

TECNOLOGIAS DIGITAIS E O TURISMO MILITAR: PERCEÇÕES PROFISSIONAIS SOBRE DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Gonçalo Nascimento de Castro, Academia Militar, castro.gn@exercito.pt

Francisco António Amado Rodrigues, Academia Militar, faar8385@gmail.com

Manuel do Carmo, Academia Militar/CINAMIL & CIMA/IIFA-UE, Universidade de Évora, manuel.carmo@academiamilitar.pt

https://doi.org/10.60746/8_19_48012

ABSTRACT

This study aims to analyse how professionals from the cultural and tourism sectors perceive the role of digital technologies in developing Military Tourism in Portugal. Based on semi-structured interviews with experts experienced in military museums, heritage management and tourism, the study applies qualitative content analysis, supported by MAXQDA, to identify convergences and tensions in the discourse. Findings show that the integration of virtual reality, augmented reality, 3D digitisation and gamification is perceived as a key driver for heritage preservation, educational enhancement and immersive visitor experiences. At the same time, interviewees emphasise structural constraints such as financial costs, organisational resistance and the lack of specialised training. These insights were synthesised in a SWOT matrix, highlighting internal strengths and weaknesses, as well as external opportunities and threats affecting the digital transformation of military museums. This study contributes to the international debate on digital heritage management in military tourism contexts by providing empirical evidence from an under-researched national setting.

Keywords: Military Tourism; Digital Technologies; Virtual Reality; Heritage; Education; Military Museums

RESUMO

O presente estudo procura analisar de que forma os profissionais do setor cultural e turístico percebem o papel das tecnologias digitais no desenvolvimento do Turismo Militar em Portugal. A investigação baseia-se em entrevistas semiestruturadas a especialistas com experiência em museus militares, gestão patrimonial e turismo, analisadas por meio de análise de conteúdo, com apoio do software MAXQDA, permitindo identificar padrões de discurso e dimensões críticas. Os resultados evidenciam que a integração de tecnologias como a realidade virtual, a realidade aumentada, a digitalização 3D e a gamificação é entendida como determinante para a preservação patrimonial, para o reforço da dimensão educativa das visitas e para a criação de experiências mais imersivas. Contudo, os entrevistados salientam igualmente constrangimentos de natureza financeira, organizacional e formativa, que condicionam a adoção sustentada destas soluções. Estas percepções foram sistematizadas numa matriz SWOT, identificando forças, fraquezas, oportunidades e ameaças associadas à transformação digital dos museus militares. O estudo contribui para o debate sobre gestão do património digital em contextos de turismo militar, oferecendo evidência empírica de um contexto nacional pouco explorado.

Palavras-chave: Turismo Militar; Tecnologias Digitais; Realidade Virtual; Património; Educação; Museus Militares.

1. INTRODUÇÃO

O Turismo Militar constitui um segmento particular do turismo cultural, cuja relevância tem vindo a ser gradualmente reconhecida, mas que permanece relativamente inexplorado no contexto académico nacional. A sua ligação intrínseca

ao patrimônio histórico-militar permite não apenas preservar a memória coletiva, mas também projetar uma imagem identitária das Forças Armadas junto da sociedade (Spiers et al., 2022). Neste sentido, a análise das percepções de profissionais com experiência direta na gestão e dinamização de espaços de cariz militar revela-se fundamental para compreender as potencialidades e limitações deste setor.

Nas últimas décadas, as tecnologias digitais assumiram um papel central na transformação das práticas culturais e turísticas. Ferramentas como a realidade virtual (RV), a realidade aumentada (RA), a digitalização 3D e a gamificação têm sido aplicadas com sucesso em múltiplos contextos patrimoniais, proporcionando experiências mais imersivas, interativas e educativas (Diakoumakos et al., 2023; Roussou, 2002; Wachowiak & Karas, 2009). Contudo, a sua aplicação no domínio específico do Turismo Militar permanece pouco estudada, sendo escassa a investigação que explore as perspetivas dos profissionais diretamente envolvidos.

Assim, este artigo tem como objetivo analisar as percepções de especialistas e responsáveis de instituições ligadas ao patrimônio histórico-militar relativamente ao impacto e aos desafios da implementação de tecnologias digitais no Turismo Militar. Para o efeito, foram realizadas entrevistas semiestruturadas cuja análise qualitativa permitiu identificar padrões de discurso, dimensões críticas e linhas de consenso. Os resultados são apresentados de forma a evidenciar contributos relevantes para a

preservação patrimonial, a valorização da experiência dos visitantes e a projeção da imagem do Exército Português, procurando colmatar uma lacuna na literatura científica e oferecer orientações práticas para a gestão estratégica dos museus militares.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. TURISMO MILITAR ENQUANTO SEGMENTO DO TURISMO CULTURAL

O Turismo Militar tem vindo a afirmar-se como um segmento específico do turismo cultural, associado à valorização de locais históricos, campos de batalha, museus e património ligado à memória militar. Este tipo de turismo assume uma dupla função: por um lado, contribui para a preservação e divulgação da memória histórica; por outro, desempenha um papel relevante na construção de identidades coletivas e na diplomacia cultural (Butler & Suntikul, 2013; Winter, 2011). A sua crescente relevância está associada à procura por experiências autênticas e educativas, centradas na interpretação do passado e na valorização do património tangível e intangível.

Apesar deste crescimento, o Turismo Militar permanece pouco explorado na literatura científica, sobretudo em contextos nacionais e específicos, como o português. A maioria dos estudos centra-se em destinos já consolidados, como os

campos de batalha da Primeira e Segunda Guerra Mundial, negligenciando outras formas de património militar e os processos contemporâneos de valorização museológica (Dunkley et al., 2011). Esta lacuna evidencia a necessidade de aprofundar o conhecimento sobre a forma como diferentes contextos institucionais e culturais influenciam o desenvolvimento deste segmento turístico.

2.2. TECNOLOGIAS DIGITAIS NO PATRIMÓNIO E NOS MUSEUS

Nas últimas décadas, as tecnologias digitais têm desempenhado um papel transformador na gestão e na valorização do património cultural. Ferramentas como a realidade virtual (RV), realidade aumentada (RA), digitalização tridimensional e aplicações interativas têm sido amplamente utilizadas para enriquecer a experiência do visitante, permitindo novas formas de interação com os conteúdos expositivos (Diakoumakos et al., 2023; tom Dieck & Jung, 2017). Estas tecnologias possibilitam a reconstrução de ambientes históricos, a simulação de eventos passados e a criação de narrativas imersivas, contribuindo para uma maior acessibilidade e compreensão do património.

A literatura evidencia que a integração destas soluções digitais pode potenciar o envolvimento cognitivo e emocional dos visitantes, aumentando a sua satisfação e promovendo aprendizagens mais significativas (Roussou, 2002; Bekele et al., 2018). No entanto, a maioria dos estudos tem incidido sobre museus arqueológicos, galerias de arte ou património urbano, sendo ainda limitada a investigação aplicada ao

contexto específico dos museus militares. Esta limitação sugere a existência de um campo emergente que requer maior aprofundamento teórico e empírico.

2.3. MEDIAÇÃO CULTURAL, EXPERIÊNCIA DO VISITANTE E EDUCAÇÃO

A mediação cultural constitui um elemento central na relação entre património e público, sendo cada vez mais influenciada pela incorporação de tecnologias digitais. Nos museus contemporâneos, a experiência do visitante deixou de ser passiva, passando a assumir um carácter interativo e participativo, no qual o indivíduo desempenha um papel ativo na construção do significado (Falk & Dierking, 2016). Neste contexto, as tecnologias digitais surgem como ferramentas facilitadoras de experiências personalizadas, inclusivas e adaptadas a diferentes perfis de visitantes.

Estudos recentes demonstram que a utilização de realidade virtual, gamificação e conteúdos interativos contribui para aumentar o envolvimento emocional dos visitantes, promovendo empatia e ligação com os conteúdos históricos (Spiers et al., 2022). Para além disso, estas soluções reforçam a dimensão educativa dos museus, permitindo a transmissão de conhecimento de forma mais dinâmica e acessível (Wachowiak & Karas, 2009). Contudo, subsistem desafios relacionados com o equilíbrio entre inovação tecnológica e preservação da autenticidade do património, uma questão particularmente sensível em contextos históricos e militares.

2.4. GAPS CIENTÍFICOS E CONTRIBUTO DO ESTUDO

Apesar dos avanços registados na literatura sobre digitalização do património e experiência do visitante, verifica-se uma lacuna significativa no que respeita à análise das perceções dos profissionais responsáveis pela gestão e dinamização dos museus. A investigação tem privilegiado abordagens centradas no visitante, negligenciando frequentemente as dimensões organizacionais, estratégicas e institucionais associadas à adoção de tecnologias digitais (Kraus et al., 2022).

Por outro lado, são escassos os estudos que exploram de forma integrada os desafios financeiros, as competências técnicas e as resistências organizacionais que condicionam a transformação digital em contextos museológicos específicos, como o Turismo Militar. Esta lacuna é particularmente relevante, uma vez que a implementação de tecnologias digitais não depende apenas do seu potencial técnico, mas também da capacidade das organizações para as integrar de forma estratégica e sustentável.

Neste sentido, o presente estudo procura contribuir para o avanço do conhecimento ao analisar as perceções de profissionais do setor cultural e turístico sobre o papel das tecnologias digitais no desenvolvimento do Turismo Militar em Portugal. Ao centrar-se na perspetiva dos atores institucionais, este trabalho oferece uma abordagem complementar à literatura existente, permitindo compreender não

apenas os benefícios das tecnologias digitais, mas também os constrangimentos e desafios associados à sua implementação.

3. METODOLOGIA

A presente investigação adotou uma abordagem qualitativa, que se considera adequada para explorar percepções, interpretações e significados atribuídos pelos participantes a fenômenos complexos, como é o caso da integração de tecnologias digitais no Turismo Militar (Creswell & Poth, 2018). Neste contexto, optou-se pela realização de entrevistas semiestruturadas, uma vez que este método permite conciliar a existência de um guia orientador com a flexibilidade necessária para captar dimensões emergentes e aprofundar as perspectivas dos entrevistados (Kallio et al., 2016).

O estudo foi orientado por um conjunto de questões de investigação que possibilitaram estruturar a recolha e análise dos dados: (i) compreender de que forma os profissionais percebem o papel das tecnologias digitais no desenvolvimento do Turismo Militar; (ii) identificar os principais benefícios associados à sua utilização, nomeadamente ao nível da preservação patrimonial, da experiência do visitante e da dimensão educativa; (iii) analisar os constrangimentos que limitam a adoção destas soluções, incluindo fatores financeiros, organizacionais e de competências; e (iv)

explorar de que modo estas percepções podem ser sistematizadas num enquadramento estratégico que apoie a tomada de decisão nas instituições militares e museológicas.

A seleção dos participantes seguiu uma estratégia de amostragem intencional (*purposive sampling*), amplamente utilizada em investigação qualitativa quando se pretende obter informação rica e relevante a partir de indivíduos com conhecimento especializado sobre o fenómeno em estudo (Palinkas et al., 2015). Foram definidos critérios específicos de inclusão, nomeadamente: (i) experiência profissional direta no setor do património histórico-militar, turismo ou museologia; (ii) envolvimento em atividades de gestão, valorização ou investigação associadas a museus militares; e (iii) conhecimento ou contacto com processos de digitalização patrimonial e tecnologias aplicadas ao contexto museológico. A amostra final integrou sete participantes, incluindo responsáveis de museus militares, técnicos superiores e académicos, assegurando diversidade de perspetivas e experiências.

O guião de entrevista foi desenvolvido com base na literatura existente sobre turismo cultural, mediação patrimonial e digitalização de museus, garantindo alinhamento entre os objetivos da investigação e as dimensões analíticas exploradas (Falk & Dierking, 2016; tom Dieck & Jung, 2017). O guião foi estruturado em torno de três eixos: (i) valorização e preservação do património histórico-militar; (ii) papel educativo e experiência do visitante em contextos de Turismo Militar; e (iii) contributo das tecnologias digitais, como a realidade virtual, realidade aumentada e

digitalização 3D, na mediação cultural. Esta estrutura permitiu assegurar consistência na recolha dos dados, mantendo simultaneamente abertura para a emergência de novas categorias analíticas.

As entrevistas foram realizadas em formato presencial e online, de acordo com a disponibilidade dos participantes, tendo sido previamente obtido o consentimento informado, garantindo os princípios éticos de confidencialidade e anonimato. Todas as entrevistas foram gravadas e posteriormente transcritas na íntegra, assegurando a fiabilidade e integridade dos dados recolhidos. O tratamento dos dados foi efetuado através de análise de conteúdo, uma técnica amplamente utilizada em estudos qualitativos para identificar padrões, categorias e significados presentes no discurso dos participantes (Elo & Kyngäs, 2008). O processo analítico envolveu uma fase inicial de leitura exploratória, seguida da codificação temática e da organização dos dados em categorias alinhadas com as questões de investigação.

De modo a reforçar a robustez analítica e a utilidade prática dos resultados, recorreu-se à utilização de uma matriz SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), que permitiu sistematizar as perceções dos entrevistados numa perspetiva estratégica. A escolha desta ferramenta justifica-se pela sua ampla aplicação em estudos de gestão e planeamento estratégico, incluindo no setor cultural e turístico, onde é utilizada para identificar fatores internos e externos que influenciam processos de inovação e tomada de decisão (Gürel & Tat, 2017). Neste

contexto, a matriz SWOT possibilitou integrar de forma estruturada os contributos qualitativos, traduzindo-os num quadro analítico que evidencia simultaneamente potencialidades e constrangimentos associados à transformação digital dos museus militares.

Assim, a combinação de entrevistas semiestruturadas, análise de conteúdo e sistematização através da matriz SWOT permitiu desenvolver uma abordagem metodológica coerente e alinhada com os objetivos do estudo, contribuindo para uma compreensão aprofundada das perceções dos profissionais e das dinâmicas que influenciam a adoção de tecnologias digitais no Turismo Militar em Portugal.

4. RESULTADOS E DISCUSSÃO

Os resultados evidenciam que os profissionais do setor reconhecem no Turismo Militar um instrumento relevante de preservação patrimonial e de projeção institucional. Esta perceção encontra suporte na literatura, que destaca o papel do património cultural na construção de memória coletiva e identidade social (Winter, 2011). A valorização da dimensão educativa dos museus militares, frequentemente referida pelos entrevistados, confirma a sua função enquanto espaços de aprendizagem ativa, em linha com os modelos contemporâneos de experiência museológica (Falk & Dierking, 2016).

A integração de tecnologias digitais surge como um dos principais vetores de transformação destes espaços. Ferramentas como a realidade virtual, a realidade aumentada e a digitalização 3D são percebidas como capazes de enriquecer a experiência do visitante, promovendo níveis mais elevados de envolvimento emocional e cognitivo. Estes resultados corroboram estudos que evidenciam o impacto positivo destas tecnologias na criação de experiências imersivas e na facilitação da aprendizagem (Bekele et al., 2018; Diakoumakos et al., 2023).

No entanto, para além da convergência com a literatura, os resultados permitem aprofundar uma dimensão frequentemente negligenciada: a tensão entre inovação tecnológica e preservação patrimonial. Embora os entrevistados reconheçam o valor das tecnologias digitais, emergem preocupações relativas ao risco de “hiperdigitalização”, que pode conduzir à secundarização do património material. Esta tensão revela um dilema na gestão contemporânea de museus: a necessidade de equilibrar autenticidade e inovação, garantindo que a tecnologia atua como complemento e não como substituto da experiência patrimonial.

Adicionalmente, os resultados evidenciam que a adoção de tecnologias digitais não é um processo linear nem exclusivamente técnico, sendo fortemente condicionado por fatores organizacionais. Os elevados custos financeiros, a escassez de recursos humanos qualificados e a resistência à mudança surgem como barreiras estruturais significativas. Estas conclusões estão alinhadas com a literatura sobre

transformação digital em organizações culturais, que sublinha a importância de competências, liderança e cultura organizacional na implementação de inovação (Kraus et al., 2022).

<p style="text-align: center;">Forças</p> <ul style="list-style-type: none">• Interatividade• Envolvimento emocional• Aprendizagem ativa• Atratividade para públicos jovens• Inovação• Conteúdos dinâmicos• Acessibilidade• Inclusão• Valorização do património• Flexibilidade• Modernização da oferta	<p style="text-align: center;">Fraquezas</p> <ul style="list-style-type: none">• Falta de Recursos financeiros• Ausência de formação técnica• Resistência à mudança• Dificuldades de manutenção
<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none">• Renovação da imagem institucional• Interesse crescente do público• Captação de novos públicos• Fortalecimento das identidades• Acesso a financiamentos para inovação e cultura• Criação de valor• Reforço da atratividade• Internacionalização da oferta local• Transformação da experiência do visitante	<p style="text-align: center;">Ameaças</p> <ul style="list-style-type: none">• Custos de manutenção• Custos de atualização• Obsolescência tecnológica• Desigualdade no acesso às tecnologias

Ilustração 1. Análise SWOT das entrevistas.

Fonte. Elaboração própria.

A sistematização destas perceções através da matriz SWOT permite uma leitura integrada das dinâmicas identificadas. As forças e oportunidades evidenciam

o potencial do Turismo Militar enquanto segmento diferenciador, capaz de atrair novos públicos e reforçar a comunicação institucional. Por outro lado, as fraquezas e ameaças destacam a necessidade de políticas sustentadas, investimento estratégico e capacitação de recursos humanos.

Importa salientar que este estudo contribui para a literatura ao introduzir a perspectiva dos profissionais como elemento central de análise. Ao contrário de abordagens centradas exclusivamente no visitante, esta investigação evidencia que a transformação digital dos museus militares depende de processos internos complexos, envolvendo decisões estratégicas, alocação de recursos e mudança organizacional. Neste sentido, os resultados sugerem que a digitalização do património deve ser encarada como um processo sistémico, que integra dimensões tecnológicas, humanas e institucionais.

Ainda assim, a análise permite propor uma interpretação mais abrangente do papel das tecnologias digitais no Turismo Militar. Para além de instrumentos de mediação cultural, estas tecnologias assumem-se como catalisadores de transformação organizacional, capazes de redefinir práticas museológicas, modelos de comunicação e estratégias de valorização patrimonial. Contudo, a sua eficácia depende da capacidade das instituições para integrar estas soluções de forma crítica, estratégica e sustentável.

Em termos académicos, este estudo poderá contribuir para amenizar uma lacuna na investigação sobre o Turismo Militar em Portugal, ao integrar a perspetiva dos profissionais diretamente envolvidos na gestão e dinamização destes espaços. Do ponto de vista prático, oferece pistas relevantes para decisores e gestores de museus militares, salientando que a modernização tecnológica deve ser encarada como uma estratégia de longo prazo, articulada com os objetivos de preservação, educação e projeção identitária.

Com base na análise empírica e na articulação com a literatura, foi possível estruturar um modelo conceptual que estabelece relações causais entre tecnologias digitais, mecanismos de mediação cultural, experiência do visitante e impactos estratégicos, evidenciando como a integração de soluções digitais influencia, de forma indireta e mediada, a valorização do património e o desenvolvimento sustentável do Turismo Militar (ilustração 2).

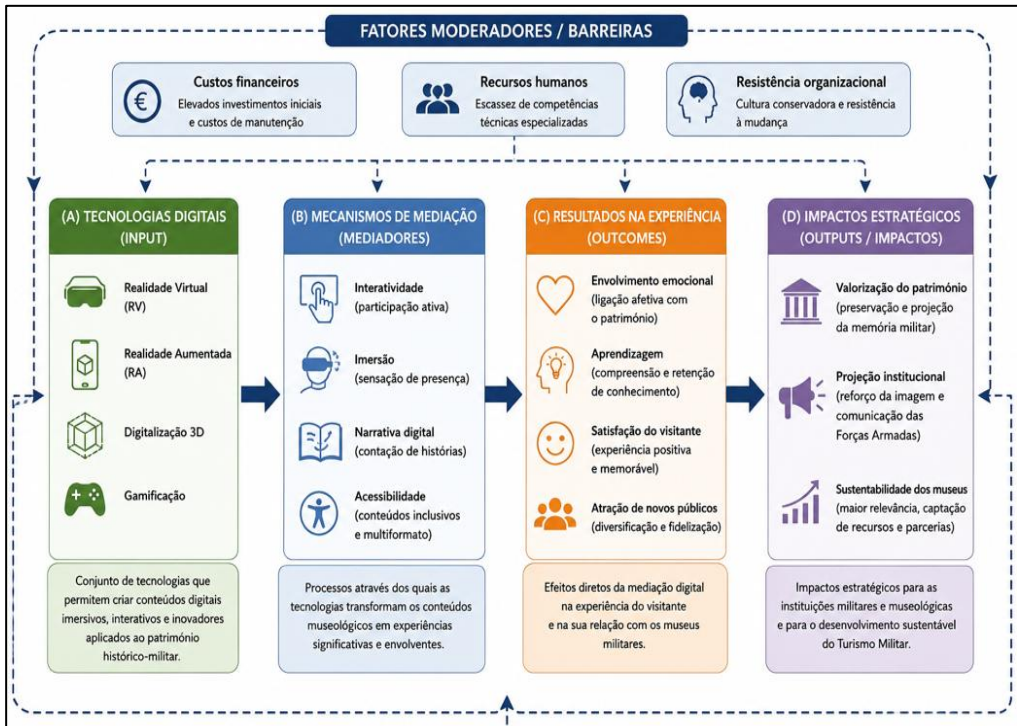


Ilustração 2. Modelo Conceptual: Tecnologias digitais.

Fonte. Elaboração própria.

Em primeiro lugar, as tecnologias digitais, incluindo a realidade virtual, a realidade aumentada, a digitalização tridimensional e a gamificação, são consideradas como inputs fundamentais que suportam novas formas de mediação cultural. Estas tecnologias não atuam de forma isolada, mas através de mecanismos como a interatividade, a imersão e a construção de narrativas digitais, que permitem transformar a forma como os conteúdos patrimoniais são apresentados e interpretados (Bekele et al., 2018; tom Dieck & Jung, 2017).

Em segundo lugar, estes mecanismos influenciam diretamente a experiência do visitante, promovendo maior envolvimento emocional, reforço da aprendizagem e níveis mais elevados de satisfação. Esta relação encontra suporte nos modelos contemporâneos de experiência museológica, que enfatizam a participação ativa do visitante no processo de construção de significado (Falk & Dierking, 2016).

Em terceiro lugar, a melhoria da experiência do visitante traduz-se em impactos estratégicos para os museus militares, nomeadamente ao nível da valorização do património, da atração de novos públicos e da projeção institucional. Neste sentido, as tecnologias digitais assumem-se não apenas como ferramentas operacionais, mas como instrumentos estratégicos de desenvolvimento do Turismo Militar.

Contudo, o modelo evidencia igualmente a existência de fatores moderadores que condicionam a eficácia destas relações. Elementos como os custos financeiros, a disponibilidade de recursos humanos qualificados e a resistência organizacional à mudança atuam como barreiras à implementação sustentada das tecnologias digitais, limitando o seu impacto potencial. Esta dimensão reforça a necessidade de encarar a transformação digital como um processo sistémico, que exige não apenas investimento tecnológico, mas também mudança organizacional e capacitação institucional (Kraus et al., 2022).

Assim, o modelo proposto oferece uma visão integrada das dinâmicas que estruturam a relação entre tecnologias digitais e Turismo Militar, contribuindo para uma melhor compreensão dos fatores que influenciam a sua adoção e eficácia.

5. IMPLICAÇÕES E TRABALHOS FUTUROS

As implicações práticas deste estudo são particularmente relevantes para os decisores e gestores dos museus militares, bem como para as entidades responsáveis pela política cultural e patrimonial em Portugal. Os resultados sugerem que a integração de tecnologias digitais não deve ser vista apenas como um adereço expositivo, mas como um investimento estratégico capaz de reforçar a preservação do património, aumentar a atratividade junto de novos públicos e projetar de forma diferenciada a imagem do Exército Português. Para tal, é necessário adotar uma visão de longo prazo, que envolva não só a aquisição de equipamentos, mas também a formação contínua de profissionais, a construção de parcerias com universidades e empresas tecnológicas e o estabelecimento de políticas de financiamento sustentado. Estas implicações práticas revelam que os museus militares podem tornar-se verdadeiros laboratórios de inovação cultural, desempenhando um papel ativo na diplomacia pública, na promoção da identidade nacional e na aproximação entre as Forças Armadas e a sociedade civil.

Embora este estudo tenha trazido contributos relevantes ao analisar as perceções de profissionais ligados diretamente ao Turismo Militar e ao património histórico-militar, através de entrevistas e da sua sistematização numa matriz SWOT, abrem-se vários caminhos de investigação futura. Uma primeira possibilidade consiste em ampliar o número de entrevistados, incluindo responsáveis de diferentes museus militares nacionais, de modo a captar uma maior diversidade de perspetivas institucionais. Esta ampliação permitiria reforçar a robustez das conclusões e validar de forma mais consistente os padrões de discurso aqui identificados.

Outro percurso de investigação futura passa pela comparação internacional. Países com tradição consolidada no Turismo Militar, como França, Reino Unido ou Espanha, já exploram soluções digitais em museus e locais patrimoniais. Um estudo comparativo permitiria identificar boas práticas, compreender os fatores críticos de sucesso e avaliar em que medida essas experiências poderiam ser adaptadas à realidade portuguesa. Esta linha de investigação poderia, assim, contribuir para a construção de uma estratégia mais integrada e competitiva a nível europeu.

Por fim, será fundamental integrar a perspetiva dos visitantes, uma vez que este estudo se centrou exclusivamente na visão dos profissionais. A recolha de dados junto do público, através de inquéritos, entrevistas ou observação direta, permitiria compreender como os visitantes avaliam a introdução de tecnologias como a Realidade Virtual, a Realidade Aumentada ou a digitalização 3D na sua experiência

museológica. Esta abordagem permitiria cruzar a visão institucional com a percepção dos utilizadores finais, oferecendo um quadro mais completo para apoiar as decisões de gestão e inovação nos museus militares.

6. CONCLUSÕES

O estudo contribui para alargar a compreensão sobre a gestão do património digital em contextos de turismo militar, ao revelar como os profissionais do setor percecionam o papel das tecnologias emergentes na mediação e valorização do património histórico-militar. As entrevistas evidenciaram que os museus e espaços de carácter histórico-militar continuam a ser reconhecidos como plataformas de preservação patrimonial e de transmissão de conhecimento, mas enfrentam desafios significativos para responder às expectativas de públicos cada vez mais digitais, nomeadamente no que respeita a recursos financeiros, competências tecnológicas e atualização dos modelos de mediação.

Os resultados apontam para três contributos principais. Em primeiro lugar, a valorização da função educativa do Turismo Militar, destacada de forma unânime pelos entrevistados, confirma a centralidade destes espaços enquanto contextos de aprendizagem ativa. Em segundo lugar, a percepção de que a integração de tecnologias digitais, como a realidade virtual, a realidade aumentada, a digitalização 3D e a gamificação, enriquece a experiência do visitante e fortalece a ligação

emocional com o património. Por último, a identificação de entraves como os custos financeiros, a escassez de recursos humanos especializados e a resistência organizacional à inovação, que condicionam a implementação sustentada destas soluções.

A matriz SWOT construída a partir das entrevistas sintetiza estas perceções, revelando que o Turismo Militar em Portugal possui forças e oportunidades que podem ser mobilizadas para a sua afirmação enquanto segmento cultural diferenciado, mas enfrenta igualmente fragilidades estruturais e ameaças externas que exigem respostas estratégicas. Neste sentido, a importância do Turismo Militar transcende a dimensão patrimonial, configurando-se também como um instrumento de diplomacia pública, de comunicação institucional e de aproximação entre as Forças Armadas e a sociedade civil.

Do ponto de vista prático, os resultados sublinham a necessidade de encarar a modernização tecnológica como parte integrante de uma estratégia de longo prazo. Não se trata apenas de investir em equipamentos inovadores, mas sobretudo de promover uma política consistente de capacitação de profissionais, de avaliação contínua das experiências dos visitantes e de estabelecimento de parcerias com universidades, centros de investigação e empresas tecnológicas. Esta visão integrada poderá não só reduzir as barreiras financeiras e organizacionais identificadas, como

também fomentar um ecossistema colaborativo que garanta a sustentabilidade e a atratividade dos museus militares no futuro.

Ao nível teórico, o estudo contribui ao propor um modelo conceptual integrador que articula tecnologias digitais, mediação cultural e impacto estratégico no contexto do Turismo Militar. Ao dar voz a profissionais diretamente envolvidos na gestão e dinamização destes espaços, oferece uma perspectiva empírica que enriquece o debate teórico e pode servir de base para futuras investigações. Estudos comparativos entre diferentes países, análises longitudinais sobre a evolução da digitalização ou a integração da perspectiva dos visitantes constituem caminhos promissores para aprofundar este tema.

Para além disso, a investigação sugere que os museus militares podem funcionar como laboratórios de inovação cultural, capazes de inspirar outros segmentos patrimoniais a repensar as suas estratégias de mediação. O recurso a narrativas imersivas e interativas revela-se especialmente relevante para captar a atenção das novas gerações, reforçando a ligação entre memória histórica, identidade nacional e participação cívica.

Ainda assim, importa reconhecer as limitações do estudo. A dimensão reduzida da amostra e o seu foco exclusivo no contexto português implicam que os resultados devem ser interpretados como exploratórios. A rápida evolução

tecnológica poderá igualmente alterar a forma como estas percepções se manifestam no futuro, exigindo novas abordagens e atualizações constantes.

Em síntese, o estudo confirma que o Turismo Militar em Portugal reúne condições para se afirmar como um segmento distintivo do turismo cultural, assente na autenticidade do património, na sua relevância identitária e no potencial educativo. A integração sustentada de tecnologias digitais poderá consolidar esta posição, desde que acompanhada por políticas de investimento, formação e inovação estratégica. O desafio reside em equilibrar a preservação material com a digitalização, garantindo que os museus militares não apenas preservam o passado, mas também dialogam com o presente e projetam o futuro.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Bekele, M. K., Pierdicca, R., Frontoni, E., Malinverni, E. S., & Gain, J. (2018). A survey of augmented, virtual, and mixed reality for cultural heritage. *Journal on Computing and Cultural Heritage*, 11(2), 1–36. <https://doi.org/10.1145/3145534>
- Butler, R., & Suntikul, W. (2013). *Tourism and war*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203074613>
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage.
- Diakoumakos, J., Theodoropoulos, A., & Lepouras, G. (2023). Species' Citadel's Timeline: A Virtual Reality Experience in a peripheral Archaeological

Museum. *ACM International Conference Proceeding Series*.
<https://doi.org/10.1145/3609987.3610006>

- Dunkley, R., Morgan, N., & Westwood, S. (2011). Visiting the trenches: Exploring meanings and motivations in battlefield tourism. *Tourism Management*, 32(4), 860–868. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.07.011>
- Elo, S., & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. *Journal of Advanced Nursing*, 62(1), 107–115. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2648.2007.04569.x>
- Falk, J. H., & Dierking, L. D. (2016). *The museum experience revisited*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315417855>
- Gürel, E., & Tat, M. (2017). SWOT analysis: A theoretical review. *Journal of International Social Research*, 10(51), 994–1006. <https://doi.org/10.17719/jisr.2017.1832>
- Kallio, H., Pietilä, A. M., Johnson, M., & Kangasniemi, M. (2016). Systematic methodological review: Developing a framework for a qualitative semi-structured interview guide. *Journal of Advanced Nursing*, 72(12), 2954–2965. <https://doi.org/10.1111/jan.13031>
- Kraus, S., Breier, M., Lim, W. M., Dabić, M., Kumar, S., Kanbach, D., Mukherjee, D., Corvello, V., Piñeiro-Chousa, J., Liguori, E., Palacios-Marqués, D., Schiavone, F., Ferraris, A., Fernandes, C., & Ferreira, J. J. (2022). Literature reviews as independent studies: guidelines for academic practice. *Review of Managerial Science*, 16(8), 2577–2595. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00588-8>
- Palinkas, L. A., Horwitz, S. M., Green, C. A., Wisdom, J. P., Duan, N., & Hoagwood, K. (2015). Purposeful sampling for qualitative data collection and analysis in mixed method implementation research. *Administration and Policy in*

Mental Health and Mental Health Services Research, 42(5), 533–544.

<https://doi.org/10.1007/s10488-013-0528-y>

Roussou, M. (2002). Virtual Heritage: From the Research Lab to the Broad Public.

Virtual Archaeology, Proceedings of the VAST Euroconference, BAR International Series 1075, February, 93–100.

Spiers, E., Slocombe, W., Maltby, J., Dedopulos, T., Stolze, G., Goodenough, P.,

Claridge, R., Mason, L., Biggs, J., & Norris, J. (2022). Estrangement, immersion, and the future: Designing the speculative environments of the virtual reality “Museum of the Future.” *Futures*, 138(May 2021).

<https://doi.org/10.1016/j.futures.2022.102922>

tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2017). Value of augmented reality at cultural heritage

sites: A stakeholder approach. *Journal of Destination Marketing & Management*, 6(2), 110–117. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2017.03.002>

Wachowiak, M. J., & Karas, B. V. (2009). 3D Scanning and Replication for Museum

and Cultural Heritage Applications. *Journal of the American Institute for Conservation*, 48(2), 141–158.

<https://doi.org/10.1179/019713609804516992>

Winter, C. (2011). Battlefield visitor motivations: Explorations in the Great War

town of Ieper, Belgium. *International Journal of Tourism Research*, 13(2), 164–176. <https://doi.org/10.1002/jtr.806>