

Tecnologia no Turismo: Uma nova forma de apresentar as Missões

William Veiga Gomes¹

Eliane Martins Coelho²

Resumo: O presente trabalho tem por objetivo principal apresentar uma proposta de inserção da região dos Sete Povos das Missões na utilização de aplicativos virtuais como alternativa de informação e promoção turística. A metodologia utilizada para o desenvolvimento deste material é do tipo exploratória, de abordagem qualitativa e pesquisa bibliográfica. Os resultados esperados são a atração de mais turistas para região, além de proporcionar uma nova forma de contar a história e atualizar a tecnologia a favor do turismo.

Palavras-chave: Turismo. Missões Jesuíticas. Tecnologia. Mapa Interativo.

1 INTRODUÇÃO

Este estudo foi desenvolvido a partir da observação de que na atualidade a tecnologia está presente nas mais variadas áreas profissionais e/ou econômicas, atingindo não apenas as formas de trabalho e produção, mas também o consumo. No turismo percebe-se a crescente autonomia dos turistas na organização de suas viagens, com a utilização de diferentes aplicativos e *sites* que são usados não apenas na preparação dos roteiros, mas também durante as viagens.

Acredita-se que a competitividade entre os destinos está relacionada, também, com a questão de facilidade de acesso às informações prévias e a forma como estes dados são disponibilizados, fazendo com que os destinos, mesmo que tenham atrativos de relevância turística, se insiram neste contexto.

A Região das Missões caracteriza-se como uma das atrações turísticas no estado do Rio Grande do Sul, abrigando em um conjunto de cidades, elementos que representam importantes fragmentos da história do Brasil e da colonização da América do Sul.

¹ William Veiga Gomes, acadêmico do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Farroupilha, campus São Borja.

² Eliane Martins Coelho, bacharel e mestre em Turismo, docente do curso de Tecnologia em Gestão de Turismo do Instituto Federal Farroupilha, campus São Borja.

Para melhor entender a temática desse trabalho definiu-se como problema da pesquisa: Verificar a fragilidade referente ao uso das tecnologias nas atividades turísticas da região das Missões.

O mundo em que vivemos e a forma como interagimos com tudo o que nos rodeia, mudaram drasticamente após o lançamento dos primeiros smartphones. Desde então o uso dos dispositivos e das aplicações móveis e sua relevância no dia a dia das pessoas está mais evidente do que nunca. Em tempos de crescimento do acesso à Internet, os usuários ganham cada vez mais ferramentas para ajudar a solucionar seus problemas.

Levando-se em consideração que através de um smartphone temos acesso a qualquer tipo de informação, prestação de serviços, recreação, entretenimento, entre outros, o uso de um aplicativo que reúna informações turísticas da região missioneira poderá promovê-la e beneficiá-la para fins de conhecimento, estimular visitação e atrair novos públicos.

No atual momento não foi identificada uma ferramenta tecnológica que una todas as informações essenciais da Região Missioneira, que facilite o acesso à informação. A tecnologia pode ser uma grande aliada, um instrumento chave para a adaptação e sobrevivência dos negócios na era digital, estimular a inovação no setor turístico é fundamental para impulsionar o desenvolvimento para a Região das Missões.

2 DESENVOLVIMENTO

2.1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1.1 Turismo e Globalização

A origem da palavra turismo vem do vocábulo *tour* que é de origem francesa e significa “volta” (BARRETO, 1995, p. 12). Outra afirmação diz que “a matriz do radical *tour* é do latim, através do seu substantivo *turnus*, do verbo *tornare*, cujo significado é “giro, volta, viagem ou movimento de sair e retornar ao local de partida” (ANDRADE, 1992, p. 30).

O turismo compõe-se de uma série de atividades como o deslocamento do indivíduo, sair de seu entorno habitual para se aventurar em um lugar, as vezes

novo ou já visitado, por diferentes motivos e tem por objetivo facilitar os deslocamentos e atender as necessidades das pessoas. Esta simplificação talvez seja a única unanimidade entre as conceituações. Depois, os conceitos priorizam diferentes categorias.

A Organização Mundial do Turismo define o turismo como “as atividades que as pessoas realizam durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras” (OMT, 2001, p. 38).

Em seus estudos, Ignarra (2001, p.25) define turismo como “o deslocamento de pessoas de seu local de residência habitual por períodos determinados e não motivados por razões de exercício profissional constante.”

O turismo é uma atividade marcante e relevante na sociedade, um fenômeno econômico, político, social e cultural. Nas últimas décadas, as atividades turísticas têm adquirido maior relevância entre as atividades sociais e econômicas desenvolvidas no mundo.

O fenômeno turístico moderno está atualmente envolvido nas pautas governamentais, acadêmicas e mercadológicas, caracterizado por dois fatores: a ascensão da ideologia das férias e a ascensão da concepção mercantil do turismo moldado pelas empresas turísticas que organizam e reorganizam os espaços de consumo para promovê-lo (FORTUNA, 1995). Constitui-se, assim, um tema relevante para análise das manifestações sociais contemporâneas. Entretanto, seu estudo deixa lacunas teóricas, sobretudo quando se tenta associá-lo a outras condições da sociedade; é o caso das implicações da globalização do turismo.

Para Santos (2002), a globalização se torna um simples processo de interações transfronteiriças e transnacionais, de sistemas de produção, de transferências financeiras, de disseminação e uso da informação e da tecnologia, e até dos deslocamentos de pessoas em escala mundial.

Com o invento da Internet, surge novas formas de se fazer negócios, falando-se muito em comércio eletrônico. Através dessa realidade o turismo percebe que há na Internet uma globalização da economia, devendo-se assim considerar que qualquer pessoa no mundo pode ser um possível cliente.

Na comunicação turística, através do sistema virtual pela rede global, as pessoas podem além de conhecer os atrativos e serviços dos destinos turísticos, organizarem suas viagens. O turista faz reserva nos estabelecimentos de

hospedagem alimentação, transporte e passeios, além de comprar passagens aéreas e marítimas e conhecer os pacotes e os roteiros de localidades específicas. Por isso, hoje é crescente a fusão de empresas de turismo e grupos de comunicação em busca de atender aos desejos dos clientes, com menos preços, servido de qualidade e capacitação profissional de todo setor turístico.

2.1.2 Tecnologia da Informação e Comunicação (TIC)

As Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) desempenham um importante papel no desenvolvimento de inúmeros setores econômicos, entre os quais o turismo não é exceção.

Tecnologia de Informação e Comunicação (TIC) pode ser definida como um conjunto de recursos tecnológicos, utilizados de forma integrada, com um objetivo comum. As TICs são utilizadas das mais diversas formas, na indústria, no comércio, no setor de investimentos e na educação. Rada (1984), refere-se às TICs como o resultado das tecnologias aplicadas à eletrônica, à computação e às comunicações. Justificando esta afirmação, constata-se a grande facilidade de acesso a verdadeiras autoestradas da informação e de disponibilização de suportes para diversas necessidades, nomeadamente aquela que mais toca à presente problemática, a prática de viagens e turismo.

Mendonça (2002), destaca que quanto mais poderosas são as TIC, mais acessíveis e amigáveis de utilizar se tornam, promovendo a possibilidade de cada vez mais um maior número de pessoas e organizações retirarem benefícios das mesmas. Neste aspecto, o autor estabelece a sua ligação com a atividade turística, afirmando que:

(...) ao contrário do que possa parecer à primeira vista o Turismo e as TIC podem ser consideradas duas faces de uma mesma moeda. Se efetuar uma análise histórica da evolução do turismo facilmente se depreende que este está intimamente ligado à evolução tecnológica. (MENDONÇA, 2002, p. 51)

A utilização das TIC pelas empresas do setor turístico se faz cada dia mais necessária ao desenvolvimento desta atividade. Segundo Guimarães e Borges (2008, p.10),

O setor do turismo é um grande incorporador de tecnologia, nos seus diversos segmentos, e o seu crescimento sempre depende da capacidade de inovação e do uso das tecnologias para melhoria da gestão, desenvolvimento de produtos, aperfeiçoamento da comunicação, otimização

das experiências de viagens e personalização do atendimento.

Jonh Urry (1996) destaca que, o desenvolvimento tecnológico seria responsável pela modificação da comunicação e informação no sistema turístico. E a Tecnologia da Informação (TI) é a ferramenta de transformação dos negócios ligados ao turismo (VICENTIN E HOPPEN, 2003).

As cidades com a atividade turística passam a desenvolver-se economicamente e empresas voltadas ao setor são criadas para atender a demanda de turistas. Essas mudanças alteram a dinâmica local da população. As TIC são responsáveis por mudanças como a organização do turismo enquanto uma atividade que altera a dinâmica das cidades foi transformada à medida que o desenvolvimento tecnológico modifica a forma de comunicação entre as partes.

2.1.3 Destinos Turísticos Inteligentes (DTI)

Segundo o MTur (2021), os Destinos Turísticos Inteligentes (DTI) são espaços turísticos inovadores, acessíveis a todos e consolidados sobre uma nova estrutura tecnológica de modo a garantir o desenvolvimento sustentável do território e melhorar tanto a qualidade de vida do residente, como a qualidade de experiência do visitante.

O conceito foi criado pela SEGITTUR (Sociedade Mercantil Estatal para a Gestão da Inovação e das Tecnologias Turísticas, S.A.M.P.), em 2012, com o objetivo de impulsionar a transformação digital, melhorar a experiência do turista e aumentar a competitividade de destinos.

Um Destino Turístico Inteligente é um espaço inovador, consolidado com base no território e de uma infraestrutura tecnológica de ponta. É um território comprometido com fatores ambientais, aspectos culturais e socioeconômicos do seu habitat, e que possua um sistema de inteligência que captura informações e que processa, analisam e entendem eventos em tempo real, com o fim de facilitar a interação do visitante com o meio ambiente e a tomada de decisão dos gerentes do destino, aumentando sua eficiência e melhorando substancialmente a qualidade das experiências de turismo. (SEGITTUR)

Para fazer a transformação do destino turismo em destino turístico inteligente existem metodologias que se encaixam para cada local, a SEGITTUR (Sociedade

Espanhola Criadora do Conceito e da Metodologia Original) classificou cinco pilares (indicadores):

- **GOVERNANÇA:** O governo local deve ser capaz de gerar confiança, gerir os bens públicos com legitimidade e governar com a participação efetiva dos atores estratégicos.
- **INOVAÇÃO:** Adoção de novos serviços, processos, métodos de comercialização ou de organização com a finalidade de melhorar os benefícios e a competitividade.
- **TECNOLOGIA:** De caráter transversal, permite a capacitação e análise da informação em tempo real, contribui com a sustentabilidade e melhora a acessibilidade.
- **ACESSIBILIDADE:** O destino deve trabalhar como um todo integrado, que assegure a qualquer visitante a liberdade de viajar sem problemas ao destino, de escolher a atividade de lazer de seu interesse e aproveitá-la com plena autonomia.
- **SUSTENTABILIDADE:** Proteção da atividade econômica do turismo, respeito ambiental, preservação e valorização do aspecto sociocultural e garantia na qualidade de vida das gerações atuais e futuras.

Mas é importante destacar que cada país possui suas especificidades e quando a metodologia é aplicada por diferentes instituições, esses pilares acima podem não representar a sua totalidade.

A iniciativa resultará em um ganho substancial na qualidade de vida de seus moradores e também dos visitantes. Entre os exemplos de possíveis melhorias estão a promoção da acessibilidade nos atrativos turísticos, garantia de Internet gratuita nos atrativos, melhoria da gestão do turismo, entre outras.

Os pilares a serem aplicadas no DTI contribuirão para a conceituação e referência de um destino turístico inteligente, pois, cada âmbito possui medidas, tanto de ordem quantitativa e qualitativa de forma a organizar e captar informações sobre o objeto pesquisado. Ou seja, o indicador é um recurso metodológico que apresenta resultados sobre a evolução do objeto observado (SANTOS, 2015; VAN BELLEN, 2009).

É de entendimento amplo que o turismo possui diversos segmentos e que os roteiros em sítios histórico-culturais patrimônio da humanidade representa um segmento em constante destaque na atividade turística. Portanto, a aplicação de um modelo de indicadores em destinos turísticos inteligentes patrimônio da humanidade no Brasil, possibilitará a criação de ferramentas para planejamento e gestão da atividade turística.

2.1.4 Características históricas e culturais das reduções jesuíticas

Segundo o IPHAN, no século XVII os jesuítas fundaram 30 missões (7 missões no Brasil, 15 na Argentina e 8 no Paraguai), implantados em território originalmente ocupado por indígenas. Traduziam os esforços dos jesuítas para conversão, à fé cristã, dos guaranis, executando o processo de evangelização promovido pela Companhia de Jesus nas colônias da coroa espanhola na América, mas também houve razões de disputas territoriais entre portugueses e espanhóis. A seguir, mapa com a localização das 30 missões:

Figura 1: 30 povos missioneiros e território alcançado por suas estâncias.



Fonte: Pousada Missões

As Missões Jesuíticas, também chamadas de Reduções, eram grandes aldeamentos indígenas organizados pelos padres jesuítas (da Companhia de Jesus) no continente americano. Eles começaram a chegar no Brasil a partir de 1549. Entre as diversas frentes de atuação dos missionários jesuítas dentro da sociedade que se reestruturava, sobretudo no tocante à catequização dos povos nativos, uma das mais notórias foi a chamada missão por redução, que “implicava em reduzir os índios, com a adesão dos caciques, num novo espaço de vivência e convivência, modificar hábitos, costumes e práticas culturais e pregar a fé cristã” (SCHALLENBERGER, 2014, p.14).

O projeto dos jesuítas nas missões inicia-se com a tentativa de evangelização dos índios sem a sua retirada da estrutura habitual em que viviam e de seus costumes. Segundo Careli (2011, p.50), esta tentativa mostra-se ineficaz, visto que a evangelização proposta por eles somente se daria através da desvinculação de seu modo de vida, além de contar com a resistência por parte dos índios por confundirem os jesuítas com os exploradores que caçavam índios para escravização.

Após toda a experiência bem-sucedida das missões, elas iniciam seu período de declínio, conforme descreve Santos:

O declínio dessas reduções se deu pelas divergências das políticas entre Portugal e Espanha, principalmente após o Tratado de Madri, de 1750, em que as reduções do Sul do Brasil ficaram com os portugueses em troca da Colônia do Sacramento para os espanhóis. Mesmo assim as disputas continuaram entre padres e indígenas que não queriam abandonar suas reduções de origem e se deslocarem para outras regiões (SANTOS, 2016).

Outros fatores ligados ao declínio das reduções jesuíticas no Rio Grande do Sul que também devem ser destacados são: a recorrente atuação dos bandeirantes em busca da escravização dos indígenas e a reforma política proposta por Marquês de Pombal em Portugal, “tendo como alvo a Companhia de Jesus” (CARELI, 2011, p.61). Os jesuítas foram então expulsos do território português.

2.1.4.1 Os Sete Povos das Missões

Sete Povos das Missões é o nome que se deu ao conjunto de sete aldeamentos indígenas fundada pelos Jesuítas espanhóis na Região do "Rio Grande

de São Pedro", atual Rio Grande do Sul, composto pelas reduções de São Francisco de Borja, São Nicolau, São Miguel Arcanjo, São Lourenço Mártir, São João Batista, São Luiz Gonzaga e Santo Ângelo Custódio. Os Sete Povos também são conhecidos como Missões Orientais, por estarem localizados a leste do Rio Uruguai.

Tabela 1: Tabela de fundação dos Sete Povos das Missões

Redução	Ano de fundação
São Francisco de Borja	1682
São Nicolau	1687
São Luiz Gonzaga	1687
São Miguel das Missões	1687
São Lourenço	1691
São João Batista	1697
Santo Ângelo	1706

Fonte: IPHAN

As missões jesuítico-guaranis, em terras da atual Região das Missões do Rio Grande do Sul, foram fundadas entre 1682 e 1706. No início do século XVIII, existiam apenas sete dessas missões, que se tornaram prósperas (IPHAN). Hoje, encontram-se ruínas de apenas quatro: São Nicolau de Piratini (a missão mais antiga), São Miguel Arcanjo, São João Batista e São Lourenço Mártir. As cidades de São Borja, Santo Ângelo e São Luiz Gonzaga desenvolveram-se em áreas das demais missões.

Todas as reduções seguiram a mesma estrutura e forma de organização das que foram fundadas antes, nos territórios que hoje são os países da Argentina e Uruguai. As construções em pedra, bem como a aplicação de uma organização arquitetônica urbanística idêntica em todos os povoados são destaque e referência que chamam a atenção de quem conhece esta parte da história da colonização do sul da América do Sul.

Apesar de ter existido 30 reduções, sendo 7 onde hoje é o Rio Grande do Sul (Brasil), pouco sobrou da estrutura física desta história, e o que restou com mais construção ainda intacta foi tombado pela UNESCO (Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura) durante a década de 1980. No Rio Grande do Sul existem vestígios desse período histórico do domínio de Portugal e

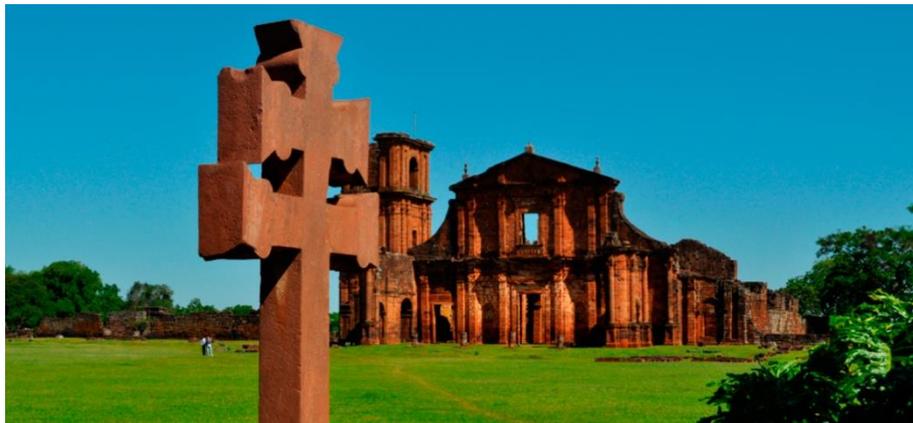
Espanha na colonização da América do Sul, e hoje são identificados como patrimônio usados no turismo.

O território das Missões Jesuíticas dos Guarani, no Brasil, se caracteriza por possuir uma paisagem cultural de altos valores patrimoniais e ambientais, abrangendo 26 municípios do noroeste do Rio Grande do Sul. As transformações ocorridas nesses sítios missioneiros ao longo de mais de dois séculos apresentam, nos dias atuais, situações distintas que podem ser caracterizadas desde aquelas onde se encontram estruturas expressivas, vestígios arqueológicos dispersos, até sítios sobre os quais se desenvolveram novas cidades.

O Parque Histórico Nacional das Missões foi criado em 2009, por meio do Decreto nº 6.844, reunindo os sítios arqueológicos missioneiros de São Miguel Arcanjo (localizado no município de São Miguel das Missões), de São Lourenço Mártir (em São Luiz Gonzaga), de São Nicolau (em São Nicolau), e o de São João Batista (em Entre-Ijuís). As investigações feitas nos permitiram concluir que este conteúdo é bastante desprestigiado em muitas obras, com muitos equívocos em seu contexto e sem valorizar a condição humana nos trâmites históricos, o que entendemos que deva ser primordial na construção das obras de história (IPHAN, 2017).

Este é o caso de São Miguel das Missões. Seu sítio arqueológico - declarado Patrimônio Mundial, Cultural e Natural, pela Unesco, em 1983 - é um dos conjuntos históricos mais importantes situados em terras brasileiras (IPHAN, 2022), o patrimônio tombado é denominado Povo e Ruínas da Igreja de São Miguel, inclui a área da antiga praça fronteira, e a edificação do Museu das Missões Povo de São Miguel com remanescentes e ruínas da Igreja de São Miguel". A seguir, foto do sítio arqueológico de São Miguel das Missões:

Figura 2: Igreja de São Miguel



Fonte: Fliegen (2018)

Além do patrimônio existente e tombado no Brasil, a UNESCO também realizou o mesmo processo em reduções localizadas na Argentina e no Paraguai. “Esses locais são considerados, atualmente, monumentos históricos com finalidade cultural e turística expressiva, e altamente significativos para o desenvolvimento local das comunidades envolvidas” (IPHAN, 2017). Esses locais não são apenas atrativos turísticos individuais, mas formam um produto (roteiro turístico), vendido por diversas agências de viagens. No entanto, cada país tem a sua forma de conduzir a forma de trabalhar com estes patrimônios.

2.1.5 Proposta de inserção das missões nas tecnologias do turismo

Através de pesquisas em buscadores da Internet, foram analisados cerca de 20 sites diferentes sobre a região das Missões e chegou-se a seguinte conclusão: atualmente estão disponíveis informações sobre toda história das Reduções Jesuíticas, mas de forma espalhada por diversos sites dedicados as Missões, portais de notícias, blogs, entre outros, muitas vezes com informações que se contradizem, diferentes informações variando de um lugar para outro ou são desatualizadas. Alguns sites disponibilizam contatos de agências de turismo para o usuário contratar os serviços de forma independente, mas nada já integrado dentro do site. Foram encontrados também diferentes tipos de roteiros turísticos disponíveis e blogs com avaliações pessoais de turistas que visitaram a região e disponibilizaram informações e sugestões. Porém, não foi identificada uma ferramenta tecnológica que una todas as informações essenciais da Região Misioneira.

Uma das principais formas de acesso às informações é através da Internet, com *sites* e aplicativos. Estas alternativas são constantemente consultadas pelo público geral, para os mais variados assuntos, incluindo pessoas interessadas em turismo.

Estudos mostram que vem crescendo o uso de aplicativos no turismo para inúmeras funcionalidades, sejam elas desde pesquisas e compras de passagens, reservas de hospedagens, consultas de roteiros e recomendações de atrativos como pontos turísticos, restaurantes, lojas, etc. Empresas também acompanham essa tendência e partem para investir nessa nova ferramenta. Esses estudos têm demonstrado que o uso de dispositivos móveis [*Smartphones* e *tablets*] vem

mudando a forma como o turista realiza suas viagens, não tão dependente das agências tradicionais como no passado.

Minghetti e Celotto (2015, p. 01) apontam para o destaque recebido pela reputação na competitividade de um destino turístico afirmando que “a digitalização do turismo aumentou o valor e o impacto do capital de reputação entre os fatores competitivos”.

É importante destacar que o acesso e o compartilhamento das informações via Internet, por meio de comentários, vídeos e fotos, vêm empoderando os consumidores turísticos, ao ponto que eles vêm tomando decisões no planejamento dos destinos e atividades turísticas, sem precisar das agências de viagens (Mendes Filho, 2014).

A necessidade de informação do consumidor turístico pode ser atendida a qualquer momento no processo de viagem, desde a fase de antecipação (pré-viagem), a fase experimental (viagem propriamente dita) e a fase reflexiva (pós-viagem) (Gretzel, Fesenmaier, & O’Leary 2006 apud Filho, Batista, Cacho, 2013).

De acordo com o Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (CETIC, 2014), 52,5 milhões de usuários, no Brasil, usam Internet no celular, o que reforça a necessidade da ampliação das fontes de informações sobre os destinos não apenas na web, mas também para acesso móvel.

Introduzir a região das Missões nessa nova ferramenta de busca se torna algo necessário para acompanhar a atual necessidade do novo turista. Disponibilizar os informativos essenciais sobre a história e atrativos, mais em específico sobre os Sete Povos, em um único lugar se tornaria um grande diferencial para promover e atrair mais visitantes, foco para a região e modernizar algo histórico.

2.2 METODOLOGIA

A presente pesquisa tem caráter exploratório, com o objetivo de expandir o saber sobre as novas tendências das Tecnologias de Informação e Comunicação aplicada à história das Missões Jesuíticas. Buscou-se trabalhar a abordagem qualitativa, percorrendo os diversos elementos que influenciam o processo de construção do conhecimento científico. Para Gil (2002), pode-se dizer que a pesquisa exploratória tem como objetivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições. Seu planejamento é, portanto, bastante flexível, de modo

que possibilite a consideração dos mais variados aspectos relativos ao fato estudado.

Quanto à abordagem, a pesquisa é qualitativa, feita através de um levantamento e coleta de dados como pesquisas na Internet através de sites com informações históricas, através dos quais se buscará compreender e interpretar determinados comportamentos, sentimentos, opiniões e demais aspectos imateriais. A pesquisa qualitativa, de acordo com Minayo (2009), se ocupa com um nível de realidade que não pode ou não deveria ser quantificado, isto é, trabalha com o universo dos significados, dos motivos, das aspirações, das crenças, dos valores e das atitudes.

Este estudo classifica-se também como pesquisa bibliográfica. Enquadra-se como pesquisa bibliográfica, porque foi elaborado com o uso de materiais bibliográficos publicados, em suas várias formas. “Pesquisa bibliográfica é o estudo sistematizado desenvolvido com base em material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, material acessível ao público em geral” (VERGARA, 2009, p.43).

A metodologia utilizada foi a melhor escolha para que pudesse se enquadrar com as necessidades da pesquisa. Explorar o assunto abordado para obter as informações e dados que servirão de base para a construção da investigação proposta a partir do tema determinado.

2.3 RESULTADOS DA PESQUISA

Um aplicativo com a função de mapa interativo representa um grande diferencial para a promoção de todos os atrativos turísticos dos Sete Povos das Missões.

Segundo FieldView (2021), os mapas interativos são representações gráficas criadas a partir de camadas de dados, que tem por objetivo principal fornecer compreensão e promover a visualização facilitada de um local ou atividade. Também conhecido como mapa digital, esta ferramenta pode ser elaborada com diferentes finalidades. Eles permitem que o usuário incorpore um mapa no seu site ou aplicativo. Para Souza (2019), o mapa não precisa ser unicamente um mapa de estradas, mas pode ser também uma imagem ou um diagrama, por exemplo. O que o torna interativo é o fato de que os usuários podem clicar com o mouse, se

estiverem usando o desktop, ou tocar a tela, caso estejam usando um celular, para habilitar suas funcionalidades. Algumas funcionalidades que podem vir a ter dentro desse aplicativo:

- Sugestões de roteiros: Ao abrir o aplicativo receber diferentes roteiros para seguir dentro das proximidades do local em que o usuário estiver;
- Atrativos próximos: Listar todos os atrativos relacionado as Missões que estão nas proximidades
- Transmitir informações como dados históricos: Ao clicar em determinado atrativo, obter descrição geral como a história dele, endereço e horário de funcionamento;
- Agendamento de visita: Poder agendar horários de visitação em determinado atrativo;
- Espaço para publicidades: Local dentro do aplicativo onde terá espaço para os investidores do projeto divulgarem seus produtos.

Algumas das vantagens que podem gerar com o uso do aplicativo é prender a atenção do usuário e mantê-lo usando por mais tempo e vezes, coletar dados como a preferência dos usuários para usar a favor em futuras atualizações ou entregar funcionalidades que atendam melhor a para cada perfil de usuário, o uso do mapa interativo pode tornar a experiência do usuário bem mais interessante.

Figura 3: Aplicativo Beto Carrero



Fonte: APK Pure

Para a execução de produção do aplicativo foi pensado na forma de projeto do Núcleo de Interação e Tecnologia (NIT) do Instituto Federal Farroupilha campus São Borja, promovendo interação entre diferentes cursos de ensino e instituições, estimulando o ensino, a pesquisa e extensão. Inicialmente foi pensado na interação entre os cursos de Gestão de Turismo e Sistemas de Informação, ambos do Instituto Federal Farroupilha Campus São Borja e o curso de Publicidade e Propaganda da Universidade Federal do Pampa Campus São Borja.

O processo de desenvolvimento em si do aplicativo é envolto de inúmeras etapas, como estruturação de ideias, especificações, planejamentos, criações, escolha de tecnologia, desenvolvimento e prototipação.

Haverá um espaço para publicidade dentro do aplicativo que funcionará também como porta de entrada para novos investidores, patrocinando o projeto e tendo seu produto anunciado como propagandas em troca de um valor em investimento no projeto.

A aplicação será direcionada a todas as cidades que possuem remanescentes do período missioneiro, referentes aos Sete Povos. A disponibilização do aplicativo acontecerá através das principais lojas de aplicativos, para que o usuário interessado em utiliza-lo tenha fácil acesso em obtê-lo.

Para executar esse projeto, seria um trabalho em conjunto com cada uma das sete Secretarias de Turismo da região, com a divulgação em todas mídias, dentro dos atrativos turísticos, com as agências de turismo, hotéis, entre outros.

O maior objetivo desse projeto é divulgar a história das Missões Jesuíticas dentro do território riograndense, atrair novos visitantes e turistas e promover a região das Missões. Além disso, também é esperado investidores do projeto para que futuramente ocorra novas atualizações e novas implementações dentro do aplicativo.

2.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente as tecnologias estão inseridas em praticamente todas as áreas do turismo. Desde o ponto inicial da procura de destinos/atrativos, feitas pela Internet, a compras de passagens, locação de transporte, reservas em hospedagens, em restaurantes, compras de tickets de atrativos a até avaliações dos serviços, recomendações, informações, todas feitas geralmente por sites ou aplicativos dedicados.

Os aplicativos móveis se tornaram uma poderosa ferramenta, utilizada em diversas áreas e para inúmeras finalidades e para o turismo não seria diferente. Desenvolver algo específico para a região dos Sete Povos das Missões se tornou uma ação necessária, transformá-la em Destino Turístico Inteligente (DTI) será um benefício significativo não só para turistas, mas também moradores locais.

Mapas interativos já são realidades em diferentes lugares no mundo, com diferentes formas de usos. Um exemplo é o mapa interativo utilizado pelos parques de diversões espalhados pelo mundo, como a Disney e Beto Carrero World. Adaptar essa ideia para as Missões seria uma forma de inovar e trazer algo atual e necessário.

É de grande importância a inserção das tecnologias nos destinos turísticos, deve haver uma preocupação em seguir as tendências de seus clientes, atendê-los de diferentes formas para que cada vez atraia novos turistas. Não evoluir com o tempo acaba sendo desinteressante para os novos públicos.

Trazer essa nova proposta de turismo para a Região das Missões é a oportunidade de dar mais destaque, atrair novos turistas e visitantes para conhecer

ou rever de uma forma diferente, mais atual, podendo transmitir mais conhecimento para novas gerações e mostrar a importância desse local rico em histórias.

REFERÊNCIAS

AULICINO, Madalena Pedrosa. **Turismo e Estâncias**: Impactos e benefícios para o turismo. São Paulo: ed. Futura, 2001.

ANDRADE, José Vicente. **Turismo**: fundamentos e dimensões. São Paulo: Ática, 1992.

BARRETO, M. **Manual de iniciação ao estudo do Turismo**. Campinas, SP: Papirus, 1995.

BARRETTO, Margarita. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 4.ed. Campinas: Papirus, 1998.

CETIC - Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (2014). **TIC Domicílios – 2015**

FIELDVIEW, Equipe. **Mapas interativos da Agricultura Digital**: tudo sobre esta cadeia colaborativa de dados. Disponível em: <https://blog.climatefieldview.com.br/mapa-interativo>. Acesso em: 4 de jul, 2022.

GIL, Antônio Carlos. **Como classificar as pesquisas**. Como elaborar projetos de pesquisa, v.4, p. 44-45, 2002.

GRETZEL, U.; FESENMAIER, D. R.; & O'LEARY, J. T. (2006). **The transformation of consumer behavior**. In **Tourism Business Frontier**, Eds. D. Buhalis, & C. Costa, Oxford, UK: Elsevier, 9-18 apud FILHO, L. M. BATISTA, J. O. e CACHO, A. **Análise da intenção de uso de aplicativos móveis no turismo**: uma aplicação da teoria do comportamento planejado. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/146.pdf>. Acesso em: 21 de jun, 2022.

GUIMARÃES, A. S., & BORGES, M. P. **E-turismo**: Internet e Negócios do Turismo. São Paulo: Cengage Learning, 2008.

IGNARRA, Luiz Renato. **Fundamentos do Turismo**. São Paulo: Thomson, 2001.

IPHAN. **Missões Jesuíticas Guaranis** - no Brasil, Ruínas de São Miguel das Missões (RS). Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/39>. Acesso em: 17 de jun. 2022.

IPHAN. **Os Sete Povos das Missões**, Origem de São Miguel das Missões (RS) Disponível em: <http://portal.iphan.gov.br/pagina/detalhes/1652/>. Acesso em: 17 de jun. 2022.

MENDES FILHO, L. (2014) **empowerment in the context of user-generated content in the travel industry**: a research model proposal. El Periplo Sustentable, 27, 4-20 apud FILHO, L. M. BATISTA, J. O. e CACHO, A. **Análise da intenção de uso de aplicativos móveis no turismo**: uma aplicação da teoria do comportamento

planejado. Disponível em: <https://www.anptur.org.br/anais/anais/files/12/146.pdf>. Acesso em: 21 de jun, 2022.

MINAYO, M. C. S. (org.). **Pesquisa social: teoria, método e criatividade**. Petrópolis, RJ: Vozes, 2009.

MINGHETTIL, V. & CELOTTO, E. **Destination web reputation: Combining explicit and implicit popularity to build an integrated monitoring system**. E-Review of Tourism Research, 6, 1-5. (2015) apud FILHO, L. M. BATISTA, J. O. CACHO, A. e SOARES, A. L. V. **Aplicativos Móveis e Turismo: Um Estudo Quantitativo Aplicando a Teoria do Comportamento Planejado**. Rosa dos Ventos, vol. 9, núm. 2, pp. 179-199, 2017. Disponível em: <https://www.redalyc.org/journal/4735/473557628003/html/>. Acesso em: 18 de jun, 2022.

OMT - Organização Mundial do Turismo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Roca, 2001.

SANTOS, Fabrício Barroso dos. **Sete Povos das Missões**. Disponível em: <http://brasilecola.uol.com.br/historiab/povos-das-missoes.htm>. Acesso em: 20 jun. 2022.

SANTOS, Saulo Ribeiro dos. **Paisagem solidária: indicadores de sustentabilidade urbana em área turística funcional do centro histórico de São Luís, Maranhão**. 2015. 582f. Tese (Doutorado em Gestão Urbana) – Pontifícia Universidade Católica do Paraná-PUCPR, Curitiba, 2015.

SCHALENBERGER, Erneldo. **Província jesuítica do Paraguai e estilo jesuíticoguarani de Fazer Missão, Antiguos Jesuítas en Iberoamérica**, Córdoba, vol. 2, 2014, p. 5-23.

SOUZA, Ivan de. **O que é um mapa interativo e como usar na estratégia de Marketing de Conteúdo**. Disponível em: <https://blog.climatefieldview.com.br/mapa-interativo>. Acesso em 6 de jul, 2022.

URRY, John. **O olhar do turista: lazer e viagens nas sociedades contemporâneas**. São Paulo: Studio Nobel; SESC, 1996.

VERGARA, Sylvia Constant. **Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração**. São Paulo: Atlas, 2009.

VICENTIN, I.; HOPPEN, N. **A Internet no negócio de turismo no brasil: utilização e perspectivas**, Revista Eletrônica de Administração, Ed. 31, v. 9, n. 1, p. 1-26, 2003.