

O QR Code e as formas de percepção criativa no Turismo Cemiterial

Ives Gutierriz^{1,4}, Isabel Lopes^{1,2,3}, Vanessa Rodriguez⁴, Paula Odete Fernandes^{1,2}, Mariana Jatobá^{1,4}

ivesgutierriz@hotmail.com, isalopes@ipb.pt, vanessabrasil.rodriguez@gmail.com, pof@ipb.pt, mariananamen@gmail.com

¹ Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, Portugal

² UNIAG (Applied Management Research Unit), Instituto Politécnico de Bragança, Bragança, Portugal.

³ Centro ALGORITMI, Universidade do Minho, Braga, Portugal.

⁴ Unifacs-Laureate, Salvador, Brasil

Pages: 423–433

Resumo: O objetivo deste estudo assentou em investigar sobre a adoção da tecnologia, do tipo QR Code como ferramenta contribuinte para a preservação da memória cultural em cemitérios. Para tal optou-se por uma pesquisa quantitativa, recorrendo a uma amostragem não probabilista, incluindo inquiridos de nacionalidade brasileira e portuguesa, utilizando um inquérito por questionário. Realizou-se uma análise descritiva para analisar a percepção e receptividade dos participantes sobre a união do QR Code na elucidação da cultura e preservação da memória de entes queridos. Dos 200 inquiridos, cerca de 59% manifestaram uma atitude positiva para visitar cemitérios como atividade cultural; 78% viu vantagens em cemitérios que permitem a visita turística e 68% já adotou/já incluiu no seu roteiro de viagem um cemitério como ponto turístico e, apenas 4% não faria este tipo de passeio. Verificou-se grande receptividade para adoção do QR Code nos cemitérios, pois 74% da amostra concordou com a aplicação do QR Code.

Palavras-chave: QR Code; Turismo; Turismo Cemiterial; Tecnologia.

The QR Code and the forms of creative perception in Cemetery Tourism

Abstract: The objective of this study was to research the adoption of QR Code technology as a tool for the preservation of cultural memory in cemeteries. For this, a quantitative study was chosen, using a non-probabilistic sampling, including respondents of Brazilian and Portuguese nationalities, using a survey. A descriptive analysis was carried out to analyse the perception and receptivity of the participants about the union of the QR Code in the elucidation of the culture and preservation of the memory of loved ones. Of the 200 respondents, about 59% expressed a positive attitude towards visiting cemeteries as a cultural activity; 78% saw advantages in cemeteries that allow tourist visitation and 68% already adopted/already included

in their travel itinerary a cemetery as a tourist point and only 4% would not do this type of tour. There was great reception for the adoption of QR Code in the cemeteries, since 74% of the sample agreed with the application of QR Code.

Keywords: QR Code; Tourism; Cemetery Tourism; Cultural Tourism; Technology.

1. Introdução

A experiência de viajar mudou muito com a transformação digital. As transformações do turismo, nos últimos anos, decorrem principalmente relacionadas à inovação. Esta experiência digital no turismo se materializa, muitas vezes, por meio dos aplicativos como o telemóvel, os quais acompanham o visitante em toda a viagem. O que modifica as práticas turísticas em todas as esferas.

O turista cultural procura o contato com o autêntico, isto é, todos os atributos culturais, que permitem uma ligação com o passado (Marujo, Serra, & Borges, 2013).

Neste contexto e, segundo Rocha (2002) na década de 80 iniciou-se a prática de se visitar cemitérios importantes na Europa e nos Estados Unidos.

Os cemitérios são fonte de memória, bem como fonte cultural no estudo da história e na continuidade da cultura. Sua preservação é uma forma de eternizar dados, histórias, contribuições de pessoas na construção da história atual, de um lugar ou região. O patrimônio cultural é um forte elemento de atratividade turística, na contribuição do aumento do consumo e movimentação econômica. O turismo envolve uma grande quantidade de serviços, tanto de forma direta quanto indireta. O público diversificado consome produtos heterogêneos, por isso, aspectos econômicos, naturais e sociais são condicionantes e interferem na procura turística de um país (Sebrae, 2019).

Neste cenário, procura-se investigar sobre a adoção da tecnologia, do tipo QR Code como ferramenta contribuinte para a preservação da memória cultural em cemitérios, através da percepção dos inquiridos, de nacionalidades brasileira e portuguesa.

2. QR Code

A tecnologia QR Code é elucidada por Marques (2017) como um código que traz na sua composição vários módulos de cor preta, dispostos em diferentes lugares sobre um fundo branco, sendo caracterizado por um código de 2 dimensões (2D).

Os primeiros códigos apresentados no mercado foram os códigos de barras lineares, levando muitas pessoas a considerarem o QR Code como uma outra versão deste código linear, também denominado de 1D, como afirma Karasinski (2013).

O entendimento acerca deste código bidimensional é complementado pela descrição da ISO/IEC 18004:2015 ao instituir que se trata de um grafismo matricial com módulos padronizados. Este padrão global em forma de quadrado é único e contém localizador em três cantos do símbolo com objetivo de facilitar sua posição, tamanho e inclinação. Estes detalhes do *design* do QR Code podem ser visualizados na figura 1. O termo é uma abreviação de “*quick response*” em função da sua característica marcante de aptidão em interpretar dados de uma forma mais rápida.



Figura 1 – Ilustração do QR Code (2D)

A ferramenta foi desenvolvida para atender às necessidades e contexto do período vivido pela economia japonesa, visto que o primeiro código desenvolvido, o código de barras linear apresentava limitações e não suportava uma grande quantidade de caracteres alfanuméricos.

No que diz respeito ao uso, em princípio, o código QR foi designado para controle de produção de peças automotivas, pela empresa Toyota, para auxiliar e catalogar no rastreamento dos produtos, solução tecnológica para uso exclusivo da área industrial e empresarial. Gabriel (2010) afirma que, os dados digitais presentes na figura do QR Code são convertidos através de um *hiperlink*, por meio da descodificação, no intuito de ligar o mundo físico ao mundo online. Essa ação encurta distâncias e, conseqüentemente, otimiza o acesso ao conteúdo digital.

Como condicionante de utilização, faz-se necessária a simples instalação no dispositivo móvel de um aplicativo (programa que executa tarefas no computador e/ou dispositivos eletrônicos portáteis), apto para a função de leitura capaz de converter dados digitais, habilitando-o na fácil interpretação dos dados. Isso é sistematizado através do que se denomina de interface, ou seja, através da ligação entre sistemas.

É por meio da *interface* que o ser humano faz o elo de ligação com o universo computacional. Tratando-se este do encadeamento de diferentes componentes, espécies de ordens diferentes. Como conceito, Pierre Lévy declara em torno de *interface*; “de um código para outro, do analógico para o digital, do mecânico para o humano. Tudo aquilo que é tradução, transformação, passagem, é da ordem da *interface*” (Lévy,1996, p. 25).

Em termos de aceitação considera-se a tecnologia bem recebida no mercado, inclusive sendo bastante difundida em áreas que envolvem a comunicação. Soon (2008) explica que sua difusão ocorreu em muitos países em função das características de alta capacidade de armazenamento, possibilidade em suportar diferentes caracteres, possuir licença de uso livre e sem custo, além de sua instalação estar disponível tanto para computadores, como para telemóveis.

3. Turismo Cultural

O Turismo é objeto de experiência social, captado pelo sujeito, tratando-se de um deslocamento voluntário e temporário de uma pessoa ou grupo de pessoas, por diferentes motivações, seja de entretenimento, descanso, saúde ou cultural (Ignarra, 1999).

Figueiredo e Vidal (2005) elucidam que o fenómeno do turismo seja a essência de propiciar novas experiências aos viajantes fora de seu círculo de rotina. Essas pessoas ou grupos que

se deslocam das suas respetivas residências habituais para outro local, proporcionando variadas inter-relações de importância social, económica e cultural (Ignarra, 1999). Logo, o turismo tem grande importância para a economia mundial, visto que a presença dos turistas aumenta o consumo, gerando a necessidade de criação de novos empregos em consequência também do aumento dos bens e serviços. Destaca-se a junção entre turismo, cultura e alargamento pela força que geram na economia, nas relações sociais e na conservação e valorização dos aspetos identitários. Deste modo, as características de um lugar, tais como, o artesanato, as manifestações populares e o património histórico deixarão as cidades, estados e países propensos a receberem ainda mais visitantes.

Além disso, oferecendo alternativas para cada vez mais angariar e tornar mais leais os seus consumidores, o mercado turístico tende a congrega práticas para espalhar por muitas partes informações sobre produtos turísticos e tipos de serviços (Siqueira, 2018).

O turismo a ser elucidado nesta investigação é o cultural. Este caracteriza-se pela deslocação de pessoas com o objetivo de viver experiências relacionadas com os elementos expressivos do património histórico e cultural e a identidade de uma determinada população.

Para Carvalho (2017), os elementos e o património cultural têm vindo atuar como atrativos turísticos de diferentes regiões, permitindo que as comunidades locais se reconheçam como partes integrantes e, conseqüentemente, participem da sua história e das suas tradições.

Este turismo de valorização de bens materiais e imateriais, monumentos e tradições culturais são proporcionados em centros históricos, museus, sítios arqueológicos, festas típicas, eventos gastronómicos e também em ambientes excêntricos, como os cemitérios. Eles acabam por romper fronteiras e promover maior interação entre a sociedade e povo visitante, numa relação intercultural. Contribuindo assim, como alternativa adicional ao desenvolvimento e crescimento económico da região recetora.

Segundo a Unesco (2019), o turismo cultural contribui com 40% das receitas do turismo mundial, tendo impacto direto na geração de trabalho. Além disso tem um papel importante no que diz respeito a facilitar o diálogo entre outras culturas, construir a paz, transformar as cidades em locais inclusivos, seguros, resilientes e fortalecer esforços para proteger e salvaguardar o património cultural e natural do mundo, de modo a torná-lo acessível a todos, tornar civilizações conhecidas, melhorar condições de vida e contribuir na redução da pobreza.

3.1. Turismo Cultural nos Cemitérios

O conceito de património cultural tem vindo a passar por aprimoramentos ao longo das últimas décadas. Além do cuidado em preservar os bens materiais, há significado e grande valia na preservação do que é entendido como imaterial.

Segundo a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco, 2002) a definição de património imaterial consiste em “práticas, representações, expressões, conhecimentos e técnicas – com os instrumentos, objetos, artefactos e lugares culturais que lhes são associados - que as comunidades, os grupos e, em alguns casos os indivíduos, reconhecem como parte integrante de seu património cultural.”

Neste contexto, de preservação imaterial, a preservação de ambientes cemiteriais lhes atribui valores sociais, históricos, religiosos e ambientais vinculados ao local sede, como forma representativa das características de um lugar (país ou região), garantindo ir além da função primária de guardar corpos sem vida. Trata-se de um ambiente que já surge como espaço de memórias e histórias (Del Puerto & Baptista, 2015). Na visão de Bellomo (2000) pode-se analisar os ambientes cemiteriais como fonte para preservação tanto da memória familiar, como da memória coletiva, através de inscrições, fotos, dados pessoais ou profissionais, datas; para estudos religiosos, estudos de expressão do gosto artístico, na preservação das identidades étnicas. Assim, surge para o setor turístico um novo tipo de atividade cultural a ser desenvolvida, o turismo cemiterial.

Na Europa, já existe a Rota Europeia de Cemitérios, reconhecida pelo Conselho do Turismo da Europa como integrante do itinerário cultural da região. Esta ação visa reconhecer e apresentar os cemitérios como património cultural por meio de suas obras, esculturas, inscrições e até mesmo planeamento urbano e paisagístico. O itinerário contém 49 cemitérios localizados em 37 cidades de 16 países europeus. (Cemeteriesrouteeu, 2019). Ainda segundo a mesma fonte, esses espaços cemiteriais ganham novo papel e abrem espaços para visitas guiadas, exposições, eventos musicais e teatrais, que além de preencherem esses espaços, contribuem para a mudança da imagem dos cemitérios.

Del Puerto e Baptista (2015) registram que este tipo de turismo pode ser fomentado como manifestação social, pois o indivíduo ao superar limitações, superstições e outras características que envolvam o medo e o receio de visitar esses espaços, podem viver experiências educativas, culturais e artísticas. Isso pode ser ilustrado através de alguns cemitérios que já são visitados turisticamente, como: Père Lachaise, Paris - La Recoleta, Argentina - Cemitério Judeu de Praga, República Checa - Arlington, Estados Unidos - Staglieno, Itália - Săpânța, Romênia - Highgate, Londres, entre outros. Devido a sua originalidade artística, histórica e personalidades, ali sepultadas, também é manifestação de um sentimento ou personificação de uma cultura, além de desvendar dados sobre o modo de vida das populações e características de um determinado lugar.

4. QR Code no Turismo Cemiterial

A evolução dos hábitos de turismo em nível global tem gerado novas tendências no modo de agir, bem como no consumo da informação. Segundo a WTM - World Travel Market (2018), é estimado que cerca de 2,52 bilhões de pessoas estejam conectadas na internet através de smartphones. Diante disto, compreende-se que o uso das tecnologias se tornou uma nova companhia, como uma espécie de segundo viajante.

Outra informação relevante para compreensão das tendências é elucidada por Sebrae (2018) que esclarece que 85% dos viajantes usam o seu *smartphone* para fotografar e descrever a viagem e 72% publicam nas redes sociais, fazendo com que os amigos acompanhem de perto a experiência. A internet estabelece um espaço para a troca de informações e comunicação de modo prático e efetivo. Por conseguinte, O QR Code aplicado ao turismo cemiterial amplia sua função, tornando seu papel mais grandioso, pois possibilita o armazenamento para preservação de histórias, imagens e curiosidades sobre personalidades, artistas e outras figuras importantes para a memória cultural de um lugar ou região. Além disto, há a possibilidade da inclusão de livro de condolências,

árvore genealógica e linha do tempo. Segundo Osman e Ribeiro (2007, p.8), “a história da cidade e de seus habitantes se eterniza, entre jazigos de mármore e granito, nas esculturas sacras e profanas, nos bustos e nos retratos”.

Já Wichels (2014) esclarece que para ser efetiva, a comunicação turística deve lançar mão, cada vez mais a imagens, textos e sons que representam experiências e o QR Code tem total condições de suprir esta necessidade.

A tecnologia impõe aos diferentes tipos de modelo de negócio, principalmente no turismo, transformações e uso de ferramentas que promovam o compromisso no turismo numa determinada localidade (Siqueira, 2018). Deste modo, cemitérios que já possuem alto volume de visitantes, como os cemitérios da Recoleta (Argentina) e Père Lachaise (Paris) podem agregar valor, lançando mão do QR Code em jazigos, mantendo ainda mais viva a memória de personalidades, contribuindo também com o aumento do número de visitantes.

5. Metodologia

Este trabalho de investigação, assenta num estudo descritivo exploratório, realizado através da elaboração e aplicação de questionário estruturado, por meio de uma pesquisa de opinião, com abordagem quantitativa dos dados. A metodologia escolhida para este estudo proporciona ao investigador uma maior intimidade com o problema, de modo que possibilita a consideração dos mais variados aspetos relativos ao tema (Selltiz, Jahoda, & Cook, 1967).

Neste trabalho utilizou-se o método de investigação quantitativo, descritivo, isto é, considerou um conjunto de variáveis com o intuito de identificar a correlação com o objeto da investigação. Deste modo, optou-se por uma pesquisa de opinião para revelar a percepção dos turistas acerca do QR Code no turismo cemiterial. Foi utilizada a ferramenta do Google Forms para aplicação e recolha de dados e realizou-se um questionário estruturado, com 10 perguntas. A amostragem foi do tipo não probabilística, por conveniência, ou seja, participaram do estudo os voluntários que aceitaram responder ao questionário, aplicado nos meses de junho e julho de 2019.

Como critérios de inclusão: brasileiros e portugueses, com idade superior a 18 anos. Como critérios de exclusão: demais nacionalidades.

Já no que tange à técnica para a análise de dados utilizada foi a estatística descritiva com apresentação de distribuição de frequência e dos valores absolutos e relativos, com auxílio do programa Microsoft Excel 2016.

No que diz respeito aos aspetos éticos, por se tratar de uma pesquisa de opinião realizada por meio eletrónico e sem a identificação dos participantes, foi dispensada a aprovação em Comitê de Ética em Pesquisa (CEP) ou Regulamento Geral de Proteção de Dados pela *European Parliament and Council, Regulation (EU) 2016/679 of the European Parliament and of the Council of 27 April 2016, Official Journal of the European Union*.

As variáveis em estudo para auxiliar a análise e discussão do objeto do estudo apresentam-se nas tabelas 1 e 2. Nestas tabelas, o “n” representa o número absoluto das respostas de cada opção do inquérito. Para cada “n” apresentado, demonstra-se o que

estes números correspondem em termos percentuais. Como resultado da investigação, foram entrevistadas 200 pessoas. Do total, 64% são do sexo feminino e 48% têm até 35 anos, conforme tabela 1.

Variável	n	%
Género		
Feminino	127	64%
Masculino	73	37%
Total	200	100%
Idade		
18 - 29 anos	56	28%
30 - 35 anos	39	20%
36 - 40 anos	48	24%
41 - 50 anos	45	23%
Acima de 50 anos	12	6%
Total	200	100%

Tabela 1 – Caracterização do perfil dos respondentes

Na tabela 2 elucidam-se oito perguntas do questionário para auxiliar a análise e discussão do objeto do estudo, na qual é possível verificar que: 62% nunca utilizou o QR Code nos destinos turísticos; 59% está propenso a visitar cemitérios como atividade cultural; 78% vê vantagens em cemitérios que permitem visita turística e apenas 6% não concorda com esta afirmação. Por conseguinte, 68% já adotou ou adotaria em seu roteiro de viagem um cemitério como ponto turístico e apenas 4% não faria este tipo de passeio. Ainda, somente 18% não considera os cemitérios como um local para turismo. Quanto à manutenção da memória de entes queridos, 80% afirma que o faria e 91% manifesta que registraria essa memória num arquivo digital e, 74% utilizaria o QR Code para esse arquivamento digital, apesar de que 39% destes desconhecia esta função do código bidimensional.

Variável	n	%
Você já utilizou a tecnologia QR Code nos destinos turísticos?		
Sim	76	38%
Não	124	62%
Total	200	100%
Você já visitou ou visitaria um cemitério como um museu?		
Sim	117	59%
Não	44	22%
Não sabia da possibilidade desse tipo de visita.	39	20%
Total	200	100%

O que acha de cemitérios que permitem a visita para conhecer sobre a história de personalidades, artistas e história do lugar?		
Extremamente interessante para enriquecimento cultural.	93	47%
Acho uma boa ideia para ampliar meus conhecimentos.	62	31%
Não gosto da ideia de visitar cemitérios com esse objetivo.	34	17%
Jamais visitaria um cemitério com essa finalidade.	11	6%
Total	200	100%
Já pensou inserir em seu roteiro de viagem um cemitério como ponto turístico?		
Sim	74	37%
Não	58	29%
Não, mas consideraria a ideia de inserir em meu roteiro.	61	31%
Nunca colocaria esse tipo de passeio em meu roteiro.	7	4%
Total	200	100%
Pensa que locais de morte e sofrimento podem ser alvo de visitas turísticas?		
Sim	94	47%
Não	36	18%
Talvez	70	35%
Total	200	100%
Você gostaria de manter viva a memória de um ente querido?		
Sim	159	80%
Não	10	5%
Talvez	31	16%
Total	200	100%
E se pudesse registrar a história, lembranças, palavras e fotos de pessoas queridas, que já faleceram, num arquivo digital de fácil acesso?		
Com certeza o faria	90	45%
Nunca pensei sobre a possibilidade, mas gostaria	91	46%
Não faria	19	10%
Total	200	100%
E se pudesse inserir na lápide um código QR que, ao acessar, permitisse visualizar as principais recordações homenageando esse ente querido?		
Com certeza o faria	69	35%
Nunca pensei sobre a possibilidade, mas gostaria	77	39%
Talvez	36	18%
Não faria	18	9%
Total	200	100%

Tabela 2 – Questões de suporte ao objeto de estudo

6. Conclusões

Assim, o presente estudo apresentou que os cemitérios através dos seus símbolos, valores, hábitos culturais e significados, podem, cada vez mais representar ambientes educativos e espaços sociais. O turismo cemiterial já é uma realidade e a procura por este tipo de visita teve um aumento desde a década de 90 (Queiroz, 2005) e mostra o 'outro lado' das cidades.

Além disto, a investigação permite concluir elementos essenciais para este tipo de pesquisa. O primeiro é que há, cada vez mais, pessoas receptivas ao turismo cemiterial como fonte cultural, demonstrando uma mudança na perceção sobre estes ambientes. Neste âmbito ultrapassa-se a crença que cemitérios só seriam espaços para ritos fúnebres e sepultamentos. Além disto, os dados contribuem com as teorias do turismo cultural, elucidando o turismo cemiterial como mais uma oportunidade de garantir a preservação daquilo que é entendido como património imaterial, reforçando que há vantagens em se investir nessa modalidade turística, como mais uma fonte atrativa para destinos e melhoria da economia de um local.

A segunda conclusão é que esta mudança abre espaço para a inovação, demonstrando, através dos respondentes, que a utilização do QR Code nestes espaços pode auxiliar na preservação da memória, identidade, religiosidade, arte e cultura e que, ao acessar o código, por meio do seu smartphone, o visitante tem acesso à história daquela pessoa que jaz ali, pois 74% da amostra concorda com este tipo de aplicação.

Por conseguinte, esta associação da tecnologia e espaços sócio-culturais contribui com a essência do processo criativo necessário para as sociedades contemporâneas, ao propor novas combinações.

Assim, pelo apresentado pode dizer-se que se pode oferecer a implantação de uma poderosa tecnologia, de alto impacto, caracterizada pelo baixo custo de implementação e fácil acesso dos usuários, podendo vir a se tornar ferramenta agregadora na competitividade para o tipo de turismo citado. No seguimento do presente estudo teve-se como principal limitação a aplicação do questionário online e a aplicação de um questionário simples, mas que deu resposta ao objetivo do estudo. Como futuras linhas de investigação pretende-se elaborar um questionário que permita perceber e avaliar, numa escala tipo Likert, algumas questões e pretende-se, ainda, fazer uma análise mais profunda recorrendo a uma análise descritiva, a uma análise inferencial e uma análise multivariada- de clusters- para verificar a tipologia do turista/excursionista que se deslocam aos cemitérios na prática do turismo cultural.

Agradecimentos

This work has been supported by FCT–Fundação para a Ciência e Tecnologia (Portugal) within the Projects Scope: UID/CEC/00319/2019 and UID/GES/4752/2019. And by the Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Finance Code 001.

Referências

- Bellomo, H.R (Org). *Cemitérios do Rio Grande do Sul: arte, sociedade, ideologia*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.
- Cemeteriesrouteeu. (2019). *Cemeteriesrouteeu*. Retrieved 4 Julho, 2019, from <https://cemeteriesroute.eu/european-cemeteries-route.aspx>
- da Costa Siqueira, E., & de Oliveira, I. C. C. (2018). Turismo e comunicação: análise da oferta de aplicativos nos destinos de Diamantina e Ouro Preto. *CULTUR-Revista de Cultura e Turismo*, 12(1), 189–215.
- de Carvalho, C. D. M. B., Cutrim, K. D. G., & da Costa, S. R. (2017). Empreendedorismo cultural e turismo: perspectivas para desenvolvimento das indústrias criativas no bairro da Madre Deus, São Luís (Maranhão, Brasil). *Boletim do Museu Paraense Emílio Goeldi. Ciências Humanas*, 12(2), 629–646. doi:10.1590/1981.812220170002000020
- Del Puerto, C. B., & Baptista, M. L. C. (2015). Espaço cemiterial e Turismo: campo de ambivalência da vida e morte. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo*, 5(1), 42–53.
- Figueiredo, B. G., & Vidal, D. G. (2005). Museus: dos gabinetes de curiosidades à museologia moderna. In: Marandino, M., Figueiredo, B. G., & Vidal, D. G. (Eds.). *Museus: dos Gabinetes de Curiosidades à Museologia Moderna* (pp. 165–176). Belo Horizonte, MG: Argumentum.
- Gabriel, M. (2010). *Marketing na era digital: conceitos, plataformas e estratégias*. São Paulo, SP: Novatec.
- Ignarra, L.R. (1999). *Fundamentos do turismo*. (3rd Ed.). São Paulo, SP: Pioneira.
- Isoorg. (2015). *ISO/IEC 18004:2015*. Retrieved from <https://www.iso.org/standard/62021.html>
- Karasinski, L. (2013) *O que significa cada quadrado de um QR Code?* Retrieved 24 apr, 2018, from: <https://www.tecmundo.com.br/QR-code/37372-o-que-significa-cada-quadrado-de-um-qr-code-.htm>.
- Lévy, P. (1996) *A tecnologia da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Marques, S. (2017). *QR Code*. Retrieved 24 apr, 2018 from <http://knoow.net/ciencinformtelec/informatica/QR-code/>.
- Marujo, N., Serra, J., & Borges, M. D. (2013). Turismo cultural em cidades históricas: a cidade de Évora e as motivações do turista cultural. *TURyDES-Revista de Turismo y Desarrollo*, 6(14), 1–10.
- Osman, S. A., & Ribeiro, O. C. F. (2007). Arte, história, turismo e lazer nos cemitérios da cidade de São Paulo. – *Revista do Programa Multidisciplinar de Mestrado em Lazer*, Belo Horizonte, 10(1), 1–15.

- Queiroz, F. (2005). *Os cemitérios históricos e o seu potencial turístico em Portugal*. Anuário, 21, 7–12.
- Rocha, M. A. B. B. (2005). Transformações nas práticas de enterramentos: Cuiabá, 1850–1889. Central de Texto.
- Sebrae (2019). *Sebrae: Cenários e projeções estratégicas*. Retrieved 20 Julho, 2019, from <http://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/artigos/o-turista-mudou-e-agora-conheca-as-novas-tendencias-nesse-segmento,6bdd66c42833e510VgnVCM1000004c00210aRCRD>
- Soon, T. J. (2008). QR code. *Synthesis Journal*, 2008, 59–78. Retrieved 10 set, 2017 from http://www.itsc.org.sg/pdf/synthesiso8/Three_QR_Code.pdf.
- Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2018). *Relatório Global da Convenção de 2005 – Repensar as culturas políticas culturais: Criatividade para o desenvolvimento*. Retrieved from 15 mai, 2019 from http://www.unesco.org/new/pt/brasil/brasilia/about-this-office/single-view/news/reshaping_cultural_policies_global_report_2018_summary_in/
- Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2019). *Turismo cultural e desenvolvimento urbano*. Retrieved 3 jun, 2019, from: <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/brasilia/culture/culture-and-development/cultural-tourism-and-urban-development/>
- Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2019). *Pensar las políticas culturales: creatividad para el desarrollo, Convención de 2005 informe mundial, 2018: resumen*. Retrieved 3 jun, 2019, from: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000260678_por
- Unesco - Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (2002). *Diálogo intercultural*. Retrieved 12 jun, 2019, from <http://www.unesco.org/new/pt/brasil/brasilia/social-and-human-sciences/culture-of-peace/intercultural-dialogue/>
- Wtm. (2018). *Wtm*. Retrieved 20 Julho, 2019, from <https://www.wtm.com/>