], n. 10, p. 1-25, jul./dez. 2015. Disponível em: https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/52102/1/Investigaciones_Turisticas_10_01.pdf. Acesso em: 22 set. 2019.

GODOY, R. Arqueoturismo no cerrado e na Amazônia: dois pedaços de um mesmo pote. **Rev. Arqueologia Pública Campinas**, São Paulo, v. 9, n. 2, p. 87-107, dez. 2015. ISSN 2237-8294. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br/ojs/index.php/rap/article/view/8642870>. Acesso em: 09 jan. 2020.

GODOY, R. O 'antropólogo turista' e a arqueologia no Brasil: da retórica à prática. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 17, n. 6, p. 1191-1204, 2019. Disponível em: <http://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/1687>. Acesso em: 03 jan. 2020.

GOELDNER, C. R.; RITCHIE, J. R. B.; MCINTOSH, R. W. **Turismo: princípios, práticas e filosofias**. Porto Alegre: Bookman, 2002.

GOMES, E. L.; GÂNDARA, J. M.; IVARS-BAIDAL, J. A. É importante ser um destino turístico inteligente? A compreensão dos gestores públicos dos destinos do estado do Paraná. **Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo**, São Paulo, v. 11, n. 3, p. 503-536, set./dez. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.7784/rbtur.v11i3.1318>. Acesso em: 07 jan. 2020.

GÓMEZ, A.; SERVER, M.; JARA, A. J. Turismo inteligente y patrimonio cultural: un sector a explorar en el desarrollo de las smart cities. **International Journal of Scientific Management and Tourism**, [s.l.], v. 3, n. 1, p. 389-411, 2017. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/159419531.pdf>. Acesso em: 08 jan. 2020.

GRETZEL, U.; SCARPINO-JOHNS, M. Destination Resilience and Smart Tourism Destinations. **Tourism Review International**, [s.l.], v. 22, n. 3, p. 263-276, 2018. Disponível em: <http://10.3727/154427218X15369305779>. Acesso em: 15 nov. 2019.

GRETZEL, U.; SIGALA, M.; XIANG, Z.; KOO, C. Smart tourism: foundations and developments. **Electron Markets**, [s.l.], v. 25, n. 3, p. 179-199, set. 2015.

Disponível em: <https://link.springer.com/article/10.1007/s12525-015-0196-8>.
Acesso em: 06 jan. 2020.

GRIMM, I. J.; SAMPAIO, C. A.; GREUEL, M. C.; CERVEIRA FILHO, J. L. Políticas públicas do turismo e sustentabilidade: a interrelação na esfera nacional, estadual e local. **Turismo: Visão e Ação**, [s.l.], v. 15, n. 1, p. 95-111, 2013. Disponível em: <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/3546/2492>. Acesso em: 04 jan. 2020.

GUARDA, T.; HAZ, L.; AUGUSTO, M. F.; VITOR, J. A. Pervasive Smart Destinations. *In: Trends and Advances in Information Systems and Technologies*, [s.l.], p. 375-382, 2018. Disponível em: http://10.1007/978-3-319-77700-9_37. Acesso em: 15 jan. 2020.

GUIMARÃES, G. M. **Turismo e Arqueologia**: desenvolvimento, valorização e preservação do patrimônio arqueológico do município de Laguna-SC. 2012. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí, Balneário Camboriú, 2012. Disponível em: <http://www.uniedu.sed.sc.gov.br/wp-content/uploads/2014/04/Geovan-Martins-Guimar%C3%A3es.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2020.

GUIMARÃES, G. M.; ANJOS, F. O turismo arqueológico como segmento turístico. *In: PANOSSO NETTO, A.; ANSARAH, M. G. R. (Eds.). Produtos turísticos e novos segmentos de mercado*: planejamento, criação e comercialização. Barueri, SP: Manole, 2015, p. 209-227.

GUIMARÃES, G. M.; ANJOS, F.; FARIAS, D. S. E.; ARNOLD JÚNIOR, M. Gestão do patrimônio arqueológico e desenvolvimento turístico: ações e propostas. **Rev. Bras. Pesq. Tur.**, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 47-80, dez. 2018a. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_abstract&pid=S1982-61252018000300047&lng=pt&nrm=iso. Acesso em: 10 jan. 2020.

GUIMARÃES, G. M.; ZAMPARETTI, B. C.; FARIAS, D.; ANJOS, F. Turismo arqueológico, educação e os sambaquis do complexo lagunar sul de Santa Catarina: proposta de um circuito para visitação. **Revista Memorare**, Tubarão,

v. 3, n. 3, p. 276-298, set./dez. 2016. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.19177/memorare.v3e32016276-298>. Acesso em: 04 jan. 2020.

GUIMARÃES, G. M; FARIAS, D. S. E. de; ZAMPARETTI, B. C.; ANJOS, F. A Preservação de Sambaquis: turismo como vetor em Tubarão-SC, Brasil. **Revista Rosa dos Ventos Turismo e Hospitalidade**, [s.l.], v. 10, n. 1, p. 169-188, 2018b. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.18226/21789061.v10i1p169.2018>. Acesso em: 21 out. 2019.

HANDCOCK, M. S.; GILE, K. J. On the Concept of Snowball Sampling. **Sociological Methodology**, [s.l.], v. 41, n. 1, p. 367-371, 2011. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1111/j.1467-9531.2011.01243>. Acesso em: 05 jan. 2020.

IGNARRA, L. R. **Fundamentos do turismo**. 2. ed. São Paulo: Pioneira Thompson Learning, 2003.

IVARS-BAIDAL, J. A.; SOLSONA-MONZONÍS, F. J.; GINER-SÁNCHEZ, D. Gestión turística y tecnologías de la información y la comunicación (TIC): el nuevo enfoque de los destinos inteligentes. **Documents d'Anàlisi Geogràfica**, [s.l.], v. 62, n. 2, p. 327-346, 2016. Disponível em: <https://core.ac.uk/download/pdf/78536282.pdf>. Acesso em: 28 out. 2019.

JOVICIC, D. Z. From the traditional understanding of tourism destination to the smart tourism destination. **Current Issues in Tourism**, [s.l.], v. 22, n. 3, p. 276-282, abr. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1313203>. Acesso em: 15 nov. 2019.

KRIPPENDORF, J. **Sociologia do Turismo**. São Paulo: Aleph, 2009.

LAMSFUS, C.; MARTÍN, D.; ALZUA-SORZABAL, A.; TORRES-MANZANERA, E. Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities Focusing on Human Mobility. **Information and Communication Technologies in Tourism**, [s.l.], p. 363-375, fev. 2015. Disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/282483516>. Acesso em: 06 jan. 2020.

LOHMANN, G.; PANOSSO NETTO, A. **Teoria do turismo**: conceitos, modelos e sistemas. São Paulo: Aleph, 2008.

LÓPEZ DE ÁVILA, A.; LANCIS, E.; GARCÍA-SÁNCHEZ, S.; ALCANTUD, A.; GARCÍA, B.; MUÑOZ, N. **Smart Destinations Report**: building the future. Madrid: [s.n.], 2015. Disponível em: <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segitur/.content/galerias/descargas/documentos/Report-on-smart-destinations-en.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2020.

LÓPEZ, D. O.; MORENO, Y. C. Arqueoturismo ¿un fenómeno en auge? Reflexiones acerca del turismo arqueológico en la actualidad en España. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 16, n. 3, p. 599-615, 2018. ISSN 1695-7121. Disponível em: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.044>. Acesso em: 04 jan. 2020.

MACHADO, N. T. G.; LOPES, S. N.; GHENO, D. A. Arqueologia Histórica e a Problemática do Patrimônio: discussões acerca da preservação, turismo e educação patrimonial no Vale do Taquari. **Revista História**, São Paulo, v. 28, n. 1, p. 575-587, 2009. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/his/v28n1/20.pdf>. Acesso em: 11 jan. 2020.

MANZATO, F. **Socialização do patrimônio arqueológico no Estado de São Paulo**: proposta de plano de gestão, interpretação e visitação turística em áreas arqueológicas. 2013. 196 f. Tese (Doutorado em Arqueologia) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2013. Disponível em: <https://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/71/711131>. Acesso em: 11 jan. 2020.

MANZATO, F. Turismo arqueológico: diagnóstico e análise do produto arqueoturístico. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 5, n. 1, p. 99-109, 2007. Disponível em: <http://www.pasosonline.org/Publicados/5107/PS080107.pdf>. Acesso em: 12 jan. 2020.

MANZATO, F. **Turismo arqueológico**: diagnóstico em sítios pré-históricos e históricos no estado de São Paulo. 2005. Dissertação (Mestrado em Turismo) - Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul, 2005.

MANZATO, F.; REJOWSKI, M. Considerações Sobre o Turismo Arqueológico ou Arqueoturismo no Brasil. *In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO DO MERCOSUL - CONSTRUÇÕES TEÓRICAS NO CAMPO DO TURISMO*, 2., 2004, Caxias do Sul. **Anais [...]**. Caxias do Sul: Universidade de Caxias do Sul, 2004. Disponível em: <https://www.ucs.br/site/midia/arquivos/26-consideracoes-sobre-o-turismo.pdf>. Acesso em: 03 dez. 2019.

MEIJER, A.; BOLÍVAR, M. P. R. Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance. **International Review of Administrative Sciences**, [s.l.], v. 82, n. 2, p. 392-408, abr. 2015. Disponível em: <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0020852314564308>. Acesso em: 10 jan. 2020.

MELLO, J. C.; DANTAS, J. D. M. M. Situação atual da atividade turística em São Cristóvão (Sergipe, Brasil). **Revista de Arqueologia Pública**, Campinas, n. 9, p. 95-110, jul. 2014. Disponível em: <https://periodicos.sbu.unicamp.br>. Acesso em: 10 jan. 2020.

MENÉNDEZ, L.; GUERRA, D.; MONTERO, A. Buscando salidas: la didáctica, el arqueoturismo y las nuevas tecnologías en arqueología. **Revista Digital de Arqueologia Profesional - La Linde**, [s.l.], v. 4, p. 36-64, 2015. Disponível em: <http://lalindearqueologia.com>. Acesso em: 04 jan. 2020.

MISKALO-CRUZ, M.; GÂNDARA, J. M. Indicadores para monitoramento e gestão de destinos turísticos inteligentes. **Revista Cultur**, [s.l.], v. 10, n. 02, jun. 2016. Disponível em: <http://periodicos.uesc.br/index.php/cultur/issue/view/124>. Acesso em: 14 jan. 2020.

MOLINA, S.; RODRIGUEZ, S. **Turismo: planejamento integral**. Bauru: EDUSC, 2001.

MOTA, K. C. N. **Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal**. São Paulo: Atlas, 2001.

NEVES, A. J. W. A. das; BIZ, A. A.; BETTONI, E. Creación de itinerarios turísticos en el municipio de Curitiba (PR Brasil): La tecnología 3G como soporte para la creación del aplicativo del Self Guided Walking Tourist. **Estud.**

Perspect. Tur., [s.l.], [online], v. 21, n. 2, p. 388-401, 2012. Disponível em: <https://www.redalyc.org/pdf/1807/180721638006.pdf>. Acesso em: 07 jan. 2020.

OLIVEIRA, A. **Turismo e desenvolvimento**: planejamento e organização. São Paulo: Atlas, 2005.

PANOSSO NETTO, A. **Filosofia do turismo**: teoria e epistemologia. São Paulo: Aleph, 2011.

PARDI, M. L. F. A preservação do patrimônio arqueológico e o turismo. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, Brasília, n. 33, p. 305-337, 2007. Disponível em: http://portal.iphan.gov.br/uploads/publicacao/preservacao_patrimonio_arqueologico_e_turismo.pdf. Acesso em: 06 jan. 2020.

PEREIRA, L. de C.; MARCELINO, C. Economia Colaborativa: a importância das plataformas digitais para o consumo colaborativo. **Revista Brasileira de Pesquisas de Marketing – PMKT, Opinião e Mídia**, [s.l.], v. 12, n. 2, p. 1-19, jul. 2019. Disponível em: <http://www.revistapmkt.com.br/Portals/9/Revistas>. Acesso em: 02 set. 2019.

ROMÁN, E. P.; GONZÁLEZ, N. T.; GASCÓN, J. F. Innovación, turismo y TIC: el caso de los museos de Barcelona. **PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural**, [s.l.], v. 15, n. 3, p. 619-632, jun. 2017. Disponível em: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2017.15.042>. Acesso em: 18 out. 2019.

RUSCHMANN, D. V. M. **Turismo no Brasil**: análise e tendências. São Paulo: Manole, 2002.

SANCHO, A. **Introdução ao turismo**: organização mundial do turismo. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, J. F. Arqueoturismo no semiárido Sergipano: o desafio da conservação de um patrimônio milenar. **Caderno Virtual de Turismo**, [s.l.], v. 7, n. 2, p. 35-46, 2007. Disponível em: <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/index.php/caderno/article/view/176>. Acesso em: 06 jan. 2020.

SANTOS, S.; SOUZA NETO, V.; PEREIRA, L.; GÂNDARA, J.; SILVA, S. Destino Turístico Inteligente: acessibilidade no centro histórico de São Luís/ Maranhão, um Estudo sobre a Reputação Online no TripAdvisor. **Marketing & Tourism Review**, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 1-27, 2016. Disponível em: <https://doi.org/10.29149/mtr.v1i2.3843>. Acesso em: 06 jan. 2020.

SCATAMACCHIA, M. C. M. Turismo e Arqueologia. **Coleção ABC do Turismo**. ISBN 85-7657-011-4. São Paulo: Aleph, 2005.

SOCIEDAD ESTATAL PARA LA GESTIÓN DE LA INNOVACIÓN Y LAS TECNOLOGÍAS TURÍSTICAS - SEGITTUR. **Destinos Turísticos Inteligentes**. Madri, Espanha: SEGITTUR S.A., 2020. Disponível em: <https://www.segittur.es/Destinos-Tursticos-Inteligentes>. Acesso em: 24 set. 2019.

SOUZA, A.; CORRÊA, M. V. **Turismo**: conceitos, definições e siglas. Manaus: Valer, 2000.

SOUZA, C. G. S. de. **O Turismo Arqueológico na Preservação do Patrimônio Cultural**: um estudo de caso dos sítios rupestres de Serranópolis/GO. 2012. Dissertação (Mestrado Profissional em Preservação do Patrimônio Cultural) - Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional, Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pdf>. Acesso em: 04 jan. 2020.

THOMAZI, S. **Cluster de turismo**: introdução ao estudo de arranjo produtivo local. São Paulo: Aleph, 2006.

TRESSERRAS, J. J. El arqueoturismo o turismo arqueológico: un paso más para la valorización del patrimonio arqueológico. **Boletín GC: Gestión Cultural: Turismo Arqueológico**, [s.l.], n. 9, p. 1-7, out. 2004. ISSN: 1697-073X. Disponível em: <http://www.gestioncultural.org/boletin/pdf/Arqueoturismo/JJuan.pdf>. Acesso em: 04 jan. 2020.

VELOSO, T. P. G.; CAVALCANTI, J. E. A. O turismo em sítios arqueológicos: algumas modalidades de apresentação do patrimônio arqueológico. **Revista de Arqueologia**, [s.l.], n. 20, p. 155-168, 2007. Disponível em: <https://bit.ly/35UiOXm>. Acesso em: 01 jan. 2020.

WIDMER, G. M. A convenção do patrimônio mundial e o turismo: contribuições para a proteção e função social do patrimônio cultural da humanidade. **Revista Eletrônica de Turismo Cultural**, [s.l.], v. 2, n. 01, 2008. Disponível em: <http://www.eca.usp.br/turismocultural/03Gloria.pdf>. Acesso em: 02 jan. 2020.

WIDMER, G. M. Turismo Arqueológico. *In*: ANSARAH, M. G. R.; PANOSSO NETTO, A. (Orgs.). **Segmentação do mercado turístico**: estudos, produtos e perspectivas. Barueri, SP: Manole, 2009.

WORLD TOURISM ORGANIZATION - UNWTO. The Future of Tourism: Road to 2030. *In*: UNWTO/PATA FORUM ON TOURISM TRENDS AND OUTLOOK, 12., 2018, Guilin, China. **Anais [...]**. Guilin, China: UNWTO, out. 2018. Disponível em: <https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284420728>. Acesso em: 02 jan. 2020.

XU, F.; BUHALIS, D.; WEBER, J. Serious games and the gamification of tourism. **Tourism Management**, [s.l.], v. 60, p. 244-256, jun. 2017. Disponível em: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tourman.2016.11.020>. Acesso em: 08 jan. 2020.

ZAGHENI, E. S. S.; SILVA, E. S. Estrutura para cooperação de redes interorganizacionais do turismo: uma proposição genérica. *In*: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO - DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E RESPONSABILIDADE SOCIAL, 32., 2012, Bento Gonçalves. **Anais [...]**. Bento Gonçalves: ABEPRO, out. 2012. Disponível em: http://www.abepro.org.br/biblioteca/enegep2012_TN_STO_163_953_20298.pdf. Acesso em: 27 set. 2019.