



Maria do Rosário Pereira da Silva Borges **A Internet como Fonte de Informação de Apoio à
Actividade Docente no Ensino Superior de Turismo
em Portugal**



Maria do Rosário Pereira da Silva Borges **A Internet como Fonte de Informação de Apoio à
Actividade Docente no Ensino Superior de Turismo
em Portugal**

dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão da Informação, realizada sob a orientação científica do Doutor Joaquim Manuel Henriques de Sousa Pinto, Professor Auxiliar do Departamento de Electrónica e Telecomunicações da Universidade de Aveiro

o júri

presidente

Doutor Joaquim Arnaldo Carvalho Martins
professor associado com agregação da Universidade de Aveiro

Doutor Eurico Manuel Elias de Morais Carrapatoso
professor auxiliar da Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto

Doutor Joaquim Manuel Henriques de Sousa Pinto
professor auxiliar do Departamento de Electrónica e Telecomunicações da Universidade de Aveiro

agradecimentos

Expresso os meus agradecimentos ao Doutor Joaquim Sousa Pinto, meu orientador científico, pela forma como acompanhou o desenvolvimento do trabalho, pela sua dedicação, apoio e compreensão durante o período de elaboração da tese.

Deixo, também, o meu reconhecimento à ESEC – Escola Superior de Educação de Coimbra, pelas condições propícias que me ofereceu para o desenvolvimento deste trabalho de investigação.

Agradeço aos meus colegas e professores do Mestrado por todo o apoio prestado que contribuiu para a realização desta tese, com uma saudação especial para o Doutor Rui Santiago e Dr.^a Leonor Teixeira.

Manifesto o meu agradecimento a todos os meus colegas de profissão que, com as suas sugestões, dúvidas e críticas, me deram apoio e colaboração para a realização desta tese.

Aos alunos Hugo Bastos, João Faustino, José Ramos e Rui Isidro, finalistas do curso de Electrónica e Comunicações, pelo interesse que demonstraram em colaborar neste trabalho.

Aos meus pais, mais uma vez, por toda a compreensão e ajuda que manifestaram no período de realização da tese.

Ao Zé.

resumo

Esta dissertação procura problematizar a influência que a Internet tem enquanto fonte de informação no âmbito da actividade docente do ensino superior público em Portugal. Face ao crescente volume de informação em circulação e à sua rápida desactualização nas sociedades de hoje, questiona-se muitas vezes que recursos é que estão disponíveis para satisfazer as necessidades de informação dos seus utilizadores. Assim, começamos por abordar os aspectos teóricos relacionados com a importância da informação e a sua gestão nas organizações competitivas, enquadrando o papel que tem vindo a assumir nos estabelecimentos de ensino. Apresentamos, também, o contexto de desenvolvimento da Internet e as problemáticas associadas à massificação da sua utilização enquanto veículo universal de difusão de informação, considerando as diversas ferramentas de recolha de informação disponíveis e os critérios de qualidade utilizados para gerir essa mesma informação. Seguidamente são apresentados os resultados obtidos com a aplicação de questionários, feitos junto dos docentes dos cursos superiores de turismo, através dos quais se procurou analisar o contexto em que a Internet é utilizada para apoiar a sua actividade profissional. Os resultados obtidos revelaram que este público apresenta uma grande apetência para procurar várias áreas de informação sobre o turismo na Internet, embora com um grau de satisfação pouco elevado quanto ao rácio quantidade/qualidade de informação já procurada, mas ainda não a elegem como a principal fonte de informação no âmbito da sua actividade profissional. Por último, apresentamos uma proposta para o desenvolvimento de um sistema de informação sobre turismo para colmatar algumas das necessidades de informação que constantemente se colocam aos docentes.

abstract

The present thesis aims at finding how the Internet, as an information source, influences the professional activity of lecturers teaching in the courses in Tourism within Higher Education in Portugal. As the amount of information and its outdating grow faster and faster in present-day society, we often ask ourselves what the resources available are, so that the needs of users can be satisfied. Firstly, we shall view the theoretical aspects related to the importance of information and its management in competitive organisations, and we shall try to place the role of information within some kind of framework. We shall also present the context in which the Internet has developed as well as the issues associated with its massive use as a universal means of disseminating information. We shall equally consider the various tools available for the gathering of information and the criteria of quality used for the handling of it. Secondly, we shall present the results obtained from questionnaires given to lecturers in the courses in Tourism, which provided us with a context for the use of the Internet among those lecturers in their professional activity. Those results show that they use the Internet frequently and tend to visit sites which will provide them with different sorts of information on Tourism. The results also show, however, that the level of satisfaction obtained is low when compared with the quantity/quality ratio aimed for. The Internet does not constitute the lecturers' main source of information in their professional activity yet. Finally, we shall put forward a proposal for the development of an information system in Tourism, which might fill some gaps in the information usually required by lecturers.

ÍNDICE GERAL

CAPÍTULO 1 – INTRODUÇÃO.....	14
CAPÍTULO 2 – A INFORMAÇÃO	17
2.1. Introdução	17
2.2. As Sociedades da Informação.....	17
2.2.1. Dados, informação, conhecimento e comunicação	21
2.3. A informação nas organizações em geral	23
2.3.1. Informação interna <i>versus</i> informação externa	25
2.4. A informação nas organizações turísticas.....	26
2.4.1. Ambiente externo e análise estratégica	27
2.4.2. A informação do sector público nacional	29
2.5. A informação nos estabelecimentos de ensino	31
2.5.1. A informação na educação em turismo.....	33
2.6. Conclusão	35
CAPÍTULO 3 – A GESTÃO DA INFORMAÇÃO	36
3.1. Introdução	36
3.2. A actividade de gestão e a informação enquanto recurso	36
3.2.1. Gestor da Informação.....	37
3.2.2. Gestão da informação – conceitos	40
3.2.3. Características e atributos do recurso informação	43
3.2.4. Critérios para avaliar os recursos da informação	44
3.2.5. Ciclo de vida da informação	45
3.2.5.1. As políticas da informação.....	46
3.3. Fontes de informação.....	46
3.4. As tecnologias de informação e a informação	48
3.4.1. O papel dos sistemas de informação	49
3.5. Conclusão	49
CAPÍTULO 4 – A INTERNET E A INFORMAÇÃO.....	51
4.1. Introdução	51
4.2. A Internet	51
4.2.1. A Internet em números	54

4.2.2. A <i>World Wide Web</i>	56
4.3. A informação na Internet	57
4.3.1. A qualidade da informação	58
4.3.2. A explosão da informação.....	59
4.4. A recolha de informação.....	61
4.4.1. A <i>Deep Web</i>	68
4.4.2. A avaliação da informação.....	70
4.5. Conclusão	73
CAPÍTULO 5 – A UTILIZAÇÃO DA INTERNET NA ACTIVIDADE DOCENTE DO ENSINO SUPERIOR DE TURISMO EM PORTUGAL: METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO	75
5.1. Introdução	75
5.2. Objectivos da investigação	75
5.3. Características da população.....	76
5.3.1. Sujeitos da população	78
5.4. Instrumentos	81
5.5. Procedimentos.....	86
5.6. Conclusão	87
CAPÍTULO 6 – A UTILIZAÇÃO DA INTERNET NA ACTIVIDADE DOCENTE DO ENSINO SUPERIOR DE TURISMO EM PORTUGAL: RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO	88
6.1. Introdução	88
6.2. Resultados	88
6.2.1. Resultados do Grupo 1 – Docentes utilizadores da Internet.....	88
6.2.2. Resultados do Grupo 2 - Docentes não utilizadores da Internet	101
6.3. Discussão dos resultados	105
6.4. Conclusão	106
CAPÍTULO 7 – PROPOSTA DE UM SISTEMA DE INFORMAÇÃO EM TURISMO	107
7.1. Introdução	107
7.2. Sistema de informação	107
7.3. Planeamento do SI Turismo	108
7.3.1. Análise estratégica.....	108
7.3.2. Definição estratégica.....	110

7.3.3. Implementação estratégica	111
7.4. Desenvolvimento do SI Turismo	112
7.4.1. Análise de sistema	112
7.4.2. Concepção do sistema	114
7.4.3. Construção do sistema	114
7.4.3.1. Interface do Protótipo 1 – Estabelecimentos de Ensino	115
7.4.3.2. Interface do Protótipo 2 – Eventos	118
7.4.4. Outros procedimentos	121
7.5. O fluxo da informação no SI Turismo	122
7.6. Conclusão	124
CAPÍTULO 8 – CONCLUSÕES	125
APÊNDICES	128
Apêndice 1 - Lista de todos os estabelecimentos de ensino identificados e os respectivos cursos abrangidos pelo presente estudo	130
Apêndice 2 - Relação das disciplinas, por estabelecimento e curso, cujos docentes foram contactados	132
Apêndice 3 - Questionário I: docentes utilizadores da Internet	140
Apêndice 4 - Questionário I: docentes não utilizadores da Internet	145
Apêndice 5 - Principais iniciativas promovidas por organismos públicos nacionais na área dos sistemas de informação em turismo	148
Apêndice 6 - Condicionantes de pesquisa de cada classe de informação para o sistema de informação em turismo	150
Apêndice 7 - Estrutura da Base de Dados	160
BIBLIOGRAFIA	162

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Informação interna <i>versus</i> informação externa	29
Quadro 2: Categorias das fontes de informação	47
Quadro 3: Evolução do número de registo de domínios em Portugal entre 1996 e 200055	
Quadro 4: Médias e desvios padrão das idades nos grupos 1 e 2	78
Quadro 5: Médias e desvios padrão dos anos de serviço nos grupos 1 e 2	79
Quadro 6: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 por situação académica actual.....	80
Quadro 7: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 por situação académica actual.....	80
Quadro 8: Distribuição, em percentagens, do tempo utilizado pelos sujeitos do Grupo 1 na sua actividade profissional nos cursos superiores de turismo por tarefas (n=39) ..	89
Quadro 9: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto ao desenvolvimento de outras actividades no âmbito do sector turístico (n=43)	89
Quadro 10: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativamente ao principal motivo que os leva a utilizar a Internet enquanto fonte de informação no curso de Turismo (n=40).....	90
Quadro 11: Motores de pesquisa referidos como os mais utilizados pelos sujeitos do Grupo 1 (n=39)	92
Quadro 12: Motores de pesquisa referidos como os segundos mais utilizados pelos sujeitos do Grupo 1 (n=39).....	93
Quadro 13: Distribuição das respostas quanto às principais fontes de informação utilizadas para a obtenção de direcções de <i>sites</i> na Internet (n=39)	93
Quadro 14: Medias e desvios padrão da percentagem de tempo gasto na utilização da Internet pelos sujeitos do Grupo 1, por tarefas (n=42)	94
Quadro 15: Médias e desvios padrão das horas despendidas pelos sujeitos do Grupo 1 na utilização da Internet em actividades profissionais ligadas aos cursos superiores de turismo e em actividades em outros âmbitos (n =43)	95
Quadro 16: Distribuição das respostas dos sujeitos que escolheram cada um destes <i>sites</i> entre os quatro utilizados com mais frequência no âmbito da realização das tarefas profissionais nos cursos de turismo (n=36)	96

Quadro 17: Médias e desvios padrão dos quatro parâmetros de avaliação, <i>design</i> , facilidade de navegação, pertinência da informação, periodicidade de actualização, pelos seis <i>sites</i> mais consultados.....	97
Quadro 18: Grau de satisfação dos docentes por área de informação procurada, tendo em conta o rácio quantidade / qualidade de informação obtida.....	98
Quadro 19: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto à confirmação ou não dos dados recolhidos da Internet com outras fontes de informação (n=42).....	99
Quadro 20: Distribuição das respostas do Grupo 1 quanto à fonte de informação mais utilizada nas tarefas de ensino, investigação e outras (n=39)	100
Quadro 21: Distribuição das respostas do Grupo 1 quanto à segunda fonte de informação mais utilizada nas tarefas de ensino, investigação e outras (n=38)	101
Quadro 22: Distribuição, em percentagens, do tempo utilizado pelos sujeitos do Grupo 2 na sua actividade profissional nos cursos superiores de Turismo por tarefas de ensino, investigação e outras (n=16)	101
Quadro 23: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 quanto ao desenvolvimento ou não de outras actividades no âmbito do sector turístico (n=17)	102
Quadro 24: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 à pergunta: como obteve os conhecimentos de informática que possui actualmente? (n=15)	103
Quadro 25: Classes de informação para o turismo	112

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Modelo genérico de um sistema aberto.....	24
Figura 2: A organização e o seu meio envolvente	25
Figura 3: Ciclo de vida da informação	45
Figura 4: Evolução histórica da Internet.....	54
Figura 5: Relação entre as vantagens e desvantagens das várias ferramentas de pesquisa	
Figura 6: A informação na <i>Web</i> indexável	68
Figura 7: Distribuição das respostas dos sujeitos que constituem o Grupo 1 por sexo ...	78
Figura 8: Distribuição das respostas dos sujeitos que constituem o Grupo 2 por sexo ...	79
Figura 9: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto ao ano em que iniciaram a utilização da Internet (n=43)	90
Figura 10: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativamente ao local, dentro do estabelecimento de ensino onde leccionam, onde realizam com mais frequência o acesso à Internet (n=43)	91
Figura 11: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 à questão: considera que no seu estabelecimento de ensino dispõe de boas condições de acesso à Internet sempre que necessita de obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo? (n=42)	92
Figura 12: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativas à questão: em contexto curricular é costume incentivar os seus alunos a procurarem informação na Internet? (n=43)	95
Figura 13: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 quanto à utilização do computador como ferramenta de trabalho no âmbito da sua actividade profissional nos cursos superiores de Turismo (n=17)	102
Figura 14: Distribuição das respostas do Grupo 2 relativamente à percepção de utilidade da Internet na recolha e utilização de informação para apoio à actividade profissional	104
Figura 15: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 relativas à questão: em contexto curricular é costume incentivar os seus alunos a procurarem informação na Internet? (n=16)	104

Figura 16: Zonas da página de entrada do Protótipo 1 – Estabelecimentos de Ensino .	115
Figura 17: Modo de registo no Protótipo 1	116
Figura 18: Modo do resultado da pesquisa no Protótipo 1	117
Figura 19: Detalhes da pesquisa	117
Figura 20: Página principal do Protótipo 2 – Eventos	118
Figura 21: Zonas da página de entrada do Protótipo 2	119
Figura 22: Modo de pesquisa normal ou avançada	120
Figura 23: Modo de pesquisa por Data de Início ou Ordem Alfabética	121
Figura 24:Fluxo de informação no SI	123

CAPÍTULO 1 - INTRODUÇÃO

É frequente a utilização, nos mais variados contextos, de expressões como “sociedade da informação”, “sociedade do conhecimento”, “difusão da informação”, “gestão da informação”, “comunicação global”, “direito de informação”, “(re)organização empresarial”, entre outras, que num passado recente não eram de todo utilizadas. No entanto, o aparecimento e rápido desenvolvimento das novas tecnologias da informação e comunicação vieram dar um impulso para o seu uso generalizado em qualquer discurso, seja ele a nível empresarial, político, social, educacional... Actualmente é comum associar-se à utilização dessas ferramentas tecnológicas uma realidade de progresso e futuro risonho em qualquer domínio da Sociedade.

No ano de 1997, com a publicação do Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal (Portugal, 1997), foram oficializadas algumas medidas de carácter político para concertar a adaptação do país às transformações em curso a nível mundial no que diz respeito ao acesso dos cidadãos à informação e ao conhecimento. Mais recentemente, na Cimeira Europeia da Feira, que decorreu em Março de 2000, essa política foi estendida e tornada num imperativo europeu. As novas tecnologias da informação, do audiovisual e das comunicações atingiram todos os domínios da vivência em comum – social, económico e cultural, ainda que num ritmo desigual, e desencadearam um conjunto de reflexões diversas, entre as quais destacamos aquelas relacionadas com as novas responsabilidades que se exigem à educação e à formação perante a crescente massificação da utilização dessas ferramentas.

Neste sentido, fomos verificar que orientações é que o referido Livro Verde aponta para que os estabelecimentos de ensino partilhem na realidade esse projecto comum de pertencer à Sociedade da Informação. Identificámos a “Escola Informada: Aprender na Sociedade da Informação” e, entre as várias medidas enunciadas neste âmbito, chamou-nos particular atenção a medida 4.2 “Criar Conteúdos e Serviços de Informação na Rede para Suporte à População Escolar, que visa desenvolver conteúdos educacionais, culturais e meios de auxílio e pesquisa destinados a suportar as actividades docentes e o processo de aprendizagem nos estabelecimentos escolares em todos os graus de ensino”.

Considerando esta realidade, a formação tida na parte curricular do Mestrado em Gestão da Informação, assim como a nossa actividade profissional na área da educação superior em turismo, tentámos identificar as iniciativas que nesse âmbito específico têm sido

promovidas para apoiar as actividades dos docentes do ensino superior no que diz respeito à disponibilização de conteúdos e serviços de informação sobre o sector do turismo. A resposta não é muito animadora para quem necessita constantemente de informação actualizada e fidedigna para acompanhar em tempo útil as alterações quase diárias que se verificam nesse domínio.

Sendo a Internet uma das principais ferramentas tecnológicas com grande potencial para a população escolar aceder à informação de forma rápida, e por isso um dos grandes motores que pode contribuir para o enraizamento da Sociedade da Informação em Portugal, questionamos já há algum tempo qual tem sido o seu papel no domínio do ensino e conhecimento do turismo, área multi/interdisciplinar que cruza, como se sabe, vários domínios do conhecimento. A utilização da Internet enquanto ferramenta de pesquisa de informação no turismo ainda está a dar os primeiros passos, embora se verifique uma preocupação crescente com a qualidade dos seus conteúdos, nomeadamente através da definição de critérios de qualidade.

Estamos conscientes que as novas tecnologias introduzidas nas escolas trouxeram um novo fôlego à prática do ensino, mas é preciso, também, saber qual é a sua finalidade concreta (Ambrósio, 1998), que estratégias de desenvolvimento é que se impõem e que reflexos é que têm na população escolar (Furtado, 1998).

Considerando o desafio proposto para esta segunda fase do Mestrado, optámos por desenvolver esforços para observar em que contexto é que o crescente volume de informação está a afectar a dinâmica do ensino. Concretamente, pretendemos direccionar este trabalho de investigação para o estudo da Internet enquanto fonte de informação credível no âmbito do desenvolvimento da actividade académica dos docentes que leccionam nos vários cursos superiores de turismo que existem em Portugal. A delimitação deste estudo relaciona-se, pois, com o facto de procurarmos saber em que contexto é que esse público procura, utiliza e avalia o crescente volume de informação de carácter turístico difundido pela Internet, uma vez que constantemente se confronta com necessidades de actualização rápida e segura dos dados que recolhe, trata e difunde, acerca das organizações que compõem o sector. Dado que as inúmeras facetas do complicado fenómeno chamado turismo ainda não foram descritas adequadamente, o que justifica o facto desta área do conhecimento ainda se encontrar numa fase de infância (Ritchie,

Goeldner & Wiley, 1994), o estudo será, essencialmente, de carácter exploratório e descritivo.

Pretendemos, igualmente, apresentar uma proposta para o planeamento e desenvolvimento de um sistema de informação em turismo, que possa satisfazer algumas das necessidades de informação do público em estudo.

Encontra-se o presente trabalho organizado em oito capítulos, sendo o primeiro aquele em que nos encontramos. No segundo, terceiro e quarto capítulos - A Informação, A Gestão da Informação e A Internet e a Informação, faremos uma abordagem sobre as principais matérias relacionadas com a informação no âmbito anteriormente definido, ainda que de forma sucinta, por forma a termos um quadro de referência teórico que sustente esta nossa investigação. Nos dois capítulos seguintes, quinto e sexto, será apresentada a investigação empírica efectuada junto dos docentes dos cursos superiores de turismo em Portugal, para verificar o contexto de utilização da Internet enquanto fonte de informação posta ao serviço da sua actividade profissional. No sétimo capítulo, apresentaremos uma proposta de planeamento e desenvolvimento para um sistema de informação no domínio do turismo que possa ser utilizado no âmbito das actividades profissionais do público estudado. Finalizaremos o presente trabalho com a apresentação das conclusões que retirámos ao longo de todo o processo de investigação que nos propusemos realizar.

CAPÍTULO 2 – A INFORMAÇÃO

2.1. Introdução

A informação está a tornar-se um dos recursos mais utilizados nas diversas organizações da nossa sociedade, independentemente de serem comerciais, governamentais ou sem fins lucrativos. Compreender o seu papel na dita sociedade da informação e caracterizar o sector da informação, actualmente a atravessar um período de rápido desenvolvimento, é o nosso objectivo neste segundo capítulo. Procuramos, também, clarificar a utilização de vários conceitos – dados, informação, conhecimento e comunicação, que fazem parte do vocabulário do tema em estudo. Além disso, visamos traduzir a importância que a informação assume na dinâmica das organizações em geral e nas turísticas em particular, para finalizarmos o capítulo com uma reflexão sobre os novos desafios que se colocam às instituições de ensino face às mutações que se verificam na sociedade em consequência desse protagonismo.

...More and more people are using information in their work and at home. There is more information around and it is more highly processed than ever before. User-friendly systems enable users to retrieve the information they need. And there is an expanding information industry promoting a culture of intensive information use.

(Moore, 1996)

2.2. As Sociedades da Informação

O desenvolvimento das sociedades da informação, fortemente associado ao fenómeno da globalização, despertou nos países, independentemente do seu tamanho, nível de desenvolvimento ou ideologia política, uma nova visão acerca da importância do papel que a informação pode assumir na vida económica, social, cultural e política. Com o apoio dos sistemas de informação (SI), estes países procuram alcançar vantagens competitivas nos vários domínios, nomeadamente elevando os níveis de educação, promovendo a colaboração entre países ou estimulando a participação pública nos processos de decisão. Segundo Matoso (1996) estas mutações encetaram um novo período na história da Humanidade, já apelidado por alguns de Terceira Revolução.

O surgimento das sociedades da informação é um processo internacional condicionado por várias causas, principalmente pelo desenvolvimento económico a longo prazo e pelas alterações tecnológicas. Por um lado, a estrutura económica dos países tem sofrido mutações, verificando-se uma tendência para diminuir o peso do sector primário em favor do sector secundário que, por sua vez, também é fortemente afectado pela expansão do sector comercial e dos serviços, o que reflecte a crescente desmaterialização das economias. Nesta progressão, e de acordo com Moore (1997), a produtividade do trabalho aumenta, cada trabalhador acrescenta mais valor, o investimento em capital aumenta e a economia expande-se. Por outro lado, o crescimento exponencial das tecnologias da informação e comunicação (TIC) promoveu a transformação ao nível da capacidade humana de comunicar, armazenar e processar informação (Matoso, 1996) e assim acelerando o crescimento do sector da informação intensiva nas sociedades. Os sistemas de informação, outro dos factores impulsionadores, assumem um papel importantíssimo pelo seu alcance mundial: os satélites de transmissão não reconhecem fronteiras nacionais e as redes de telecomunicações proporcionam ligações entre países e continentes. A Internet é, talvez, o exemplo mais paradigmático dos sistemas globais. O desenvolvimento dos SI serve, entre vários propósitos, para aumentar o acesso do público à educação e à cultura.

Segundo Moore (1997) as sociedades da informação assumem três características principais. Primeiro, a informação é usada como um recurso económico pelas organizações, que procuram aumentar a eficiência, estimular a inovação e melhorar a sua posição competitiva. Existe mesmo uma tendência para o aparecimento de organizações que a utilizam de forma intensiva como recurso principal. A segunda característica prende-se com o uso crescente que o público em geral faz da informação, quer nas suas actividades enquanto consumidores, que a procuram para melhor tomarem as suas decisões, quer enquanto cidadãos, que a utilizam para exercer os seus direitos de cidadania e as suas responsabilidades. Por último, a terceira característica, relaciona-se com o aparecimento e desenvolvimento do sector da informação na economia, que visa satisfazer a procura geral de facilidades e serviços de informação. Em quase todas as sociedades da informação, este novo sector é o que está a registar um crescimento mais rápido. A International Telecommunications Union (ITU) estima que em 1994 o sector da informação cresceu em todo o mundo acima 5% enquanto que a economia mundial cresceu menos de 3% (Moore, 1997).

No sector da informação podem identificar-se três segmentos distintos. O primeiro diz respeito à indústria *information-content* e engloba as organizações públicas e privadas que gerem e comercializam os direitos da propriedade intelectual. É a informação produzida por escritores, compositores, artistas e fotógrafos, produtores de televisão, docentes investigadores, que a vendem aos editores, às emissoras de rádio e a outras organizações que gerem a propriedade intelectual por forma a que esse trabalho seja distribuído e vendido aos consumidores. No passado o trabalho de criação e publicação ocorria em organizações separadas; actualmente é possível apresentar os diferentes tipos de informação num formato digital comum. Refira-se, no entanto, que a maior parte das receitas deste segmento surgem com a compilação de informação, nomeadamente com a publicitação de trabalhos de referência, bases de dados, séries estatísticas e serviços informativos que disponibilizam constantemente conteúdos actualizados. É neste domínio que o sector público tem um papel importante. Os governantes são os maiores colecionadores e compiladores de informação, uma vez que possuem, usam e, em alguns casos, publicam uma grande quantidade de informação. O segundo sub-sector, *information-delivery*, engloba a criação e gestão das comunicações e a disseminação das redes através das quais se comunica a informação. Inclui as empresas de telecomunicações, redes de televisão por cabo, transmissão por satélite, companhias de comunicações celulares, estações de rádio e televisão. Existe um outro grupo de organizações que está relacionado com o uso destes e outros canais de distribuição de conteúdos informativos, no qual se encontram as livrarias e as bibliotecas. O último segmento, *information-processing*, subdivide-se nas organizações produtoras de *hardware* e *software*. As primeiras têm a seu cargo o *design*, desenvolvimento, produção e venda de computadores, equipamentos de telecomunicações e produtos electrónicos. As segundas disponibilizam sistemas operativos, pacotes de aplicações e jogos de computadores.

É com base nas actividades das organizações deste três segmentos que o sector económico da informação é definido. No entanto, e em termos quantitativos, torna-se difícil definir e descrever com precisão as sociedades da informação, embora se identifiquem características comuns entre elas. Mas, ainda se torna mais difícil traduzir estatisticamente a actividade de informação que ocorre nas organizações fora do sector da informação. Deve-se à natureza intangível da informação, pelo facto do seu valor ser variável, particularmente no tempo, tornando muito difícil atribuir-lhe um valor

contabilístico. O seu valor não diminui com o uso; antes pelo contrário, pode aumentar à medida que lhe são incorporados mais dados ou informações. Além disso, o custo de criar informação é normalmente muito elevado, mas o custo de fazer uma cópia é muito baixo. A maior parte dos países está a encorajar o desenvolvimento da sua própria indústria para satisfazer as suas necessidades e, igualmente, para que o seu país participe no crescente mercado internacional de informação.

Em termos gerais, sociedade da informação é aquela na qual a informação é utilizada intensamente como um aspecto da vida económica, social, cultural e política (Moore, 1997). A expressão Sociedade da Informação é apresentada no Livro Verde da Sociedade da Informação (Portugal, 1997) para se referir a

um modo de desenvolvimento social e económico em que a aquisição, armazenamento, processamento, valorização, transmissão, distribuição e disseminação da informação conducente à criação de conhecimento e à satisfação das necessidades dos cidadãos e das empresas, desempenham um papel central na actividade económica, na criação de riqueza, na definição da qualidade de vida dos cidadãos e das suas práticas culturais.

Mas, a globalização da informação encerra outros problemas relacionados com a definição de quem regula a informação, com o estabelecimento de regras que definem a recolha, com a compilação, entrega e uso de informação, com o estabelecimento de preços, taxas e impostos sobre o uso da informação, etc. A sociedade da informação deverá ser construída e fortalecida numa perspectiva de cooperação internacional. A *ISPO Information Society Project Office*, *IFLA-Net International Federation of Library Associations and Institutions* e *Telematics for Libraries* são exemplos de iniciativas que contribuem para o alcance da sociedade global da informação.

O termo Sociedade do Conhecimento, longe de ser uma realidade caracterizável objectivamente, surge muitas vezes associado ao de Sociedade da Informação. Segundo Cachapuz (1998), essa diferença passa pela diferença que existe entre Informação e Conhecimento, isto é, entre aquilo que é oferecido ou disponibilizado (informação) e aquilo que é construído a partir da informação e das ideias de cada indivíduo (conhecimento). Ambas constituem o palco onde se incrementa o processo de desenvolvimento económico.

O turismo, à semelhança de outros sectores, terá que promover novas formas de trabalho na actual sociedade da informação. No âmbito da cadeia de valor do sector isto implica o desenvolvimento e validação de novos fluxos de trabalho e de troca de

informação entre fornecedores, vendedores e clientes. Enfrentar o desafio passa pela integração de facilidades de interoperabilidade da tecnologia existente (Organização Mundial de Turismo, 1998), incluindo a Internet, que estimulem metodologias de trabalho inovadoras e o uso de tecnologias.

O desenvolvimento em cadeia da tecnologia e os emergentes serviços de informação e marketing *on-line* estão a revolucionar a intermediação do turismo, afectando a forma como é promovido, reservado e vendido. Novos actores e métodos de trabalho inovadores estão a surgir (Buhalis, 1998). Ao nível da União Europeia (Europa, 2000), entre outras iniciativas, promove-se a criação de sistemas abertos e o estabelecimento de protocolos que potenciem a cooperação entre as regiões, os sistemas já existentes e os diversos actores do sector. Além destas, também se promovem conferências, *workshops*, realização de estudos e outras acções conjuntas para as tecnologias, o seu impacto no turismo e outras necessidades.

2.2.1. Dados, informação, conhecimento e comunicação

A informação está disponível através de muitas formas e pode ser entendida e usada segundo vários sentidos, de acordo com a situação com que cada indivíduo ou organização se confronta. De uso fácil, mas de definição difícil (Varajão, 1998), é um conceito muito abrangente, cujo significado tem evoluído a par das alterações tecnológicas (Matoso, 1996), como se pode comprovar nas várias edições de enciclopédias, dicionários, trabalhos de investigação, etc. Não é nosso objectivo debruçarmo-nos exaustivamente sobre as problemáticas associadas à definição do conceito informação, já merecedoras de reflexão por parte de vários autores, como Hayes (1992), Martins (1995), Silva (1999), entre outros. Apenas faremos uma breve referência às ambiguidades que podem surgir com a utilização do termo, juntamente com os conceitos de dados, conhecimento e comunicação, para melhor clarificarmos a mensagem do trabalho.

De uma maneira geral, o termo Informação é empregue na linguagem corrente para significar um facto, uma notícia ou qualquer dado do conhecimento (Matoso, 1996), do mesmo modo que é empregue para evocar o acto de recolher e o de dar esclarecimentos (Silva, 1999). Tende a confundir-se com dados, definidos por Varajão (1998) como “elementos ou valores discretos que isoladamente não têm qualquer utilidade e cuja

simples posse não assegura a obtenção de quaisquer benefícios”. O processamento de dados, também designado por tratamento de dados, é apresentado por Sousa (1999) como "o conjunto de operações lógicas e aritméticas que são aplicadas de forma automática, sobre o conjunto de dados, com o auxílio de equipamentos informáticos". Isto é, os dados, uma vez processados e utilizados num determinado contexto, tornam-se informação. No entanto, Martin (1995) refere que não existem fronteiras claras entre os conceitos informação e dados e, até mesmo, com o de conhecimento. Enquanto os dados (matéria-prima) são processados em informação na forma de síntese, relatórios ou outras, e deste ponto de vista entendidos isoladamente, a informação por sua vez irá servir como matéria-prima em transformações futuras, gerando-se um ciclo onde o início e fim cada fase se sobrepõem sem uma clara distinção. O próprio receptor condiciona a utilização dos termos, pois o que é informação para uns pode ser dados para outros, dependendo da sua percepção, experiência, capacidade de processamento e utilização.

Cooke (1999) refere que os dados só serão informação se tiverem um valor potencial e se causarem impacto no nível de conhecimentos dos indivíduos. Belkin (1975), citado em Cooke (1999, p. 13), acrescenta que num processo de tomada de decisão a informação é o valor dos dados com o potencial de transformar o estado do conhecimento. Martin (1995), por sua vez, defende que o conceito de informação deve conotar estímulo, isto é, mais do que a sua interiorização, deve induzir alterações na estrutura cognitiva do indivíduo, na qual o efeito da informação possa ter uma mudança no conhecimento. Deste modo, define conhecimento como o resultado da compreensão da informação que foi comunicada e integrada pelo indivíduo no seu quadro pessoal informação que já detinha. Este conhecimento pode residir numa variedade de sujeitos, desde o indivíduo, a organizações privadas e públicas, com ou sem fins lucrativos, e à sociedade na sua generalidade.

O conceito de comunicação também surge, muitas vezes, intimamente ligado ao de informação. Se a informação é vista enquanto um fenómeno (Martin, 1995), a comunicação é um processo que envolve a relação entre indivíduos, grupos, organizações e sociedades, para criar, transmitir e usar informação entre si e com o seu meio envolvente. Isto é, a informação é o produto da comunicação, que Otero (1996) define como “um processo em que uma mensagem é transmitida e o retorno é reconhecido e assimilado pelo emissor, e em que o objectivo final é provocar determinada reacção no receptor”.

Na revisão da literatura efectuada encontrámos inúmeras definições sobre o termo informação, mas apenas destacamos algumas pela sua abrangência no contexto do trabalho em curso. Segundo Cooke (1999), informação é um conjunto de dados estruturados, colocados num contexto útil e de grande significado que, quando fornecida atempadamente e de forma adequada a um determinado propósito, proporciona orientação, instrução e conhecimento ao seu receptor, ficando este mais habilitado para desenvolver determinada actividade ou para decidir. Neste sentido, Otero (1996) define-a como “a interpretação subjectiva de um conjunto de dados, com um fim objectivo de definir ou reconhecer determinada realidade, efectuada segundo determinado paradigma ou conjunto de valores”. No Glossário da Harrod’s Librarian’s informação é definida como o conjunto de dados registados num formato adequado, capaz de comunicar. É neste sentido que vários cientistas da informação e outros especialistas, como por exemplo sociólogos das organizações ou teóricos da economia e gestão, empregam o termo (Silva, 1999). Uma outra definição para o termo informação, adaptada ao contexto dos sistemas de informação, foi apresentada por Hayes (1992), citado em Silva (1999, p. 20):

is a property of data resulting from or produced by a process performed upon the data. The process may be simply data transmission (in which case the definition and measure used in communication theory are applicable); it may be data selection; it may be data organization; it may be data analysis.

Da análise efectuada, concluímos que a informação deve ser vista no contexto operacional a que se reporta. Isto é, considerando os objectivos da sua utilização, seja para o indivíduo ou para a organização, e a sua capacidade de ajudar a compreender o meio para, conseqüentemente, condicionar a tomada de decisões mais adequadas. A informação só terá valor se aumentar a probabilidade de se tomar uma boa decisão com base nela (Moutinho, 2000).

2.3. A informação nas organizações em geral

Neste último decénio, as organizações em todo o mundo têm procurado reagir com eficiência às mudanças profundas das necessidades da emergente Aldeia Global, onde o volume de dados e informação aumenta assustadoramente com o forte apoio das TIC. Segundo Sousa (1999), a informação é mesmo um dos principais recursos que uma organização dispõe para enfrentar as contínuas exigências do mercado e, em última análise,

o seu próprio sucesso. Considerando as teorias sistémicas, que entende a organização como um sistema aberto e em permanente acção com o seu meio envolvente, facilmente se depreende que as organizações não dependem exclusivamente de factores internos para promover as suas (re)acções, mas também da compreensão da evolução dos outros agentes que actuam no mesmo contexto de mercado, exigente, complexo e mutável.

A teoria económica clássica justificava a formação de riqueza e a prosperidade dos povos com base em três factores de produção: terra, trabalho e capital. Porém, esta tríade já não é suficiente para explicar as várias situações de crescimento. A informação, nos vários aspectos em que pode ser considerada - conhecimento, tecnologia, saber, *know-how*, tornou-se uma peça vital no contexto dos outros recursos, com características próprias que lhe conferem especial relevância (Matoso, 1996)

O modelo genérico de um sistema aberto traduz a relação da organização com o seu ambiente externo, considerando que existem *inputs* (informação, energia, materiais) que, uma vez processados na unidade, resultam em *outputs* (informação, energia, materiais). O processo é contínuo e traduz-se na Figura 1:



Fonte: Adaptado de Varajão (1998)

Deste modo, a identificação dos factores do ambiente externo que influenciam a conduta das organizações, para melhor actuar sobre eles a fim de maximizar as suas oportunidades e minimizar as suas ameaças, pressupõe que existam dados e informações nessas organizações. Estes, com base nos meios mais adequados, devem ser identificados, seleccionados, recolhidos, tratados e utilizados de acordo com os recursos disponíveis na organização, a qual se deve orientar sempre para o alcance dos seus objectivos estratégicos.

O esquema apresentado na Figura 2, posiciona a organização face aos factores do ambiente externo (geral e de tarefa) que a influenciam:

Figura 2: A organização e o seu meio envolvente

Fonte: Varajão (1998)

As organizações, enquanto produtoras de bens e serviços, possuem uma dinâmica interna própria e interagem com o meio que as rodeia através de trocas de informação constantes, sendo ao mesmo tempo agentes receptores e emissores. Deste modo, promovem a geração e/ou manutenção de um fluxo de informação mais ou menos intenso consoante as necessidades contextuais em que se processa. Por sua vez, a variedade de recursos informativos disponíveis, a par dos numerosos factores que devem ser observados no ambiente organizacional, exige um esquema de gestão de informação adequado à especificidade de cada contexto de utilização.

Na gestão, o processo de tomada de decisões exige permanentemente a informação como matéria-prima; a sua qualidade e disponibilidade são, pois, essenciais para o sucesso (Matoso, 1996).

2.3.1. Informação interna *versus* informação externa

Observando a organização como um sistema de informação, é possível fazer a distinção entre informações internas e externas (Burke, 1998). Logicamente, as primeiras surgem no seio do seu ambiente interno e são apoiadas por sistemas de gestão da informação, ou por outros suportes, a cargo de gestores com funções nessa área. As segundas surgem no âmbito do seu ambiente externo e podem provir de muitas e variadas fontes: associações

empresariais, relatórios dos concorrentes, revistas e jornais, livros, instituições de ensino, ministérios, estudos de mercado, etc.

Recolher e monitorar informações sobre os multivariados aspectos destes ambientes constitui uma tarefa árdua, se for realizada de forma compreensiva (Burke, 1998). O desafio está precisamente na capacidade que as organizações conseguem demonstrar quanto à utilização da informação, interna e externa, de forma estratégica, através de um processo de gestão adequado às suas necessidades e que pode ser decisivo na condução do seu negócio.

2.4. A informação nas organizações turísticas

Segundo Poon (1993), a intensidade de informação nas organizações do sector das viagens e turismo é própria da sua natureza, pois caracterizam-se por oferecer negócios complementares. São poucos os outros domínios económicos onde se verifica a geração, reunião, processamento, aplicação e comunicação de informação como uma operação tão importante dia após dia e com um tão largo espectro a nível mundial. A própria dimensão do sector, à escala mundial, sugere o volume de informação a ser processada e comunicada. A informação tem sido, pois, o grande motor para a rápida difusão das tecnologias neste âmbito.

A natureza intangível do serviço turístico não lhe permite que seja exposto fisicamente ou inspeccionado no local de venda. Por isso, a sua venda é feita, na maior parte dos casos, antes do seu usufruto e longe do local de consumo. No mercado, o turismo está praticamente dependente de representações e descrições impressas (informação) e/ou através dos meios audio-visuais. Estes são os fortes motivos que levam as comunicações e as transmissões de informação a serem ferramentas de trabalho indispensáveis para os vários agentes que operam no sector. O turismo envolve a viagem, alojamento, entretenimento e outros serviços, dispersos por uma área geográfica mais ou menos extensa consoante os casos. Serviços como quartos em hotéis, aluguer de carros, lugares no avião, entre outros, não podem ser fisicamente transportados para os operadores e agentes de viagens que, por sua vez, os armazenam até os venderem aos clientes. O mesmo se passa com os pagamentos efectuados. Antes sim, é a informação acerca da disponibilidade, preço, qualidade, localização e conveniência destes serviços que é processada e

comunicada, tornando-se, por excelência, o elo de ligação entre os vários intervenientes que compram e vendem produtos e/ou serviços no sector. Esta dinâmica é impulsionada por um vasto conjunto de tecnologias da informação e comunicação amplamente divulgadas na indústria turística e nenhum agente escapará aos seus impactos: melhora a eficiência da produção, aumenta a qualidade dos serviços prestados aos consumidores e gera serviços completamente novos. Segundo Costa, Rita & Águas (2001), a aplicação das TIC às operações do sector é crítica para o seu crescimento e sucesso. E, segundo Williams (1993), todo o sistema de turismo está a ficar dependente das TI na produção e distribuição dos produtos e serviços turísticos. Actualmente, o sector conta com vários sistemas de informação e comunicação fortemente enraizados, como os Sistemas de Distribuição Global¹ (SDG's), Bases de Dados, *Data Warehouses*, Sistemas de Informação Geográfica, Sistemas de Inteligência Artificial, entre outros, que têm estimulado fortemente a adesão dos agentes e, por conseguinte, promovido a sua competitividade a nível mundial.

2.4.1. Ambiente externo e análise estratégica

Moutinho (2000), à semelhança de Poon, corrobora a ideia de que o ambiente em que as empresas operam é único, devido às características singulares do produto/serviço turístico e à complexidade da relação que se estabelece entre os agentes da oferta e da procura. Esse ambiente acaba por expor demasiado os intervenientes não sendo possível escapar às turbulências e incertezas que constantemente assolam o sector. Por isso, uma abordagem estratégica ao negócio torna-se imprescindível para uma tomada de decisão correcta que assegure a sua sobrevivência competitiva. Segundo Costa, Rita & Águas (2001) o primeiro passo será a análise do ambiente externo, tão completa quanto possível, que contemple a identificação e o estudo das relações entre os diversos factores susceptíveis de interferirem, positiva e negativamente, com o desenvolvimento das acções da organização.

Neste contexto, Moutinho (2000) apresenta um modelo de recolha de informação que ajuda as organizações turísticas a compreenderem melhor o seu ambiente externo, designado por **SCEPTICAL**, onde são identificados factores de análise muito diversos: *social* (sociais), *cultural* (culturais), *economic* (económicos), *physical* (físicos), *technical* (técnicos), *international* (internacionais), *communications and infrastructure*

¹ Os quatro maiores SDG's são: Amadeus, Galileu, Sabre e Worldspan

(comunicações e infraestruturas), *administrative and institutional* (administrativos e institucionais) e *legal and political* (legais e políticos). Este modelo permite identificar e analisar as oportunidades e ameaças que atingem o sector, para mais rapidamente se encontrar uma resposta adequada às exigências sentidas em cada momento.

A análise estratégica do ambiente externo, considerando os factores anteriormente descritos, consiste numa recolha estruturada e sistematizada de informação e na sua posterior gestão para detectar oportunidades e/ou ameaças emergentes e avaliar o seu impacto na consecução dos objectivos da organização. Este processo pode ser mais ou menos complexo consoante as características da própria organização e da especificidade do ambiente em que opera. Mas, independentemente das circunstâncias, é sempre necessário seguir um método. O gestor não pode correr o risco de tomar uma decisão errada com base na sua intuição ou advinha (Moutinho, 2000). De acordo com Jain (1984), citado em Costa, Rita & Águas (2001, p. 35), "a eficácia do planeamento estratégico está intimamente relacionada com a capacidade de análise estratégica externa".

Se todas as organizações turísticas, ou pelo menos a maior parte, estiverem conscientes quanto às vantagens que podem obter através da referida análise, poder-se-á caminhar para um enquadramento de partilha de informação mais adequado para enfrentar o desafio imposto pela sociedade da informação e do conhecimento.

Contudo, o que se verifica com frequência é que a informação sobre o ambiente interno de uma organização é sujeita a um tratamento e a uma atenção mais cuidada do que aquela que é dada à informação proveniente do exterior, pois esta nem sempre é vista como importante para a (re)orientação das suas acções perante as oportunidades e ameaças do meio. Existem estudos que referem que a análise estratégica não tem sido uma prática contínua na maioria das empresas nacionais do sector. Costa (1997), citado em Costa, Rita & Águas (2001, p. 34), ao realizar um estudo junto de cadeias hoteleiras a operarem em Portugal, apurou que os métodos de análise diferem de organização para organização, variando entre a leitura de informação escrita, conversa com amigos e profissionais do sector e análise da informação fornecida pelos serviços centrais do grupo/cadeia.

Um fluxo constante de informação entre ambos os ambientes contribui, pensamos, para a criação e circulação de conhecimento. No Quadro 1 apresentamos algumas questões que as organizações turísticas podem colocar para enfrentar melhor este desafio de partilha de informação.

Quadro 1: Informação interna versus informação externa

INFORMAÇÃO EXTERNA
☞ Que informação externa é necessária para a organização? Com que regularidade?
☞ Qual é a credibilidade das fontes de informação seleccionadas?
☞ Que meios são utilizados para difundir a informação externa na organização?
☞ Quem tem responsabilidade quanto à gestão da informação?
INFORMAÇÃO INTERNA
☞ Que informação interna é que pode e deve ser colocada à disposição dos indivíduos no seio da sua instituição e com que níveis/condicionantes de acesso?
☞ Que informação é que pode e deve ser divulgada para o exterior, a quem e em que condições?

Fonte: Elaboração própria

A condução do processo relativo à utilização da informação exige que se faça um balanço entre o custo inerente à recolha e análise de informação para fins estratégicos e o custo esperado de tomar uma decisão errada se a informação não for recolhida (Moutinho, 2000). A informação, devidamente utilizada, aumenta a possibilidade de prosseguir com sucesso e/ou de impedir uma falha.

2.4.2. A informação do sector público nacional

O turismo é uma actividade politicamente tratada no seio do Ministério da Economia através da Secretaria de Estado do Turismo. Entre os vários organismos responsáveis pela condução das suas actividades, destacamos aqueles que têm uma função importante ao nível da informação que circula no sector: Direcção Geral do Turismo, Instituto Nacional de Formação Turística e ICEP - Investimentos Comércio e Turismo de Portugal. Também o Instituto Nacional de Estatística (INE), embora pertencente a outro Ministério, tem tido um papel importante neste âmbito. Desde a sua criação que estes organismos se ocupam, entre outras responsabilidades, de reunir, processar e difundir um conjunto de informações sobre o sector direccionado para vários públicos, dos quais se salientam obviamente os profissionais. No entanto, e enquanto docentes e investigadores, sentimos que os dados e as informações disponibilizadas ainda estão longe de satisfazer as necessidades do público que a procura, quer em termos quantitativos e qualitativos. A este facto acresce a difícil

acessibilidade aos dados disponíveis, estrangida, muitas vezes, pela sua dispersão geográfica, pelas dificuldades impostas por alguns organismos na consulta e cedência de informação, por razões de espionagem industrial, burocracia ou por “má vontade”. Também não poderíamos deixar de referir o papel importante que os estabelecimentos de ensino podem ter neste âmbito, nomeadamente através do desenvolvimento de estudos direccionados e definidos em conjunto com os agentes do sector. Embora o ensino superior do turismo em Portugal ainda esteja numa fase de crescimento, é de salientar o contributo que alguns investigadores têm dado para o desenvolvimento do turismo.

A competitividade do sector turístico nacional não pode ser sustentada sem um processo racional e contínuo de difusão de informação. Não esqueçamos que os indivíduos e organizações, para a correcta definição das suas estratégias de actuação, necessitam de informação sobre o ambiente em que operam os diversos agentes do sector.

A recente criação do Observatório do Turismo em Portugal (Portugal, 2000), há muito esperada, veio oficializar a necessidade sentida pelo sector em dispor de informação atempada e de qualidade. Tem como objectivo promover a investigação, a recolha, a análise e a divulgação dos dados referentes à evolução da actividade turística, por forma a compreender, explicar e definir estratégias atempadas de reforço da sua competitividade.

Considerando o contexto actual de difusão da informação de carácter turístico em Portugal, identificamos dois cenários com os quais o potencial utilizador se pode deparar:

i) O utilizador necessita de obter dados sobre uma ou mais organizações privadas - pode confrontar-se com uma tarefa difícil, uma vez que só um número reduzido dispõe de parte da sua informação interna para o exterior.

ii) O utilizador necessita de obter dados sobre uma ou mais organizações públicas - o sucesso da sua tarefa será, à partida, maior do que na situação anterior. Estas organizações tornam públicas as informações que se relacionam directamente com as suas competências. Muitas delas têm um serviço de informação ao consumidor e/ou ao investidor.

O utilizador contacta a organização visada, sujeito, muitas vezes, a uma resposta negativa, ou contacta outras organizações que eventualmente possam ter na sua posse essa informação, como por exemplo empresas concorrentes, centros de documentação, associações representativas do sector, etc. A sua rede de conhecimentos pessoais pode ter em qualquer um destes contextos um papel decisivo na sua tarefa. Mas, este cenário não

revela o espírito subjacente ao desenvolvimento da Sociedade da Informação, no qual o cidadão ou organização deve ter acesso à informação de que necessita no seu dia a dia.

2.5. A informação nos estabelecimentos de ensino

Após uma breve reflexão sobre a crescente importância da informação nas organizações em geral e nas do sector turístico em particular, ponderemos, agora, sobre a forma como os estabelecimentos de ensino têm reagido a esta conquista, impulsionada pelas oportunidades e desafios da sociedade da informação e do conhecimento. Os desafios não devem ser suportados apenas pelas entidades empregadoras, que repensam estratégias, assumem custos, alteram métodos de trabalho, etc. Os estabelecimentos de ensino também devem fazer os investimentos adequados para que a qualificação dos seus alunos corresponda com sucesso a essas novas exigências da sociedade. Se as organizações já dispõem da informação como um *input* imprescindível no seu dia-a-dia, o recrutamento de profissionais será feito junto daqueles que apresentam um perfil que à partida lhes possa garantir um bom desempenho, capazes de enfrentar os inúmeros desafios que lhe são colocados no mercado real de trabalho.

Conceição et al. (1998) promoveram um largo debate sobre o papel concreto da Universidade perante o desafio imposto pelas mudanças tecnológicas, pela intensa globalização e pelos novos modos de produção e partilha de conhecimento. A democratização do ensino universitário já não pode fazer marcha a trás, mas a par de uma crescente procura os estabelecimentos devem de propiciar a criação ou desenvolvimento de núcleos de excelência onde se possa promover estudos avançados e de qualidade internacional. A competitividade à escala mundial é um facto e só uma adequada qualificação humana permite enfrentá-la com maior probabilidade de sucesso, pelo que os estabelecimentos de ensino não podem ficar inertes perante as solicitações de criação e circulação de conhecimento. O saber reprodutivo já não serve os padrões actuais do contexto onde nos inserimos. Para Carneiro (1998),

enfrentar o desafio pode comportar uma mudança radical de paradigma, com alterações nos seguintes domínios: passar do ensino magistral à aprendizagem participada; da transmissão vertical de conhecimentos à construção horizontal ou oblíqua de novo conhecimento; da formação inicial à

formação continuada; das clientelas jovens tradicionais a um público adulto com necessidades plurifacetadas; da denominação da oferta à gestão criativa das múltiplas procuras.

Recordando que a Universidade centra as suas actividades em três funções - função de ensino (principal função), função de investigação (factor de individualização) e a de prestação de serviços (ligação à sociedade) (Conceição et al., 1998), facilmente se depreende que o processo de desenvolvimento intelectual dos alunos regula a forma como são integrados e como interagem com e na economia e com e na sociedade, condicionando o seu desenvolvimento futuro. Por isso, a Universidade terá que desenvolver mecanismos que lhe permita identificar as necessidades de trabalho das várias organizações que a procuram e assim responder adequadamente às suas solicitações através da (re)definição dos objectivos curriculares (Organização Mundial de Turismo, 1995), oferecendo aos promissores profissionais cursos que promovam não só conhecimentos técnicos, mas também a criatividade, liderança e aptidão para trabalhar em equipa, entre outras competências.

Um dos inúmeros recursos que os estabelecimentos de ensino dispõem para concretizar as suas funções são os docentes, que estão em permanente contacto com os alunos nos vários contextos em que pode ocorrer a formação. Estes profissionais assumem outras tarefas para além do ensino, como a investigação e outras actividades tais como coordenação de curso. Uma vez formados, o seu saber não se esgota. Antes pelo contrário, espera-se que encetem um percurso profissional relacionado com a investigação, concepção e desenvolvimento de projectos, e/ou, até mesmo, uma interacção com a prática profissional e empresarial, que lhes permita uma aprendizagem constante e apta a responder aos desafios curriculares impostos pela nova dinâmica mercadológica. A estas práticas deverá estar subjacente uma atitude empreendedora e uma permanente preocupação com a inovação, que resulte da percepção e antecipação de necessidades de formação e educação que o meio exige. Como refere Grundy (1987), citado por Organização Mundial de Turismo (1995, p. 187) “o currículo não é um conceito, mas sim uma construção cultural”.

No processo anteriormente descrito a informação é um recurso indispensável, suporte de trabalho em todas as funções a cargo do professor, que terá que desenvolver mecanismos para aceder a ela da melhor forma, tendo em conta os recursos que a sua instituição escolar lhe disponibiliza, as facilidades pessoais de que dispõe para empreender

tais acções e a receptividade das organizações em ceder os dados e/ou informações necessários.

2.5.1. A informação na educação em turismo

No sector turístico, a qualidade dos recursos humanos constitui um elemento estruturante da qualidade dos serviços prestados e, logo, do próprio progresso da respectiva actividade económica. Se a aprendizagem inicial, a formação, o desenvolvimento e actualização de conhecimentos são factores-chave e vitais num contexto de forte mobilidade profissional, o ensino que é administrado deve contemplar o desenvolvimento de capacidades que lhes permitam enfrentar os desafios constantes do seu exercício profissional, modificar o seu comportamento em função das características da organização em que se pode encontrar em cada momento (Organização Mundial de Turismo, 1995), numa atitude de contínua aprendizagem. A escola deve, pois, proporcionar um contexto de aprendizagem que lhes permita adquirir tais competências. Informação actualizada será, assim, a ferramenta de trabalho que permitirá aos docentes ajudar a construir o perfil de formação mais adequado para realidade do mercado em cada momento.

O docente não deve ser apenas um veículo de transmissão de informação e conhecimentos, assim como o aluno não deve ser um sujeito passivo na sua recepção. Em formação, ambos devem partilhar um contexto de troca de informação e produção de conhecimento. Como sabemos, o professor tem uma responsabilidade acrescida neste processo porque responde pelo alcance dos objectivos curriculares que se lhe impõem num determinado cenário de formação, cabendo-lhe a ele definir as práticas pedagógicas mais adequadas para estimular a participação e criatividade do seu público.

Tendo os docentes uma responsabilidade directa na formação, também se lhes reclama o acompanhamento das alterações do mercado que dão origem às novas exigências em termos de formação. Para isso necessita de desenvolver um grande esforço de formação permanente e de reciclagem para acompanhar em tempo útil as ocorrências que constantemente se verificam no sector. Embora tenha a seu cargo matérias relativamente circunscritas a um determinado domínio, o carácter inter/multidisciplinar do turismo exige uma visão conjunta sobre a sua dinâmica, pois a actividade turística não se resume só ao alojamento ou só à viagem, ..., mas a um conjunto de actividades intimamente

relacionadas e interdependentes entre si. Imprescindivelmente, o docente necessita de informação que se encontra dispersa por muitas organizações, independentemente do seu carácter público ou privado, forma de constituição, dimensão, localização geográfica, etc. Segundo Fernandes (1998), a qualidade na formação profissional só existirá se as necessidades de formação resultarem de “processos credíveis de análise e diagnóstico ambiental e organizacional”.

No entanto, e apesar de todos os esforços, verificamos que nem sempre os docentes utilizam a informação mais actualizada relativamente à dinâmica sentida no mercado. Certamente serão inúmeras as razões que o justificam mas, entre elas, poderemos apontar o facto de o turismo ainda ser uma área com poucos anos de estudo e, por conseguinte, ainda não haver um grande número de documentos editados sobre este domínio do saber, pese embora se esteja a verificar um crescimento muito positivo. Mas, mais preocupante ainda são as frustradas tentativas de recolher informação junto da maior parte dos profissionais do sector que se sentem ameaçados na sua propriedade. Por isso, arriscaríamos dizer que ao nível do ensino do turismo em Portugal, e em termos gerais, os docentes não podem contar com o contributo directo dos profissionais na cedência e partilha de informação.

Por sua vez, os profissionais reclamam quanto à desactualização da maior parte dos currículos e das próprias práticas pedagógicas utilizadas, que acabam por resultar na formação desactualizada dos profissionais que o mercado necessita. Segundo Moura (2000), as potenciais organizações empregadoras de pessoal com qualificação no domínio em estudo queixam-se de não participarem na avaliação das necessidades de activos ou de novos quadros. Quer isto dizer que não são ouvidas pelos estabelecimentos que leccionam neste domínio do saber, no que diz respeito à (re)definição dos currículos. Forte (1999) refere mesmo que por parte do sector público não há a percepção de que se esteja a formar correctamente para as necessidades do mercado. Moura (2000) enfatiza, ainda, o facto de ser necessário ouvir os empresários e os trabalhadores para se avaliar o que é que o mercado necessita hoje e o que é que vai necessitar num futuro próximo.

Verificamos, portanto, que existem dificuldades no processo de comunicação entre ambas as partes, que a muito custo contribuem para a valorização e concretização dos seus objectivos. Os estabelecimentos de ensino necessitam do contributo dos profissionais que, por sua vez, podem usufruir dos estudos / investigações que os estabelecimentos fazem para melhor compreenderem o meio e assim definir as suas acções estratégicas. Torna-se

urgente o trabalho conjunto entre as organizações escolares e os agentes do sector para, entre muitos aspectos, clarificar as condições em que é possível utilizar os dados e informações que ambos podem trocar, no sentido de rentabilizarem esforços.

2.6. Conclusão

As breves considerações feitas neste capítulo sobre a informação visam esclarecer a importância que o sector da informação está a assumir na sociedade e, conseqüentemente, demonstrar a pertinência que o presente estudo pode assumir para que o turismo possa partilhar o mega projecto que é o alcance pleno da Sociedade da Informação. A apresentação de algumas teorias sobre a forma como a informação pode afectar as organizações em geral e as turísticas em particular, permite-nos afirmar que já não é possível essas mesmas organizações descurarem o papel que a informação assume como factor de competitividade num ambiente de forte concorrência, que deixou de assumir fronteiras. As instituições de ensino, enquanto agentes responsáveis por formar cidadãos aptos a enfrentarem os novos desafios que se impõem às organizações, enfrentam, igualmente, o desafio de conseguirem responder com eficiência às novas exigências que a sociedade impõe. Os docentes, sujeitos do nosso estudo, acabam, igualmente, por se defrontar com este novo campo de batalha, no qual procuram recuperar a informação mais pertinente para que possam executar da melhor forma as suas tarefas profissionais. É neste momento que começam as suas dificuldades caso as organizações não as disponibilizem ou não colaborem com eles na construção do dito conhecimento. A maximização da capacidade de aprendizagem da sociedade, pensamos, só resultará em pleno se todos quanto nelas interagem participarem de forma activa e coerente.

CAPÍTULO 3 – A GESTÃO DA INFORMAÇÃO

3.1. Introdução

O presente capítulo visa apresentar alguns conceitos inerentes ao processo de gestão da informação nas organizações, assim como expor várias abordagens de autores que se debruçam sobre a complexa matéria que, de forma crescente, vai dominando as nossas sociedades. Não orientamos os conteúdos para uma organização em particular porque pensamos que são suficientemente importantes para merecer uma reflexão, independentemente do contexto e dos objectivos de cada grupo ou indivíduo com interesse em utilizar informação. Além disso, pretendemos apresentar quais são os principais aspectos a ter em conta para que surja o melhor contexto de utilização da informação.

3.2. A actividade de gestão e a informação enquanto recurso

Parafraseando Varajão (1998), a gestão não é mais do que a condução racional das actividades de uma organização, lucrativa ou não. Tancred (1991) refere mesmo que os princípios de gestão podem ser os mesmos, independentemente da natureza da actividade, desde que adaptados a cada situação e considerando o conhecimento, capacidades e experiência do(s) gestor(es).

Entre outros factores, a missão, objectivos, dimensão, estrutura hierárquica interna e ambiente concorrencial, caracterizadores de cada organização, é que personalizam a sua actividade de gestão. Contudo, é possível identificar grupos de funções básicas, de estrutura semelhante, que se repetem em todas elas com uma importância variável: gestão estratégica, comercial, financeira, informação, produção e recursos humanos (Varajão, 1998). Deste modo, são as características de cada organização que condicionam a relevância que o recurso em estudo pode assumir em cada nível - estratégico, intermédio e operacional (Correia, 2000).

Se atendermos ao contexto histórico de desenvolvimento das organizações, observa-se que a importância da informação tem variado ao longo dos tempos (Varajão, 1998), associada aos diferentes estádios da evolução económica e social da Sociedade Humana

(Correia, 2000). De acordo com Horton (1979), citado em Burke (1998, p. 16), a constatação da informação como recurso surge a partir da década de 60 e decorre da percepção do seu papel em vários âmbitos: nas políticas governamentais; na economia; na necessidade das organizações se tornarem mais competitivas; na educação e formação; na actividade de investigação, desenvolvimento e demonstração (I,D&D) e no desenvolvimento social. A sua importância tem crescido gradualmente devido ao aumento exponencial do volume de dados em circulação e ao reconhecido valor que lhe é dado como um dos recursos cuja gestão e aproveitamento mais influencia o sucesso (Amaral, 1994) e (Correia, 2000), pois permite às organizações uma reacção mais segura e eficaz aos estímulos que recebe. McKeown & Leitch (1993), citados em Varajão (1998, p. 47), referem mesmo que o potencial da sua utilização estratégica é enorme; simultaneamente, o não aproveitamento desse potencial pode ser catastrófico, levando ao colapso da própria organização.

Dado o seu carácter, a informação não surge espontaneamente na natureza, antes tem que ser produzida com base nos diversos recursos e factores de produção disponíveis (Correia, 2000). A sua produção tem custos inerentes, pelo que será necessário verificar quais os proveitos que advém desse esforço de produção e utilização. A lógica exige, pois, que se lhe imprima o mesmo cuidado de gestão que se verifica com a exploração de outros recursos económicos. Ainda segundo o mesmo autor, a gestão e a informação “são dois conceitos que mutuamente se exigem”.

Deste modo, a informação, à semelhança de outros recursos, deve ser objecto de atenção por parte do gestor e integrar as políticas de gestão definidas para a organização. A sua utilização só poderá trazer vantagens efectivas se for gerida com base em procedimentos lógicos, definidos em consonância com todos os outros recursos que estão disponíveis em cada momento, como sejam os humanos, financeiros, técnicos. O seu papel deve ser claramente entendido por todos, para que se torne uma ferramenta indispensável no dia-a-dia de cada organização e, segundo Moore (1997), estimule a inovação, o desenvolvimento mais rápido do produto/serviço, aumente os níveis de produtividade, garanta os parâmetros de qualidade e deste modo promova a competitividade.

Como já foi referido, actualmente é imprescindível que as organizações tenham acesso permanente a todas as informações que condicionem a sua actividade,

provenham elas do seu ambiente interno ou externo. Independentemente daquilo que uma organização possa produzir - produto e/ou serviço, ela deve gerar, processar, adquirir e usar informação (Burke, 1998). As organizações necessitam, pois, de estar conscientes sobre as razões que as levam a proceder à gestão da informação. De entre os vários objectivos destacam-se os seguintes, enunciados por Zorrinho (1991):

- Dotar os gestores, em tempo oportuno, dos dados relevantes para a redução de incerteza no processo de decisão;
- Dotar os gestores de uma visão partilhada do futuro que enquadre as suas decisões.

As vantagens surgem quando a tomada de decisão é mais rápida e segura, verifica-se a optimização dos serviços e/ou dos produtos oferecidos, a racionalização dos esforços a desenvolver, o acesso facilitado às novas fontes de informação e, claro, a rápida actualização. Pelo contrário, quem não possui informação dificilmente apresenta vantagens competitivas, pois duplica esforços na recolha de informações actualizadas, com dificuldades de adaptação, perdendo posição face aos concorrentes que a utilizam de forma estratégica.

Quanto maior for a dependência da organização relativamente ao recurso em estudo, mais cuidado terá que ser o processo de gestão. Moore (1997) refere que o sector privado é o que demonstra mais interesse em utilizar a informação como recurso, onde os níveis de produtividade e a competição determinam a sua sobrevivência, particularmente nas áreas comercial e de serviços. Igualmente, no sector público verifica-se uma preocupação crescente com a utilização da informação. As autoridades já se aperceberam dos impactos que esta pode causar, em muito semelhantes àqueles do sector privado, nomeadamente através da automatização das tarefas, na utilização de sistemas de apoio à decisão, ao nível da democratização e da participação dos cidadãos nos serviços públicos e na ênfase dada à educação.

No entanto, existem autores que referem que a declaração de que a informação é um recurso estratégico para as organizações é um assunto esgotado e gasto, já que representa muito mais do que isso. A propósito, Choo (1998) refere que, para além dessa mais valia, possibilita a efectiva combinação e utilização de outros factores de produção, o que muitas vezes só é conseguido nas denominadas organizações inteligentes, que reúnem informação através de várias formas. Estas são capazes de

organizar os seus recursos de informação e transformá-los em conhecimento que lhe possibilitem obter vantagens competitivas sustentáveis num ambiente turbulento. Perante a abundância de informação com que a organização se depara, não é mais viável subscrever assinaturas de revistas, jornais ou outras fontes. Sabendo que qualquer organização, pessoa ou artefacto são uma fonte de informação, é necessário definir uma estratégia quanto à gestão da informação. A reunião de informação requer uma função que considere sistemática e permanentemente o seu planeamento, coordenação, inovação e avaliação da própria informação e das fontes de informação, à luz das necessidades dos utilizadores e da forma como a vão utilizar. Com o passar do tempo as necessidades de informação e os objectivos da organização ficam sujeitos a mudanças, sendo necessário ajustar as acções para que a aprendizagem e inovação sejam uma constante. É necessário, pois, dispor de tecnologia apropriada e recursos humanos que façam a sua gestão em cada momento.

3.2.1. Gestor da Informação

A consciencialização de que os processos de trabalho e capital intensivos estão a perder protagonismo, faz prever que os gestores da informação venham a assumir um papel de maior protagonismo nas organizações das chamadas sociedades de terciarização. Mesmo os tradicionais profissionais da informação, como os livreiros, cientistas da informação, arquivistas e editores, têm sofrido um grande impacto na sua actividade (Moore, 1997). Este resultou, por um lado, da utilização generalizada das novas tecnologias, que permitem trabalhar um maior número de informação em menos tempo e, por outro, das crescentes expectativas dos utilizadores da informação, que requerem a oferta de um serviço mais sofisticado e com maior qualidade. Neste domínio, as pressões actuais exercem-se para o aparecimento de profissionais mais qualificados e sensibilizados para a importância do valor da informação, que não só entendam as bases principais sobre o trabalho da informação, mas que também possuam capacidades técnicas para explorar o potencial das tecnologias.

Fazendeiro (1998) refere-se ao perfil dos Trabalhadores do Conhecimento, ainda que numa fase de conceptualização, como aquele que é capaz de localizar a informação necessária, aceder-lhe, analisá-la e, também, de transformar os dados em informação e

conhecimento e ser capaz de potenciar, a partir, daí as dinâmicas de criatividade e de inovação. Acrescenta, ainda, que nos processos produtivos os trabalhadores do conhecimento estão a aparecer a montante (conceptualização, formas de organização do trabalho, inovações) e a jusante (conhecimento e exploração do mercado) dos processos de produção de material. Moore (1997) também refere que estas actividades já decorrem em muitas organizações, coordenadas pelo gestor da informação e consolidadas e institucionalizadas num departamento ou área funcional, normalmente denominado de Gestão da Informação, ainda que esta categoria profissional esteja numa fase de desenvolvimento em grande parte das instituições.

Sabemos, pois, que o desenvolvimento das competências profissionais no âmbito desta nova categoria de recursos humanos tem que partir da escola, sendo necessário promover o melhor ambiente de trabalho, quer em termos de condições físicas (Fazendeiro, 1998) quer em termos de formação do corpo docente, e reunir um leque de informação que suporte este recente domínio do conhecimento.

Independentemente do sector de actividade, o espírito de curiosidade científica, de investigação e de inovação deve ser incrementado com a utilização das tecnologias da informação e do conhecimento.

3.2.2. Gestão da informação - conceitos

À semelhança de outras categorias de recursos, existem alguns procedimentos próprios para gerir o recurso informação com sucesso. Embora este sempre tenha estado presente nas organizações, como já observámos, só nos últimos tempos é que começou a conquistar terreno relativamente a outros recursos, largamente utilizados e sujeitos a práticas de gestão consolidadas. A utilização da informação só faz sentido se trazer conhecimento para os indivíduos e/ou organizações e se for aplicável nas suas tarefas diárias. Neste contexto impõe-se o desenvolvimento de uma estratégia de gestão eficaz, que passe por definir um conjunto de políticas coerentes que permitam disponibilizar informação pertinente, com qualidade suficiente, precisa, transmitida para o local certo, no tempo certo, com custo apropriado e com adequadas condições de acesso para o seu público de utilizadores (Varajão, 1998).

A gestão da informação pode ser assumida em vários contextos, quer para proporcionar uma boa organização numa biblioteca para o cidadão que a utiliza por simples prazer, quer para disponibilizar informação em tempo real ou até mesmo para disponibilizar a informação aos quadros superiores das organizações, consoante as suas necessidades. Talvez por esta razão tenhamos encontrado inúmeras definições do conceito gestão da informação. Zorrinho (1991) refere, mesmo, que esta multiplicidade de perspectivas está intimamente relacionada com a própria diversidade do conceito de informação, podendo ser entendida no âmbito das ciências da informação, ciências da decisão, na gestão tradicional e na gestão estratégica.

Horton (1985) apresenta a gestão da informação como uma disciplina administrativa fundamental, instituída com base na convicção de que as organizações do sector público e privado devem tratar a informação como um recurso, à semelhança dos recursos financeiros, humanos, físicos e naturais. Por sua vez, Synott (1987) define o conceito como o processo de tratar o conteúdo da informação, por forma a perceber a necessidade, o uso e o seu valor, o que passa por identificar, definir, reunir, guardar, processar, proteger e distribuir essa mesma informação. A referência às fontes internas e externas da organização é incluída na definição enunciada por Best (1988), apresentando-a como a eficiente e económica coordenação da produção, controlo, armazenamento, requisição e disseminação da informação provenientes daquelas duas fontes, para melhorar o desempenho da organização. Wilson (1989) sugere que as tecnologias da informação devem ser utilizadas na efectiva gestão dos recursos da informação internos ou externos. Assim, define gestão da informação como a função que regula e integra o trinómio utilizadores, informação e tecnologias da informação, através da aplicação de técnicas de gestão, para processar e disponibilizar, por meios computacionais e de telecomunicações, informação actualizada e pertinente, em função das necessidades dos utilizadores. Numa perspectiva direccionada para o conceito de organização inteligente, Choo (1998) refere que a gestão da informação deve ser vista como a gestão de rede de processos que adquirem, criam, organizam, distribuem e utilizam a informação. Isto é, para ser estratégica, a informação deve ser transformada em conhecimento, sendo precisamente este o objectivo da gestão da informação. A definição que consta do FOLDOC - *Free On Line Dictionary of Computing*, a mais

completa que encontrámos, concilia os vários aspectos que temos vindo a abordar no âmbito da informação:

the planning, budgeting, control and exploitation of the information resources in an organisation. The term encompasses both the information itself and the related aspects such as personnel, finance, marketing, organisation and technologies and systems. Information Managers are responsible for the coordination and integration of a wide range of information handling activities within the organisation. These include the formulation of corporate information policy, design, evaluation and integration of effective information systems and services, the exploitation of IT for competitive advantage and the integration of internal and external information and data.

As definições apresentadas pelos autores citados reflectem a evolução das tecnologias e a importância que a informação foi assumindo ao longo dos anos.

Podemos destacar algumas considerações quanto ao conceito:

- Quer as organizações públicas quer as privadas devem utilizar a informação como um recurso;
- Os recursos da informação podem ser internos e externos;
- Todos os dados e informações susceptíveis de serem utilizados numa dada actividade devem ser administrados;
- A gestão da informação depende de outros recursos;
- O processo de gestão exige as seguintes acções sobre os dados e informações: identificar, definir, reunir, guardar, processar, proteger, distribuir e controlar;
- A importância do papel que o gestor deve assumir;
- A importância de um plano para o desenvolvimento de um SI.

A definição apresentada pela FOLDOC é, sem dúvida, a que consegue integrar todos os elementos inerentes à correcta utilização do recurso em estudo, segundo os parâmetros que estudámos. Desde o aparecimento do primeiro computador os custos dos equipamentos têm vindo a baixar, potenciando o surgimento de novas tecnologias para suportar a gestão electrónica da informação. Sabemos que a gestão também poderia ser feita de forma manual, como o era antes do aparecimento dos computadores, mas, dado o volume de informação em circulação, actualmente só tem sentido recorrendo às novas tecnologias da informação e da comunicação. Estas devem ser adquiridas para satisfazer as necessidades próprias de cada organização, o que exige um plano estratégico que enquadre devidamente os propósitos da gestão da informação.

3.2.3. Características e atributos do recurso informação

A informação possui características e atributos que a diferenciam de outros recursos económicos e que lhe conferem especial relevância (Matoso, 1996). A Comissão on Federal Paperwork, citado em Burke (1998, p. 19), atribuiu cinco características à informação:

- ✍ Tem um custo
- ✍ Tem um valor
- ✍ Tem um ciclo de vida (produção, recolha, transmissão, processamento, armazenamento, disseminação, utilização e eliminação)
- ✍ Tem a capacidade de ser processada e refinada, acrescentando valor
- ✍ Existem substitutos para tipos específicos de informação

Por sua vez, Cleveland (1982) identificou seis atributos específicos da informação, que passamos a enumerar:

- ✍ A informação é expansível - expande-se à medida que é usada. Alguns sectores de actividade encontram-se vocacionados para explorar este atributo: a investigação científica, a indústria de *software*, as agências de publicidade, etc.
- ✍ A informação é compressível - paradoxalmente, este recurso que é expansível pode também ser concentrado, integrado e resumido, isto é, miniaturizado
- ✍ A informação é um substituto – pode substituir o capital, o trabalho ou matérias-primas físicas (ex. robótica, automação)
- ✍ A informação é susceptível de ser transmitida instantaneamente – fá-lo com base na utilização das telecomunicações, sem perdas e para qualquer distância
- ✍ A informação tende a difundir-se – a informação é agressiva, tendendo a romper as barreiras do secretismo que lhe foram impostas. É difícil aplicar à informação as limitações inerentes aos direitos de propriedade intelectual e/ou de confidencialidade
- ✍ A informação é partilhável – pela sua natureza, a informação não permite transacções de troca mas apenas de partilha. Ao contrário dos objectos, que podem ser trocados e vendidos (ex. se se vender um livro fica-se sem esse objecto), a informação vende-se ou troca-se com outra pessoa e ambas ficam na posse da mesma informação.

Matoso (1996) refere outras características como o facto de a informação ser inesgotável (a sua utilização não reduz a quantidade existente); facilmente combinável consigo mesmo e com outros recursos; essencial para poder utilizar outros recursos.

O gestor deve reconhecer na informação estas características, pois é com base nelas que define todo o processo de gestão da informação para satisfazer as necessidades da organização e, assim, contribuir para o desenvolvimento sócio-económico da Humanidade.

3.2.4. Critérios para avaliar os recursos da informação

Os recursos informativos devem ser objecto de uma avaliação para melhor garantir a sua eficácia. Existem inúmeros critérios que ajudam a seleccionar as diversas fontes que são utilizadas pelas organizações, relativamente aos quais os indivíduos na sua generalidade e o gestor, particularmente, não devem ser alheios, sob pena de colocarem em risco algumas das decisões tomadas com base na análise de determinada informação. Burke (1998) identificou quatro critérios para avaliar os recursos da informação, independentemente do formato utilizado:

(i) **Conteúdo:** nível de abrangência; objectividade e clareza; nível de informação; fidelidade; frequência de actualização.

(ii) **Acesso:** qualidade de indexação; facilidade de acesso; velocidade na requisição / recuperação de informação; custo e custo de eficiência.

(iii) **Apresentação:** consistência; atractividade; erros.

(iv) **Proveniência dos dados:** segurança / confiança dos dados; legitimidade dos dados; reputação do fornecedor.

Existem outras listas de critérios, mais ou menos detalhadas, que podem ser seleccionadas de acordo com cada um dos contextos específicos em que o utilizador reúne determinada informação. Quanto aos que são actualmente utilizados na Internet, iremos dispensar alguma atenção no próximo Capítulo.

3.2.5. Ciclo de vida da informação

O ciclo de vida da informação é mais ou menos extenso, consoante o contexto em que é analisada e conseqüentemente utilizada. Bryson (1997) identificou cinco etapas e as respectivas acções que podem estar associadas a um processo de gestão da informação:

(i) Planeamento: *input* da avaliação da performance, identificação das necessidades dos utilizadores, auditoria da informação, elaboração do mapa da informação, análise de lacunas;

(ii) Aquisição: considera a identificação das possíveis fontes de informação disponíveis nos vários suportes que reúnem os critérios de qualidade definidos e satisfaçam as necessidades informativas da organização; as fontes podem ser internas ou externas, sujeitas a um custo de aquisição mais ou menos elevado;

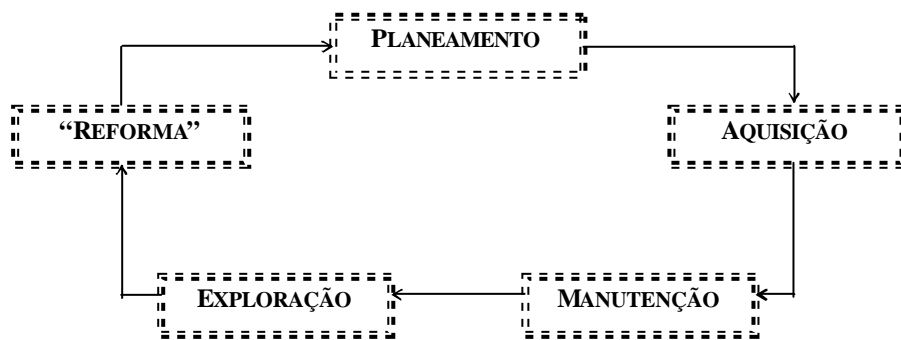
(iii) Manutenção: nesta fase a informação é organizada, processada e submetida a operações de combinação, comparação ou associação, de modo a obter-se uma nova informação diferente da inicial; é protegida e armazenada nos suportes próprios;

(iv) Exploração: consta do uso e da disseminação de informação, através de um acesso mais ou menos controlado;

(v) Reforma: contempla a verificação e revisão dos conteúdos que já não servem as necessidades correntes; pode ser destruída ou arquivada.

Estas cinco etapas estão relacionadas de acordo com o apresentado na Figura 3.

Figura 3 – Ciclo de vida da informação



Fonte: Bryson, 1997

Desde a fase inicial do seu planeamento, quando se enquadra a sua razão de ser, até à sua reforma eventual, a informação permanece num determinado espaço e tempo sujeita

a diversos constrangimentos. Estes determinam a extensão de cada uma das etapas e a velocidade a que ocorrem, tornando-a num bem sujeito a uma manipulação de acordo com os interesses dos indivíduos que a procuram e utilizam. Refira-se, também, que a duração de cada uma das fases é variável, dependendo da importância que é atribuída ao processo e dos recursos disponibilizados para a operacionalização de cada uma das acções definidas.

O grau de actualidade da informação torna-se importante por duas razões: o seu valor tende a decrescer com a idade e a acção é tanto mais eficaz quanto mais recente é a informação em que ela se baseia (Matoso, 1996). Assim, o estudo do ciclo de vida da informação permite compreender melhor o seu valor em cada contexto de utilização.

3.2.5.1. As políticas da informação

Segundo Rowlands (1997), entende-se por política de informação o conjunto de leis, regulamentos e políticas que incentivam, desincentivam ou regulam a criação, utilização, armazenamento e comunicação de informação. A(s) política(s) da informação, tidas num contexto mais lato que sistemas de informação e gestão da informação, debruçam-se sobre o quadro em que decorre o ciclo de vida da informação na conversão de dados em informação, de informação em conhecimento e de conhecimento em sabedoria.

Dado o papel crescente que a informação tem vindo a assumir no seio das organizações, têm surgido diversas políticas relacionadas com a produção, processamento, distribuição, utilização e eliminação de informação. Rowlands (1997) refere que haverá tantas definições de política de informação quantos os autores que escrevem sobre o tema. A complexidade deste assunto assume maior relevância quando se trata, por exemplo, de questões relacionadas com a propriedade intelectual ou protecção dos dados pessoais informatizados.

3.3. Fontes de informação

A organização pode obter informações em diversas fontes, pois dificilmente conseguiria recolher todos os dados de que necessitaria se apenas utilizasse uma. Choo

(1998) estabeleceu três grandes categorias de fontes de informação, como podemos observar no Quadro 2.

Quadro 2: Categorias das fontes de informação

CATEGORIA	SUBCATEGORIA	EXEMPLOS
Fontes Humanas	Fontes internas	Pessoal de venda Engenheiros
	Fontes externas	Clientes Fornecedores
Fontes Textuais	Fontes publicadas	Jornais Revistas da especialidade Rádio, T.V.
	Fontes não publicadas	Relatórios periódicos Planos de acção
<i>Fontes online</i>	Bases de dados <i>online</i>	Bases de dados comerciais e governamentais
	Internet	Discussões de grupo <i>Gophers / www</i>

Fonte: Choo, 1998

Na prática, o que se verifica é que as fontes de informação vão-se alimentando umas às outras, formando uma cadeia de relações que resulta da intervenção de um número mais ou menos variável de utilizadores que as procuram em estados de desenvolvimento diferentes e que, contribuem, também, para a sua constante alteração.

Qualquer uma das categorias apresentadas requer um método de acesso, aproximação, interacção e utilização próprio. A sua importância varia em cada contexto de utilização. As fontes *online*, sobretudo as bases de dados, estão a tornar-se muito úteis na procura de assuntos ainda pouco familiares para os utilizadores. Apresentam vantagens na indexação de diversos campos, na versatilidade de combinação de comandos para procura de que dispõem e na rapidez de actualização da informação. O formato e o conteúdo de cada registo varia de base de dados para base de dados, e pode ir de uma curta citação bibliográfica, ao texto integral de um artigo ou um relatório de inúmeras páginas.

Se o processo de selecção de cada uma das fontes indicadas depende da situação concreta em que se pretende obter determinada informação, necessariamente, o utilizador fará essa selecção com base nos critérios que julgue mais adequados para satisfazer as suas necessidades.

3.4. As tecnologias de informação e a informação

A rapidez e flexibilidade de actuação que se exige hoje às organizações, devido aos ambientes complexos e mutáveis em que operam, requer o apoio de ferramentas tecnológicas que lhes permitam, em tempo útil, assumir uma vantagem competitiva. As TI são um dos suportes mais valiosos na gestão moderna, fruto dos avanços tecnológicos sucessivos e do crescente reconhecimento das suas potencialidades (Varajão, 1998). Mas, a sua simples adopção não garante quaisquer vantagens competitivas; é necessário fazer uma gestão e utilização adequada das suas capacidades, o que depende em muito do factor criatividade e da capacidade de administração por parte daqueles que são responsáveis pela sua implementação numa dada organização.

A capacidade para aprender a gerir e a dominar a mudança exige que se reconheça que é necessário, entre outros factores, adaptar os recursos utilizados, entre os quais se encontra a informação.

Neste momento, é já claro que a informação assume, ou pode assumir, um poder muito grande no seio de uma organização, desde que a sua eficiência resulte de um processo de planeamento contínuo devidamente pensado e arquitectado de difusão e partilha, com base num processo de gestão adequado. As tecnologias da informação vieram, sem dúvida, dar um grande contributo para maximizar o poder da informação (Sousa, 1999). O desenvolvimento contínuo das TIC tem permitido o aparecimento de soluções muito variadas, adaptadas a realidades específicas, que em muito têm contribuído para o crescimento da sociedade da informação em vários domínios. Mas, a escolha destas ferramentas deve reflectir uma opção estratégica, para que se verifique uma adequação do meio e dos procedimentos à realidade em causa, sob pena de se fazerem grandes investimentos desfasados das necessidades reais da organização. Por isso, tornaram o seu uso problemático ao longo do tempo.

O acto de comunicar está dependente do meio ou sistema utilizado para o fazer e a sua eficiência depende da compatibilidade dos sistemas utilizados pelo emissor e pelo receptor (Diz & Santana, 1996). As TIC também ajudam a impulsionar uma cultura de constante inovação, possibilitando às organizações turísticas tirar vantagens dos fluxos de informação sobre a procura e a oferta e, deste modo, adaptarem-se rapidamente às mutações em curso (Buhalis, 1996). Os docentes podem igualmente beneficiar do uso destas tecnologias.

3.4.1. O papel dos sistemas de informação

Sendo que o aumento de dados e informação nas organizações cresce à medida que a sua envolvente mercadológica e social fica mais complexa, torna-se crucial utilizar instrumentos que os permitam recolher, tratar e difundir. A esta lógica está subjacente a existência de um sistema de informação, utilizando os recursos disponíveis e adequados às necessidades organizacionais. Varajão (1998) definiu SI como sendo "o conjunto de meios e procedimentos cuja finalidade é assegurar informação útil e necessária às diversas funções e níveis da organização e à sua envolvente externa"; Buckingham et al. (1987) definiu SI como "uma entidade sociotécnica que reúne, guarda, processa e faculta informação relevante para uma organização (ou para a sociedade), de modo a torná-la acessível e útil para aqueles que a desejam (e possam) utilizar". Pressupõe que a maior parte dos sistemas de informação vigentes nas grandes empresas é suportada fisicamente pelas tecnologias da informação como veículo privilegiado para a difusão da informação.

Segundo Varajão (1998), os SI possuem um enorme potencial como arma estratégica para melhorar o funcionamento interno de uma organização, potenciar novas formas de gerir e organizar, melhorar a produtividade e desempenho, abrir caminhos a novos negócios. Inclusive, os gestores de topo, com o pouco tempo de que dispõem, necessitam de sistemas práticos e informações de fácil compreensão, para mais rapidamente ficarem informados da situação e tomarem as melhores decisões.

Não se pode esquecer que os SI são um instrumento ao serviço de pessoas. Por isso, só serão efectivamente úteis se corresponderem às necessidades do seu público.

3.5. Conclusão

O excesso de informação e a multiplicidade de canais de comunicação disponíveis actualmente têm suscitado uma preocupação crescente com a administração da própria informação. Consequentemente, o problema coloca-se ao nível do significado que a informação possui para os seus utilizadores e a forma como a podem utilizar para rentabilizar as suas acções. Por isso, somos da opinião que a gestão da informação, mais ou menos elaborada, já faz parte do quotidiano de todos os cidadãos, quer seja em contexto de trabalho ou não. Assim, deverá ser preocupação dos docentes desenvolver

mecanismos para gerir a informação de que necessitam no seu dia a dia profissional, segundo processos lógicos que conduzam à sua satisfação. Estes processos podem ser desencadeados em parceria com outros docentes e/ou instituições, junto dos quais devem procurar rentabilizar os esforços para melhor compreenderem o sector turístico, sujeito a mutações constantes.

No capítulo seguinte pretendemos clarificar como é que a Internet tem conseguido vingar na sociedade da informação e qual o seu papel enquanto veículo universal de difusão de dados e informação.

CAPÍTULO 4 – A INTERNET E A INFORMAÇÃO

4.1. Introdução

A Internet é um meio de comunicação natural para as organizações turísticas (Inkpen, 1998), possibilitando-lhes a edição de um livro de informações partilhado por inúmeros cibervisitantes. Enquanto meio de pesquisa, ainda está a dar os primeiros passos, embora se verifique uma preocupação crescente com a qualidade dos seus conteúdos (Schonland & Williams, 1996). Assim, neste capítulo faremos uma breve resenha histórica sobre a sua evolução, seguida da apresentação de algumas problemáticas associadas à rápida difusão de dados e informação por esse meio. O número de questões que surge associada à qualidade dos seus conteúdos e à forma dos aceder e recolher é cada vez maior, face à massificação da sua utilização. Por isso, também apresentamos alguns critérios de qualidade associados à difusão e selecção de informação na Internet que sucessivamente são anunciados pelos vigilantes dos seus conteúdos.

4.2. A Internet

A Internet tem assumido uma importância crescente ao longo das últimas décadas. Encontrámos os seus fundamentos históricos no final dos anos 60, com o projecto ARPA - *Advanced Research Projects Agency*, financiado pelo Departamento de Defesa dos EUA, que tinha como principal objectivo construir um sistema de comunicação entre os vários centros da ARPA para apoiar a investigação militar e construir redes de comunicação flexíveis que resistissem a falhas e funcionassem em situações adversas (Plaza, 1997). Procurava-se, pois, uma solução para que a informação fosse transmitida mesmo que um dos canais de comunicação ficasse inoperacional (Ribeiro, 1998). Era a época da divisão entre os grandes blocos mundiais, por isso temia-se que um ataque deixasse incomunicáveis os comandos militares. Há mesmo quem refira que foi uma resposta ao programa *Sputnik*, da então URSS (Silva & Delgado, 1998).

Membros da Universidade da Califórnia em Los Angeles propuseram ao Departamento de Defesa a criação de um centro de mediação e organização de uma rede de computadores no âmbito do projecto ARPAnet. Este projecto foi levado a cabo pela DARPA - *Defense*

Advanced Research Projects Agency, antiga ARPA, e pretendia ligar os diferentes locais de pesquisa militar com o objectivo de repartir a informação entre eles e deste modo permitir a recuperação do conjunto das informações no caso de se registar alguma anomalia ou a destruição parcial da rede em caso de ataques nucleares (Plaza, 1997). Como consequência deste projecto, em meados de 1969 foram interligados quatro grandes computadores de três universidades e de um instituto de pesquisa no sentido de consolidar a ARPAnet (Cooke, 1999), com a particularidade de a rede se manter caso fosse desligado algum dos computadores. Esta baseava-se no NCP - *Network Control Protocol* e disponibilizava serviços básicos como a execução remota de sessões e transferência de ficheiros (Silva & Delgado, 1998).

Nos inícios dos anos 70 a rede continuou a crescer mas reportava-se apenas para o campo da investigação e desenvolvimento (Plaza, 1997). Em 1972, é feita uma demonstração pública da ARPAnet na Conferência Internacional de Computadores e Comunicação. Torna-se público que cada computador podia comunicar com qualquer outro e que essa comunicação apenas dependia dos computadores e não da rede. Como entretanto se começaram a desenvolver outras redes, surgiu a necessidade de estabelecer um protocolo de comunicação entre elas. Assim, entre 1974 e 1978 foi concebido o protocolo de comunicação standard TCP/IP - *Transmission Control Protocol/Internet Protocol*, robusto e versátil. O TCP é um protocolo ao nível do transporte, orientando a conexão, e o IP é ao nível da rede, possibilitando a comunicação. O IP passou, então, a ser o meio de comunicação utilizado pelos diferentes fabricantes de computadores, que não esperaram que a ISO - *International Organization for Standardization* apresentasse um desenho standard para estabelecer a comunicação entre as diversas máquinas (Plaza, 1997).

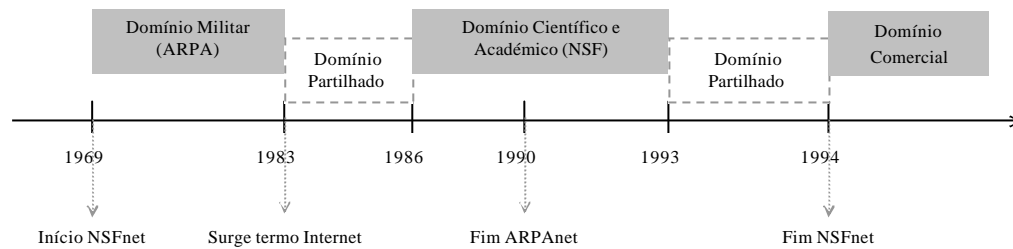
Contudo, só no início dos anos 80 é que o TCP/IP se estabeleceu como protocolo standard, oficialmente reconhecido, dando início à produção de interligações entre redes distintas: ARPAnet, MILnet (rede militar), CSnet (rede científica). Este foi o marco de viragem, em que a Internet deixa de ser unicamente uma rede experimental para se tornar numa rede útil a uma comunidade alargada de utilizadores. O ano de 1983 marca então o nascimento histórico da rede, embora a tecnologia ainda não se apresentasse suficientemente robusta (Plaza, 1997). Em 1986 a NSF - *National Science Foundation* deu origem ao aparecimento da rede NSFnet, com o objectivo de fornecer a principal estrutura de comunicação na Internet (Silva & Delgado, 1998). No final dos anos 80 a Internet

expandiu-se internacionalmente e começou a integrar serviços comerciais (Internet Society, 2001). A ARPAnet foi oficialmente extinta em 1990, quando já as principais universidades e centros de investigação de todo o mundo se encontravam interligados.

Nos inícios dos anos 90, e face ao crescimento notório da Internet, a NSF promoveu a criação de um conjunto de organizações para gerir e coordenar a Internet. Assim, foi fundado em 1992 o ISOC - *Internet Society* para regular e promover a Internet, cujos objectivos principais eram facilitar e apoiar a evolução tecnológica da Internet e colocá-la à disposição de universidades e centros de investigação, assim como facilitar o desenvolvimento de aplicações na Internet para produzir benefícios em instituições educativas, empresas e público em geral (Internet Society, 2001). A partir deste momento começam a surgir diversas organizações, sob a supervisão da ISOC, que se debruçam sobre domínios específicos relacionados com a coordenação técnica da rede, com o estabelecimento de recomendações e normas de uso, realização de previsões quanto ao volume de conexões futuras, impacto de outros meios de comunicação, etc. (Plaza, 1997). Mas em 1993 foi criado o InterNIC, organismo isento e responsável pela gestão e atribuição de endereços Internet à escala internacional e nos diferentes domínios mantidos no EUA, tendo sido atribuídas, paralelamente, responsabilidades idênticas a organismos similares no contexto continental e nacional (Silva & Delgado, 1998).

Em 1994 a NSF levanta as restrições da utilização do tráfego comercial sobre a sua rede, devido à pressão dos grandes grupos económicos, tendo sido extinta oficialmente em 1995. Com o Governo a deixar de subsidiar fortemente a Internet, começaram então as privatizações de parte da rede do Departamento de Defesa dos Estados Unidos, (Plaza, 1997). A rede passou a ser dominada pelos operadores privados, determinando a sua explosão em número, quer de utilizadores como de serviços (Ribeiro, 1998).

Na figura seguinte apresentamos um esquema que resume a evolução histórica da Internet ao longo de três décadas de existência, destacando as diferentes entidades que marcaram o seu crescimento:

Figura 4: Evolução histórica da Internet

Fonte: Adaptado de Silva & Delgado, 1998

A década de 90 foi, pois, pródiga no desenvolvimento das facilidades relacionadas com a Internet em termos de acesso e de disseminação de informação, que resultou num aumento quantitativo e qualitativo dos recursos disponíveis.

Embora a Internet se tenha desenvolvido nos EUA, actualmente tem uma abrangência mundial. Os primeiros países europeus a disporem de acesso à rede foram a Inglaterra e Noruega. Em Portugal, a sua utilização reporta-se ao início dos anos 80, através da rede telefónica e da rede pública de dados (Ribeiro, 1998). Os seus utilizadores eram, na sua maioria, estudantes pós-graduados em universidades estrangeiras que queriam manter o contacto depois de voltarem para Portugal. Em 1987 é criada a FCCN - Fundação para a Computação Científica Nacional, responsável pela Rede para a Comunidade Científica Nacional. Posteriormente surge a Rede de Ciência, Tecnologia e Sociedade, que é “uma rede informática que usa os protocolos da Internet para garantir uma plataforma de comunicação e colaboração entre as instituições do sistema de ensino, ciência, tecnologia e cultura” (FCCN, 2001). De referir que a FCCN é a entidade competente para a gestão do serviço de registo de domínios PT.

4.2.1. A Internet em números

Em Janeiro de 2001 a Internet Software Consortium (2000) registava cerca de 110 milhões de domínios DNS - *Domain Name System* na Internet, enquanto que em igual mês do ano passado registava cerca de 72 milhões. Em 1993 apenas registava cerca de 1,313 milhões de domínios.

Quanto ao número total dos utilizadores da Internet no mês de Novembro de 2000, e segundo os dados mais recentes, a Nua Internet Surveys (2000) registou um total de 407,1

milhões. Por países, apresentamos a seguinte distribuição: 167,12 milhões no Canadá & EUA (41%); 113,14 milhões na Europa (27,8%); 104,88 milhões na Ásia/Pacífico (25,8%); 16,45 milhões na América Latina (4%); 3,11 milhões em África (0,8%) e 2,40 milhões no Médio Oriente (0,6%). De acordo com os dados estatísticos apresentados pela ITU para o ano de 1999, destacamos ainda, por ordem decrescente, os países em que mais utilizadores acederam à Internet: Estados Unidos da América, Japão, Alemanha, Reino Unido, Canadá, China, Korea (Rep.) e Austrália.

Em Portugal também se verifica a tendência de crescimento registada a nível mundial, embora com uma dimensão diferente, tanto ao nível do número de domínios como de utilizadores. Contudo, à semelhança dos outros países do sul da Europa, o crescimento do número de utilizadores apresenta-se com um ritmo acelerado.

Quanto ao número de domínios atribuídos em Portugal pela DNS Serviço de Registo de Domínios PT, observamos no Quadro 3 que se tem verificado um crescimento bastante positivo. Entre 1996 e 1997 o aumento foi muito significativo, cerca de 126%, duplicando o valor já existente. Nos anos seguintes a evolução foi mais branda, não indo para além do 52%. Quanto aos dados de 2001, refira-se que no primeiro trimestre foram atribuídos 215 domínios.

Quadro 3: Evolução do número de registo de domínios em Portugal entre 1996 e 2000

ANO	Nº Registos	Total Acumulado	Evolução Anual (%)
1996	798	798	-
1997	1 807	2 605	126%
1998	2 453	5 058	36%
1999	3 738	8 796	52%
2000	5 571	14 367	49%

Fonte: Adaptado de DNS Serviço de Registo de Domínios PT, Abril 2001

Os valores apresentados indicam-nos que a Internet, de uma forma mais ou menos acentuada, irá continuar a registar um crescimento positivo quanto ao volume de oferta e procura dos seus serviços.

4.2.2. A *World Wide Web*

A Internet suporta vários tipos de serviços, tais como acesso remoto, correio electrónico, transferência de ficheiros, grupos de notícias, *World Wide Web*, sendo este último aquele que mais contribuiu para o seu sucesso.

A *World Wide Web*, também conhecida abreviadamente por *WWW*, *Web* ou *W3*, apresenta-se como uma das formas mais aliciantes para o utilizador obter informação disponível na Internet. É oficialmente considerada como uma iniciativa de recolha de informação hipermédia em larga escala, tendo como objectivo dar acesso a um enorme universo de documentos (Pinto, 1997). Surge em 1989 no CERN Centro Europeu de Pesquisa Nuclear, na Suíça, com o objectivo de criar uma infra-estrutura com base num SI que possibilitasse a partilha de informação entre físicos. Pretendeu-se manter todos os cientistas informados sobre os avanços da investigação, uma vez que se encontravam dispersos geograficamente. A sua origem deveu-se, fundamentalmente, à necessidade da existência de um sistema fácil de utilizar, e no qual o utilizador pudesse escolher, de entre todo o conjunto de informação disponível, aquela que lhes interessasse. Do mesmo modo, também poderia introduzir novos documentos, se devidamente autorizados.

O servidor *Web*, também conhecido por servidor HTTP, utiliza como protocolo de comunicação o HTTP - *Hyper Text Transmission Protocol*, suportado pelo TCP/IP. A *Web* é caracterizada por um conjunto de documentos escritos em hipertexto, cujo sistema é baseado no modelo cliente-servidor, utilizando a linguagem HTML - *HyperText Marke-up Language*. Assim, o utilizador apenas visualiza e extrai a informação que pretende através de um *browser*. O *browser* é o cliente que solicita informação para posteriormente a mostrar no ecrã do sistema informático do seu utilizador. Os documentos podem conter informação na forma de texto, imagem, som ou vídeo (multimédia), sendo por vezes necessário dispor de aplicações externas apropriadas para que certos dados possam ser correctamente interpretados, como é o caso do som (Silva & Delgado, 1997).

Só em 1991 é que o primeiro protótipo cliente-servidor foi disponibilizado aos utilizadores da Internet, dando origem às primeiras publicações técnico-científicas. Em 1993 o potencial de acesso e disseminação de informação da *www* foi devidamente conseguido na Internet com a versão final do *browser Mosaic* e, posteriormente, com o *Netscape Navigator* e o *Internet Explorer*.

4.3. A informação na Internet

Apresentando-se como uma rede de rede de computadores interligados por diversos meios de telecomunicações e em constante evolução, a Internet é actualmente um grande fórum de informação em matérias distintas, com alcance mundial e permitindo a livre circulação e intercâmbio de informações entre todos quantos a ela se ligam. Hoje em dia é um dos instrumentos de difusão e troca de informação mais valiosos, devido à sua capacidade de estabelecer comunicações rápidas, independentemente do local geográfico em que se encontrem os seus utilizadores, da sua idade, actividade profissional ou ocupacional. As suas potencialidades de comunicação cobrem um leque variado de utilização, como sejam as transacções comerciais, difusão de informação, troca de correio, publicidade, etc.

O acesso a ela não é difícil. O difícil é saber organizar e encontrar realmente o que se pretende. Embora muitos a comparem a uma biblioteca gigante, dado o vasto repositório de informação que apresenta, não existe nenhum catálogo central, com regras que estabeleçam parâmetros universais de actuação. Além disso, a edição dos recursos informativos não fica sujeita ao mesmo controlo de gestão rigorosa a que já nos habituaram os serviços de documentação tradicionais. Muitas vezes, esta situação conduz os seus utilizadores a perdas de tempo e a buscas pouco eficazes e, eventualmente, ao menosprezo deste meio de comunicação. Potenciar o seu uso requer treino, estudo e disciplina (Lencastre, 1996).

Pensamos que, de todas as fontes de informação existentes, a Internet é aquela que tem assumido maior protagonismo nos últimos tempos e que, segundo Choo (1998), evoluiu para se tornar a maior cadeia do mundo de fontes de informação abertas. Desde os primórdios do seu surgimento até aos nossos dias que regista um desenvolvimento desenfreado, fruto do grande interesse demonstrado pelos vários agentes implicados, que procuram otimizar todas as vantagens possíveis de obter com a sua utilização. Por um lado, tem-se a oferta, composta pelos produtores de *hardware* e *software*, que constantemente tornam a tecnologia mais acessível a todos quantos a procuram. Por outro lado, identificam-se os agentes da procura, ávidos de a utilizarem como veículo de promoção, de distração (*chat*, jogos, etc.), de recolha e difusão de informação (páginas pessoais, portais, bibliotecas digitais, etc.) ...

Como tivemos oportunidade de verificar, os dados estatísticos relativos à utilização da Internet revelam que, ao longo dos últimos anos, se registou um crescimento exponencial de utilizadores. No entanto, e apesar de todos os esforços feitos pelos diversos países na definição de políticas da informação que ditem as “regras do jogo” e diminuem os problemas derivados da má ou mal intencionada utilização da rede, ainda não existe um enquadramento legal, universal, que regule claramente a crescente utilização das suas aplicações. Pensamos, pois, que esta é uma das principais razões que justifica o facto de haver um crescimento tão acelerado e de, por isso, se questionar muitas vezes porque é que determinados conteúdos e práticas existem na Internet e, mais grave ainda, prosperam de forma preocupante. Veja-se, por exemplo, os casos da segurança dos dados pessoais, da questão dos direitos de autor, da legislação laboral, da qualidade da informação, da organização de contactos e de procedimentos ilícitos levados a cabo pelas redes nacionais e internacionais de crimes.

4.3.1. A qualidade da informação

O termo qualidade é muitas vezes utilizado para se referir aos recursos que possuem conteúdos originais, ou que sejam fiáveis ou fidedignos (Burke, 1998). No nosso entender, pensamos que a quantidade de informação que circula na Internet encontra-se longe de ser sinónimo de qualidade. Existem vários grupos de trabalho que se dedicam exclusivamente a esta questão, apresentando listas com inúmeros critérios que podem ser utilizados para aferir a qualidade da informação em circulação: *design*, periodicidade de actualização, credibilidade da fonte, linguagem utilizada, etc. No entanto, grande parte do universo de utilizadores nem se apercebe da existência e necessidade de utilização desses critérios.

Não obstante os trabalhos já disponíveis, a avaliação da qualidade da informação é um processo relativamente complexo que envolve a consideração de um variado leque de parâmetros interrelacionados, de importância variável consoante a natureza do recurso e as necessidades do utilizador que a procura. Torna-se, assim, difícil determinar com exactidão a qualidade de um recurso, uma vez que cada utilizador também percepção vários factores aquando da sua avaliação, tais como apresentação, competências do autor, periodicidade de actualização entre outros.

Há mesmo quem sugira que a qualidade de um *site* é directamente proporcional à sua eficácia em termos de satisfação de necessidades de cada utilizador e que a definição de qualidade de informação deve recair algures entre o cruzamento daquilo que os autores do *site* tinham intenção de transmitir e a forma como os utilizadores percebem essa mensagem. Esta posição revela que é difícil apresentar uma medida absoluta para definir a qualidade de um *site*. Por isso, é necessário atender ao contexto específico em que cada utilizador procura uma informação para precisar o significado de “qualidade de informação”. Segundo Rita (2001), um *site* bem sucedido é desenhado em torno dos desejos e necessidades do seu público-alvo. Para evitar a deserção do cliente, é necessário equilibrar as suas características tecnológicas com o *design*, de modo a que seja implementado na perspectiva do cliente, proporcionando-lhe variadas e amigáveis formas de navegação.

Assim, se considerarmos o universo de utilizadores da Internet e multiplicarmos cada uma das suas necessidades, constataríamos que seria mesmo impossível apresentar um recurso informativo de qualidade que satisfizesse todos eles. Por isso, cada vez se verifica mais que tendem a aparecer serviços de informação especializados, segmentados segundo diversos parâmetros e utilizando critérios de actuação pré-definidos, que permitem ao utilizador optar ou não pela sua consulta.

4.3.2. A explosão da informação

Devido às facilidades de acesso que a Internet apresenta, questiona-se muitas vezes a qualidade/quantidade dos conteúdos que diariamente circulam nas suas vias e, por conseguinte, a sua capacidade em dar uma resposta eficiente a um público cada vez mais vasto e exigente.

Antes dos anos 80 os utilizadores apenas tinham acesso a três ferramentas: *e-mail*, *Telnet* e ao *File Transfer Protocol* (FTP), e necessitavam de possuir determinados conhecimentos informáticos sobre a rede, para saberem previamente o nome dos ficheiros e a sua localização, pelo que o seu uso era moderado. No final da década de 80, inícios de 90, o desenvolvimento de novas formas de distribuição cliente-servidor veio democratizar o acesso à Internet. Assim, passou a ser possível o acesso através de computadores pessoais (clientes), interagindo com um computador remoto (servidor), possibilitando aos

utilizadores tomarem a sua própria decisão quanto à forma de acesso e manipulação de informação.

Durante os anos 90, a *Web* tornou-se a ferramenta mais usada para aceder à informação através da Internet e houve uma grande explosão no volume de materiais que se tornaram disponíveis. Nas razões incluem-se a facilidade do uso dos *browsers* multimédia para aceder e gerar informação, assim como os benefícios de produzir os documentos em código HTML. Além disso, nesta década desenvolveu-se uma série de pacotes de *software*, o que permitiu aos utilizadores a fácil criação de páginas, sem necessitarem de ter conhecimentos profundos de linguagem HTML. Possibilitam, até mesmo, a reconversão quase imediata para outras linguagens, para mais facilmente serem publicadas via Internet.

Desde o seu começo que a Internet se tem caracterizado pela sua natureza anárquica. Não existe nenhum controlo centralizado sobre a informação a que dá acesso e, por isso, com a introdução e livre distribuição dos multimédia *browsers*, todas as pessoas com acesso ao *hardware* e *software* necessário podem tornar-se autores e editores. Estes novos autores já não ficam constrangidos pelas exigências das editoras comerciais, editores e pelos editores peritos do meio académicos. Além disso, a descida do preço dos computadores permite aos não académicos produzir informação de uma forma rápida e barata. Isto reflecte a evolução cultural que houve na Internet, com a passagem do domínio restrito académico para o domínio comercial. A crescente comercialização da Internet resultou no aparecimento de uma audiência muito mais heterogénea e no aumento da oferta, com a conseqüente proliferação de mais e variados recursos de informação, que pudessem satisfazer algumas das necessidades do novo público.

O aumento do volume de informação editada não se traduz, necessariamente, em qualidade, pelo que já são notórios alguns problemas associados à procura de informação. Cooke (1999) enunciou os principais:

Facilidade de publicação: resulta numa sobrecarga de informação, em termos quantitativos e qualitativos, com potencial interesse. A existência de engenhos de pesquisa que oferecem aos interessados a possibilidade de inscreverem as suas páginas para posterior divulgação, muitas vezes sem antes as submeterem a qualquer tipo de avaliação, condiciona negativamente a disponibilidade de informação sem qualquer controlo prévio. Na maior parte dos casos, basta o interessado responder a um simples questionário para que a sua página fique editada e circule na *Web*. Segundo Elmer-Dewitt, citado em Cooke

(1999, p. 8), na Net qualquer pessoa com um computador pode ser o seu próprio repórter, redactor e editor, quando difunde notícias e imagens a milhões de leitores em todo o mundo.

Informação inútil: para além da facilidade de publicação, que favorece a oferta desregrada de informação, e se considerarmos a abrangência de alguns engenhos, observamos que existe muita informação a circular com interesse questionável. Além disso, os utilizadores deparam-se com materiais desactualizados e/ou de natureza efémera que diariamente são introduzidos na Net e aí se vão acumulando. Isto traduz-se em vários problemas aquando da procura de informação, nomeadamente na quantidade de tempo gasto a encontrar a realmente pretendida.

Informação pouco fiel: a sempre questionável exactidão, fidelidade e segurança da informação transmitida em rede tem-se tornado um assunto crescente de preocupação. Os utilizadores podem não ter conhecimentos e capacidades suficientes para avaliar a qualidade dos recursos. O facto de haver facilidade de publicação e de muitos editores não reconhecerem e/ou não considerarem os requisitos necessários para elaborar um *site* de qualidade, pode resultar na recolha e utilização de informação imprecisa através de um *site* aparentemente legítimo.

Páginas pessoais: a maior parte destes materiais, de natureza efémera, contem informação de carácter pessoal e de interesse muito específico. Na sua maior parte são produzidas em contexto escolar ou empresarial e pouco tempo depois deixam de ser actualizadas mas permanecendo abandonados na rede. Assim, contribuem para o aumento do volume de informação não sujeita a qualquer controlo e com duvidosa relevância para os navegadores.

Os problemas associados a estes factores têm assumido uma importância crescente à medida que a própria Internet tem sofrido alterações.

4.4. A recolha de informação

Muitas vezes, a procura de determinada informação através da Internet leva-nos a recorrer a ferramentas que nos possam conduzir de uma forma mais rápida e eficiente à localização de um recurso. A maior parte destas estão disponíveis na *Web* e podem seguir

várias lógicas de procura: geográfica, temática, por índice e por meta-índice. São oferecidos diversos serviços, com especificidades de actuação, que procuram satisfazer algumas das necessidades do vasto público.

A procura de recursos de informação de qualidade na Internet depende do nível de conhecimentos, da perseverança e da objectividade do cibernauta e pressupõe algum conhecimento sobre as características dos vários engenhos que lhe são oferecidos diariamente, cada um com estratégias de actuação diferentes. Seguidamente, apresentaremos o contexto de utilização de cada um, assim como as vantagens e desvantagens da sua utilização.

Os motores de pesquisa, igualmente conhecidos por *spiders*, *robots* ou *crawlers*, são os engenhos mais populares da *Web* que constantemente visitam, lêem e indexam *sites* e páginas por forma a constituírem a sua base de dados (catálogo ou índice). As suas acções são controladas automaticamente com base na tecnologia, prescindindo da intervenção humana. Procuram continuamente novas páginas e actualizações às previamente indexadas. A interface de pesquisa é, regra geral, do tipo *searching*. No entanto, não são muito vantajosos quando se pretende encontrar materiais de qualidade, uma vez que não consideram qualquer parâmetro de avaliação na identificação de um *site*, tais como datas, indicação e credibilidade do autor, etc. Além disso, só disponibilizam materiais acessíveis através da *Web* e não apresentam o resumo dos recursos identificados, apesar de alguns motores já utilizarem a *metadata* para gerar descrições. Outra desvantagem da sua utilização prende-se com o facto de um mesmo recurso poder gerar diversos resultados, duplicando as indicações sobre a mesma página. No entanto, ressalve-se que as características dos vários motores variam ligeiramente e, por isso, para uma mesma pesquisa podemos obter resultados diferentes de engenho para engenho. A propósito das diferenças de desempenho entre alguns destes engenhos, consulte-se o *site* <http://searchenginewatch.com/>, que compara frequentemente as suas performances.

Os directórios de indexação por assunto, ou catálogos por assunto, ao contrário dos anteriores, são planeados e geridos por pessoas, que identificam os *sites* e descrevem os seus conteúdos. Antes de uma página ficar disponível através deste meio, os seus autores têm que responder a um conjunto de questões, nomeadamente quanto ao conteúdo (breve descrição), endereço, nome do responsável pela informação, etc., e são eles próprios que propõem a categoria, que depois é verificada pelo pessoal responsável pelo engenho. Estes

são submetidos pelos autores e/ou pelos responsáveis pela sua manutenção, que posteriormente os indexam às categorias correspondentes de acordo com a sua especificidade. No entanto, o utilizador pode não fazer a pesquisa por assunto mas percorrer o catálogo/lista de assuntos que lhe é apresentado, utilizando a técnica do *browsing* que lhe permite identificar a área de interesse, o sub-tópico, o assunto, etc., até serem listados os recursos que poderão conter a informação pretendida.

Estes engenhos são mais vantajosos que os anteriores quanto à obtenção dos resultados devido à intervenção humana na sua gestão. Permitem com maior rapidez determinar o conteúdo dos *sites* através da simples leitura do seu resumo descritivo, feito pelo próprio autor, sem necessidade de aceder a cada um dos materiais individualmente. Além disso, evitam a duplicação de referências quanto ao mesmo recurso, obtendo-se menos resultados. Relativamente aos motores de pesquisa também apresentam limitações: estes engenhos são menos abrangentes, a actualização dos *sites* e das páginas não é feita de forma automática e também não diferenciam os *sites* quanto à sua qualidade.

Foi a partir dos meados dos anos 90 que se começou a ter um maior cuidado com a manipulação dos materiais que são acedidos através da Internet. Assim, para além de já se disponibilizar o resumo do *site*, passou-se a considerar escalas de avaliação aquando da análise do conteúdo. Além disso, estes engenhos tendem a utilizar materiais muito apelativos e que versam sobre vários assuntos. Os *sites* recomendados passam então a ser examinados e avaliados de acordo com parâmetros de qualidade previamente definidos, com o objectivo de verificar se são ou não apropriados para incluir e disponibilizar no serviço. Uma vez avaliados, são categorizados por estrelas ou pontuados através de uma escala pré-definida, o que permite ao utilizador fazer uma selecção mais rápida dos recursos sugeridos para consulta. Esta informação, a par da descrição do *site*, que também é feita manualmente, aumenta o grau de confiança do utilizador perante a avaliação de cada recurso, que é assumida como sendo um indicador de qualidade. Aliás, estes resultados são mais detalhados do que os obtidos com a utilização dos catálogos por assunto.

No entanto, devido ao nível de trabalho humano necessário para a selecção, avaliação e descrição dos recursos, estes serviços tendem a ser de menor dimensão e menos polivalentes que os motores de busca. Outra desvantagem prende-se com o facto do utilizador nem sempre ter acesso aos critérios de avaliação considerados na sua selecção.

Por isto, têm-se questionado se na realidade estes engenhos conseguem indicar a qualidade de um *site*. Alguns bibliotecários compararam alguns destes serviços no sentido de verificar os critérios utilizados para avaliar e descrever os recursos e, também, para considerar a sua eficácia na orientação dos utilizadores na procura de materiais de qualidade. De uma maneira geral, entre outras conclusões, verificaram que a pontuação e o *reviewing services* dão poucas indicações quanto à qualidade de um *site*. Os parâmetros considerados variam na sua implementação e interpretação, pelo que se questiona como podem ser eficazes na orientação rápida do utilizador. Além disso, e tendo em conta que se define a qualidade com base na capacidade da informação satisfazer as necessidades de cada utilizador, o facto de estes engenhos não identificarem um público-alvo pode trazer problemas na definição da qualidade dos recursos. De facto, os seus utilizadores são em número muito elevado, o que torna difícil estes engenhos corresponderem às diferentes necessidades.

Como qualquer consideração sobre qualidade pode ser altamente subjectiva, como já referimos, os serviços orientados para um dado assunto e para uma audiência específica apresentam uma maior probabilidade de satisfazer as necessidades dos utilizadores. Assim, os serviços mais formais, tais como *subject-base gateway* e bibliotecas virtuais, apresentam maiores garantias de disponibilizarem materiais de qualidade.

As *subject-base gateway*, também conhecidas por *subject listings*, *umbrella sites* ou bibliotecas virtuais, são serviços arquitectados por recursos humanos com formação específica e direccionados para áreas específicas de informação, como por exemplo o conhecido OMNI *Organising Medical Networked Information*, na área da medicina. Têm como objectivo concreto disponibilizar acesso a recursos de informação com qualidade que possam servir de base a trabalhos de investigação. Os diversos *gateway* diferem ligeiramente na metodologia utilizada. No entanto, a maior parte permite o acesso a uma base de dados que contém a descrição dos recursos sobre uma determinada área/tema que se encontram disponíveis na Internet. Segundo Dempsey (1999), estes engenhos devem ter as seguintes características: serviços baseados na descrição de recursos; nível elevado de intervenção humana em diversas especialidades; acesso via *search* e *browse*; política de gestão que considere procedimentos de actualização e manutenção permanentes.

Cada recurso é seleccionado e avaliado segundo critérios devidamente explícitos e que se relacionam tanto com a apresentação da informação, assim como com abrangência do

assunto, actualidade e fiabilidade. Uma vez avaliados, o profissional atribui manualmente um registo a cada recurso, que o faz incluir na base de dados. Na sua descrição, muitos destes serviços utilizam as regras e métodos tradicionais de catalogação e classificação para serem encontrados facilmente. Alguns disponibilizam, mesmo, um *catalogue record* para cada recurso, que contem informação acerca do título, descrição, palavras-chave e endereço do *site*, muito semelhante aos encontrados nos sistemas das bibliotecas tradicionais. Deste modo, os utilizadores podem procurar referências sobre os recursos que existem na base ao invés de no próprio recurso. Cada um dos especialistas tem a seu cargo a gestão dos recursos em determinada área (recolha e manutenção), assim como verifica se os *sites* estão desactualizados ou se estão operacionais, entre outras tarefas.

Por sua vez, os utilizadores podem fazer a pesquisa através de uma lista de assuntos para identificar potenciais recursos, relativamente aos quais aparece uma descrição. No entanto, também os podem procurar seguindo a lógica de um esquema tradicional de classificação, utilizado em bibliotecas para organizar os materiais no seu espaço sala.

Uma vez que a base é desenvolvida e mantida por profissionais, o utilizador acede a estes serviços com a certeza de que alguém habilitado já identificou e avaliou os recursos mais relevantes sobre o assunto que procura. Apresenta a vantagem de poupar tempo ao utilizador, com a garantia de que as descrições são feitas com a intenção de proporcionar indicações fieis, concisas e pertinentes sobre o valor e utilidade dos materiais, ressaltando o utilizador de procurar *sites* irrelevantes, desactualizados e pouco fiéis. Uma vez que estes serviços se direccionam para uma audiência específica, facilmente o utilizador verifica se os materiais divulgados são ou não do seu interesse. Além disso, explicitam de forma clara quais são os critérios ou as políticas utilizados que condicionam a avaliação da qualidade dos recursos, podendo o utilizador verificar se esses critérios vão de encontro aos parâmetros de avaliação que considera pertinentes para o seu objectivo de pesquisa. Outra vantagem, prende-se com o facto de estes serviços cobrirem os diversos materiais disponíveis na Internet. Não se limitam apenas à *Web*, mas também a arquivos FTP, listas de discussão, etc. Garante menos repetições nos resultados, porque os recursos são avaliados e descritos ao nível do recurso, o contrário do que se passa com os motores de pesquisa que é ao nível das páginas. Outra vantagem, como já referimos, é o facto de utilizarem as técnicas de catalogação e classificação tradicional, já familiares para alguns destes utilizadores.

Dado o nível de intervenção humana no desenvolvimento e manutenção deste tipo de serviços, também apresentam limitações quanto ao número relativamente baixo de recursos que consegue cobrir, além de não poderem ser frequentemente actualizados, como acontece com os motores de pesquisa (Worsfold, 1998). Além disso, a audiência restrita e o foco num assunto específico determinam que o utilizador possua já um determinado nível de conhecimentos sobre o assunto em causa.

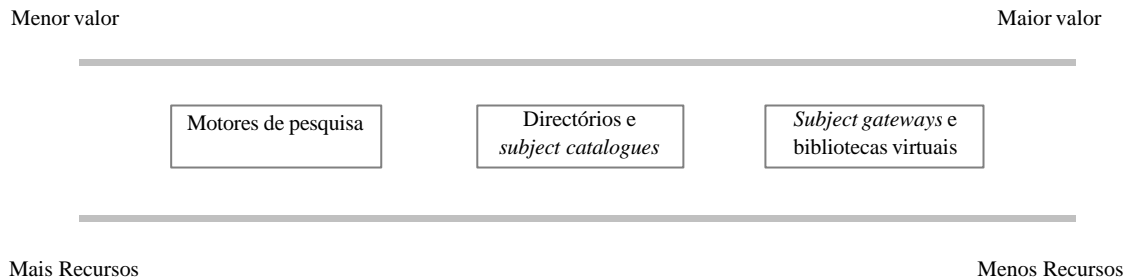
A propósito dos critérios de qualidade utilizados pelos profissionais para seleccionar os recursos, encontrámos vários *sites* que apresentam os aspectos a considerar neste processo. Destacamos o catálogo SOSIG *Social Science Information Gateway*, em <http://sosig.esrc.bris.ac.uk/desire/g1scop.html> [27/01/2000], o editado pela OMNI, em <http://omni.ac.uk/agec/evalguid.html> [27/01/2000], o apresentado por SMITH em <http://info.lib.uh.edu/pr/v8/n3/smit8n3.html> [05/07/1999], o DESIRE *Development of a European Service for Information on Research and Education*, em <http://www.ukoln.ac.uk/metadata/desire/quality> [04/02/2000], e até mesmo o Internet Scout Project, <http://scout.cs.wisc.edu/>. Num futuro próximo, os utilizadores poderão contar com mais e melhores *gateways* à medida que os bibliotecários e profissionais da informação concedem os seus contributos.

Os portais, mais do que gigantescos índices de páginas *Web*, disponibilizam vários serviços suplementares, com o objectivo de cativar o maior número de público possível. Normalmente, estão associados a um poderoso grupo de media. Entre os muitos serviços que oferecem encontram-se *flashes* noticiosos, informação de carácter económica, financeira, meteorológica, horóscopos, subscrições de artigos de jornais, serviços de e-mail gratuitos, consulta de listas telefónicas, entre muitos outros.

Existem outras ferramentas de pesquisa específicas, como sejam aquelas que permitem procurar endereços, os engenhos *meta-search*, também conhecidos por *meta-crawlers* ou *multi-search*, que permitem aos utilizadores fazer a procura simultaneamente em diversas ferramentas de pesquisa ao invés de procurarem numa só base. Os resultados são depois apresentados conjuntamente, com a vantagem de poderem identificar ferramentas que o utilizador desconhecia. A sua limitação reside no facto de restringirem as opções de pesquisa e as funcionalidades particulares de cada uma delas, pelo que a sua utilização deve ser limitada a pesquisas pouco elaboradas.

Esquemáticamente, apresentamos um sumário das vantagens e desvantagens das diferentes ferramentas de pesquisa aqui enunciadas:

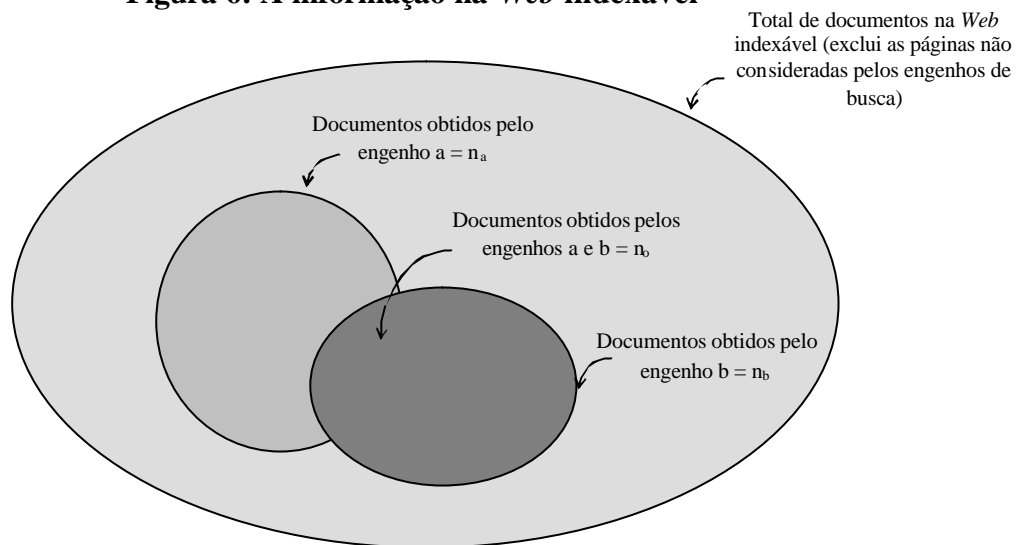
Figura 5: Relação entre as vantagens e desvantagens das várias ferramentas de pesquisa



Fonte: Adaptado de Cooke (1999)

Embora diferentes nos padrões de indexação utilizados, parece-nos que todos os engenhos assumem o seu grau de importância e utilidade, desde que se elejam os mais adequados para o tipo de pesquisa que se pretende efectuar. No entanto, se comparados a uma lista telefónica que é actualizada irregularmente, facilmente nos apercebemos que os dados que apresentam podem, igualmente, perder o seu sentido de oportunidade. Para além desta constatação, verifica-se que só uma parte dos documentos existentes na rede é que são indexados por esses engenhos. Os custos associados à divulgação de informação pelas diversas ferramentas tendem a subir à medida que a informação apresenta um maior valor.

A propósito, o *NEC Research Institute* (Lawrence & Giles, 1998) conduziu um estudo para analisar as respostas dadas por vários engenhos, que reclamam conseguir abranger quase a totalidade da *Web*. Utilizaram *queries* (perguntas) não muito populares, seleccionadas por cientistas, e por isso muito mais difíceis de encontrar. Deste modo, consideraram que os valores obtidos estariam muito mais próximos da realidade do que se tivessem escolhido outras mais populares. Os dados recolhidos apresentaram resultados muito interessantes, traduzindo uma realidade até há pouco tempo desconhecida, como se pode observar na figura seguinte:

Figura 6: A informação na Web indexável

Fonte: Lawrence & Giles, 1998

Isto é, verifica-se que existem muitos recursos que nunca chegam a ser indexados pelos vários engenhos. Combinar o resultado de vários engenhos pode aumentar o número de respostas, o que pode ser obtido através dos *metacrawler* (<http://www.metacrawler.com>), entre outras estratégias disponíveis.

4.4.1. A Deep Web

Na Web existem milhões de *sites*, com bilhões de páginas de informação, que a maior parte das vezes não são identificados pelos engenhos, ficando muitos recursos por reconhecer quando se procura alguma informação neste vasto reservatório, muitas vezes comparado a um vasto oceano. Actualmente, são vários os autores que estudam a problemática desta realidade, pois os pesquisadores sentem-se frustrados nas suas buscas por palavra-chave. Assim surge a divisão da Web em duas zonas: a *Surface Web* e a *Deep Web*, também conhecida por *Hidden Web* ou *Web Invisível*. Se a primeira é composta por *sites* estáticos e ligados a outras páginas, sendo facilmente reconhecidos pelos engenhos tradicionais, a segunda é composta por toda a informação gerada dinamicamente, cujo conteúdo se encontra armazenado em bases de dados, dificilmente recenseadas pelos motores (Bergman, 2000). Durante muito tempo, essa área escondida da rede ficou conhecida com a Web Invisível, tendo o termo gerado alguma reflexão, uma vez que o

problema está nas tecnologias utilizadas pelos engenheiros, que não conseguem tornar visíveis todo o tipo de recursos disponíveis, e não no facto de estes estarem encobertos ou escondidos. Para a maior parte desses engenheiros, e apesar do notável refinamento tecnológico dos *crawlers*, elas são quase invisíveis.

As páginas *Web* ligadas a bases de dados são muito mais eficientes no manuseamento de grandes quantidades de informação, sendo consideradas fontes de informação com maior qualidade. Aliás, grande parte da *Deep Web* está localizada em servidores gigantes de instituições governamentais e de grandes empresas (Bergman, 2000). Actualmente, é a categoria que regista o maior crescimento de informação nova na Internet (Hotchkiss, 2001), pois os programadores utilizam cada vez mais as bases de dados para criar *sites* (Clegg, 2001). Estima-se que a *Deep Web* é 400 a 550 vezes maior que a *Surface Web*. A primeira contém cerca de 550 biliões de documentos individuais comparados com o 1 bilião da segunda.

O problema dos engenheiros prende-se com a forma de obtenção de informação da base de dados. Os *sites* antigos e estáticos têm um único URL ou endereço para cada página no próprio *site*. Estas páginas são estáticas, o que quer dizer que o endereço nunca muda e, assim, são uma referência consistente para o motor de pesquisa, que segue o *link* para a página, *spider it*, faz a interpretação do seu conteúdo, indexa a página e o seu URL para futuras buscas.

Com as páginas dinâmicas, não existe um URL fixo. O pedido é feito à base de dados na forma *query*, que procura os registos de acordo com os parâmetros introduzidos pelo utilizador. A informação que é retribuída da base de dados utiliza um *template* e mostra-a ao utilizador. Não existe um endereço fixo para estas páginas e o conteúdo não é estático. Além disso, muitos engenheiros não são capazes de detectar a URL neste formato, pois não está escrito numa linguagem que consigam entender. Apesar disto, já se apresentam algumas soluções para contrariar esta situação

Prevê-se que o futuro da indexação na *Web* passe por oferecer um serviço pago, como já o fazem, entre outras, as pioneiras Intelliseek (<http://www.intelliseek.com>), BrightPlanet (<http://www.brightplanet.com>) e Moreover (<http://www.moreover.com>). Estas funcionam com acordos a montante com os produtores de conteúdos no sentido de terem acesso às suas bases de dados, para depois revenderem a jusante a capacidade de pesquisar esses *sites* que, à partida, não aparecem nos motores de pesquisa tradicionais (Querido, 2001).

4.4.2. A avaliação da informação

Debruçamo-nos, neste momento, sobre os factores e características que afectam a qualidade, o valor e a utilidade de qualquer recurso informativo disponibilizado pela Internet. O resultado da sua avaliação permite saber se devem ou não ser referenciados como úteis num dado contexto (Smith, 1997). No entanto, não esqueçamos que a aferição da sua qualidade está directamente relacionada com as necessidades de cada utilizador e com a natureza do próprio recurso em avaliação.

De entre as várias consultas que fizemos quanto a listas de critérios utilizados para avaliar um recurso, destacamos uma das que nos pareceu mais completa.

Assim, passamos a enunciar brevemente Cooke (1999), que apresenta dez itens de avaliação:

- **Identificação do propósito do recurso:** refere-se à apresentação clara das metas e dos objectivos do recurso, considerando os limites da sua abrangência e o público-alvo a que se destina.
- **Avaliação da sua abrangência:** determina a utilidade da informação para o público-alvo definido. Isso depende das áreas identificadas, do tipo de materiais considerados, da percepção/compreensão da abrangência de cada área, da amplitude dos assuntos tratados, do nível de detalhe de cada assunto, assim como das inerentes limitações quanto à sua abrangência. De considerar, também, que a abrangência retrospectiva do recurso ou serviço afecta a sua compreensão e, eventualmente, o seu valor e utilidade.
- **Avaliação da entidade e da sua reputação:** tem em conta o nível de conhecimentos e de especialização dos responsáveis pela sua produção, indivíduos ou organizações. São verificadas as credenciais do autor, o que passa por analisar o sucesso obtido com a produção de outros recursos ou por ser muito reconhecido pelos seus trabalhos e especialização na área. Eventualmente poderá apresentar-se uma breve nota curricular sobre o autor. Quando há falta de informação quanto a este atributo, deve observar-se com mais atenção o endereço que pode indicar a origem da fonte de informação. Deverão, pois, ser dados sinais claros sobre a credibilidade da fonte de informação.
- **Avaliação da precisão / fidelidade:** normalmente refere-se à correcção, clareza e precisão dos dados. Contudo, a facilidade de acesso a informação precisa é influenciada pela própria natureza da informação e pelo conhecimento do utilizador que a avalia. Existem inúmeros factores que afectam a precisão dos dados assim como

a percepção do utilizador: processo de edição; o facto de a informação ser fruto de pesquisa; influência dos *bias* introduzidos pelos autores (ex. emoções, convicções), editores e patrocinadores (ex. manipulação); disponibilidade de referências adequadas sobre a informação editada; a qualidade global do recurso, em termos ortográficos, gramaticais ou de impressão. Alguns recursos consideram a recolha de sugestões junto do utilizador para corrigir uma eventual informação imprecisa disponibilizada.

- **Avaliação da actualidade e da manutenção do recurso:** a actualidade refere-se à periodicidade com que o recurso é actualizado, enquanto que a manutenção refere-se ao facto de a informação ser actualizada. Existe a percepção de que a Internet disponibiliza acesso aos recursos mais recentes, o que nem sempre se verifica. No entanto, para alguns recursos e áreas de informação estes parâmetros tornam-se mais críticos. Deve disponibilizar-se informação quanto à última data de actualização e quanto à própria frequência de actualização.
- **Acessibilidade do recurso:** pode condicionar o número de vezes que se acede ao recurso. A Internet é escolhida como fonte devido às conveniências que apresenta aos seus utilizadores, que procuram aceder de forma rápida à informação, com menos custo e de fácil utilização. A rapidez de acesso inclui factores como localização das fontes, número e tamanho das páginas e soluções de formato adoptadas na edição de imagens. O facto de haver *sites* espelho também diminui o tempo de acesso. O modo de acesso disponível também condiciona, se através de *browsers* multimédia (ex. *Internet Explorer*), se utilizando *browsers* de texto ou via FTP ou Telnet. Com os primeiros, o acesso tende a ser mais lento e por vezes requer mais acessórios para além dos considerados básicos. Além disso, por vezes é necessário dispor de *software* específico (ex. *PDF Portable Document Format*). A língua utilizada, a necessidade de fazer um registo, de dispor de uma *password* ou de pertencer a uma organização, também podem ser factores que restringem o acesso. O custo também é tido em conta, pelo que é necessário definir se o acesso é em parte gratuito e qual será o valor justo a pagar pela informação cedida. Dispor de informação sobre o *copyright*, pois os utilizadores podem querer fazer referência às fontes encontradas. Sempre que os *sites* fiquem inacessíveis durante algum período, por motivos de actualização, manutenção ou outros, essa informação deve ser dada aos utilizadores. Outro facto prende-se com as alterações de endereço, que muitas vezes falham na indicação de um novo endereço.

O uso da *metadata* pode facilitar a localização de recursos, disponibilizando uma descrição e páginas indexadas, e assim assegurar maior eficácia na procura e descrição.

- **Avaliar a apresentação e a organização da informação:** geralmente, estes são aspectos secundários relativamente ao conteúdo. A maior parte dos utilizadores preocupa-se, em primeiro lugar, com o conteúdo do recurso, e usam-no de acordo com a forma da sua apresentação. Contudo, são aspectos de avaliação pessoais, que variam de utilizador para utilizador. A avaliação recai também sobre as impressões gerais que o indivíduo faz do *design* e que influenciam a sua percepção quanto à clareza, consistência, arranjo e apresentação lógica. A apresentação também influencia a facilidade de encontrar e usar a informação. A disponibilização de facilidades como o mapa do *site*, lista de conteúdos, índice, menu ou possibilidades de pesquisa, serão benéficas para o utilizador encontrar a informação que pretende e familiarizar-se com os materiais que estão disponíveis num dado recurso. Outras considerações incluem o número de *clicks* necessários para encontrar informação relevante, a repetição ou redundância dos passos ou, ainda, a existência de atalhos para voltar à página de entrada no recurso. O facto de utilizarem texto, gráficos, tabelas, imagem, som, etc., também pode condicionar a apresentação e organização, mas é necessário ter em conta o respectivo tempo de acesso.
- **Facilidade de uso do recurso:** depende da acessibilidade, assim como da apresentação e organização da informação no recurso. As fontes devem ser fáceis de aceder, de utilizar e de localizar informação, pelo que é preciso verificar se os *sites* se apresentam intuitivos e *user-friendly*. Eventualmente, pode ser necessário fazer um treino antes da sua utilização. Há opções que facilitam o uso dos materiais, como por exemplo, disponibilizar informação de ajuda sobre o sistema, disponibilizar contacto via *e-mail*, endereço ou telefónico, sobre eventuais cursos de formação. Deve controlar-se o tempo de resposta obtido por qualquer uma das vias utilizadas. Os avaliadores devem calcular o valor e utilidade de qualquer suporte, incluindo o nível de detalhe da informação de ajuda, se está suficientemente clara ou não.
- **Fazer uma comparação com outros recursos:** é essencial determinar o valor de um recurso em relação a outros que estão disponíveis. O que acontece frequentemente é que todos os parâmetros já apresentados anteriormente são utilizados para comparação.

Não só para avaliar os materiais, mas também para comparar os resultados de pesquisa encontrados nos diferentes *sites* e serviços. Mas existem diferenças que os avaliadores devem considerar aquando do seu uso ou da sua recomendação, nunca esquecendo as necessidades do seu público-alvo. Avaliar os custos comparativos e o seu valor relativo pelo dinheiro. Verificar quais são as vantagens tidas com a utilização da Internet ao invés de outro recurso informativo. Os recursos que de alguma forma se apresentam singulares e com um interesse específico (ex. formato e condições de acesso únicas) tendem a ser utilizados independentemente dos seus outros atributos ou características.

- Avaliar a qualidade global do recurso: este último estágio na avaliação de um recurso permite voltar atrás e considerar as impressões gerais que se obteve do recurso. Normalmente é feita com base em percepções ou experiências quanto ao valor e utilidade do recurso, ou do conteúdo da informação, e tal é feito com base na familiaridade ou frequência de utilização. Os próprios avaliadores começam a formular uma opinião geral sobre cada um dos recursos a que acedem.

Os avaliadores envolvidos na selecção e avaliação raramente têm tempo ou recursos para utilizar um *site* de forma extensiva ou para considerar todos os parâmetros enunciados. Aconselha-se, por isso, a consulta de jornais e revistas sobre os *sites* da *Web* e outros materiais disponíveis na Internet, da qual se pode recolher orientações para melhor rentabilizar a consulta aos documentos existentes.

4.5. Conclusão

É cada vez mais complexa a tarefa de verificar a existência e a localização de recursos de informação no vasto repositório que é a Internet, por muitos considerado caótico e anárquico. Em evolução constante, torna-se imprescindível um olhar atento aos conteúdos que são analisados e recolhidos. A disponibilização de informação de qualidade na Internet sobre o mercado turístico assume uma importância cada vez maior (Costa, Rita & Águas, 2001). Por isso, é necessário que o utilizador compreenda as diversas facilidades que lhe são oferecidas para mais facilmente encontrar o que necessita, ao mesmo tempo em que é capaz de reconhecer nos recursos utilizados as características de qualidade que se lhes exige. O docente é um dos grupos de utilizadores da Internet que mais se deve preocupar

com essas exigências quando está a procurar informação para o seu trabalho, uma vez que uma das suas tarefas é transmitir informação e conhecimento junto de outros. O poder de atracção que a Internet está a exercer junto de docentes e de discentes nesta área do saber, levou-nos, pois, a desenvolver este estudo para verificar se os primeiros estão ou não satisfeitos com os conteúdos que vão procurando neste meio. Nos Capítulos 5 e 6 procuramos apresentar o contexto em que os docentes do ensino superior público dos cursos de turismo fazem uso deste meio de comunicação.

CAPÍTULO 5 – A UTILIZAÇÃO DA INTERNET NA ACTIVIDADE DOCENTE DO ENSINO SUPERIOR DE TURISMO EM PORTUGAL: METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO

5.1. Introdução

À semelhança de qualquer outro trabalho de investigação, começámos a presente investigação por fazer a revisão bibliográfica das várias fontes de informação que poderiam fornecer dados susceptíveis de serem utilizados para abordar o tema em estudo. Esta técnica visou identificar um enquadramento teórico que justificasse a importância da gestão da informação e que ditasse as linhas orientadoras que as organizações devem ter em conta face ao crescente ambiente de concorrência que se verifica entre elas. Além da pesquisa documental, também fizemos uma pesquisa de campo, através de um instrumento bastante conhecido: o questionário auto-administrado, que apresentamos neste capítulo, enunciando os objectivos da sua aplicação, as características da população e do instrumento, assim como os procedimentos realizados para garantir a sua aplicação. As principais referências bibliográficas utilizadas na preparação e desenvolvimento deste estudo foram Leandro & Freire (2000), Pestana & Gageiro (2000) e Hill (2000).

5.2. Objectivos da investigação

Sendo a informação um dos principais suportes de trabalho pedagógico e científico dos docentes, pretendemos, neste momento, investigar a influência que a Internet tem enquanto recurso informativo de apoio à actividade docente no ensino superior do turismo em Portugal.

Do ponto de vista conceptual e metodológico este trabalho pode ser caracterizado como de tipo descritivo e exploratório (Clark et al., 1998). Esta última característica, que deve ser considerada como um limite na interpretação dos resultados, prende-se, essencialmente, com as seguintes razões: inexistência de estudos sobre esta temática em Portugal; escassez de estudos na área específica coberta pelo tema de trabalho, em termos internacionais; dimensão reduzida da amostra, embora ela corresponda à maioria dos docentes em exercício na área específica do ensino superior público do turismo em Portugal; o facto de

ser um estudo que pretende apenas descrever fenómenos ligados à utilização da informação no contexto específico dos cursos referidos e não aplicá-los através da relação causal ou multi-causal entre variáveis dependentes e independentes.

Inicialmente a nossa expectativa não era muito clara, mas o que se espera de um estudo exploratório é precisamente que as suas conclusões resultem em pistas que, por sua vez, possam ser traduzíveis em hipóteses de trabalhos futuros.

Os dados por nós recolhidos têm por base a aplicação de um questionário e visam satisfazer um conjunto de questões que se prendem com os objectivos que seguidamente passamos a enunciar:

- Traçar o perfil dos docentes utilizadores e não utilizadores da Internet;
- Identificar quais as fontes de informação mais utilizadas pelos docentes na sua actividade profissional nos cursos de turismo, tendo em conta as diferentes tarefas que assumem nesse contexto;
- Identificar os motivos que levam os docentes a utilizar a Internet enquanto fonte de informação no âmbito da sua actividade profissional;
- Enunciar as razões pelas quais alguns docentes ainda não utilizam a Internet enquanto fonte de informação;
- Determinar as condições de acessibilidade do docente à Internet;
- Identificar a forma de acesso aos *sites* da Internet;
- Quantificar o tempo gasto pelo docente na Internet, em geral e por tarefas;
- Identificar os *sites* mais utilizados e o nível de avaliação que os utilizadores fazem deles quanto a determinados parâmetros de qualidade da informação;
- Identificar as áreas de informação já disponíveis na Internet que são mais procuradas pelos docentes e qual o seu nível de satisfação perante os resultados obtidos;
- Verificar se os docentes não utilizadores da Internet utilizam o computador.

Assim, passamos a especificar o enquadramento definido no sentido de alcançar respostas para os objectivos enumerados.

5.3. Características da população

A população em estudo é constituída pelos indivíduos dos estabelecimentos de ensino superior público em Portugal que, no Ano Lectivo de 1999/2000, reúnem as seguintes condições: desenvolvem a sua actividade profissional ligada a um ou mais cursos de turismo em funcionamento² e têm a responsabilidade de leccionar uma ou mais disciplinas que compõem o campo de estudo do turismo e que com ele se relacionam directamente³. Nesta situação, a intenção era que a amostra coincidissem com a população, uma vez que o número total de indivíduos não se previa muito grande, levando-nos a crer que seria possível chegar com relativa facilidade a cada um deles.

Com base no modelo de aproximação interdisciplinar que caracteriza os estudos do turismo, apresentado por Jafar Jafari, citado em Inskeep (1991, p. 19), foram seleccionadas as disciplinas de cada um dos cursos cujos docentes ficariam abrangidos pelo estudo, sendo que cada docente apenas responde a um questionário, independentemente do número de disciplinas que lecciona em cada estabelecimento. De referir que a selecção das disciplinas foi feita com base na análise dos conteúdos programáticos que foram obtidos junto de cada uma das instituições, salvo nos casos devidamente referidos em nota no Apêndice 2.

Limite da população

Quando inicialmente foi pensado este estudo sobre o impacto da Internet na actividade docente, estavam considerados todos os docentes dos cursos de turismo existentes em estabelecimentos de ensino superior público e privado. Acontece que, dos contactos feitos inicialmente para obter dados sobre as estruturas curriculares e conteúdos programáticos, não houve por parte dos estabelecimentos privados qualquer apoio na cedência dos dados pedidos. A maior parte não respondeu ao solicitado. Os que o fizeram disseram não ser possível facultar a informação por motivos de essa ser de carácter privado e por motivos de concorrência ou reestruturação curricular, limitando-se a enviar uma brochura do curso com uma nota de referência ao respectivo *site* da Internet. Perante este cenário, optou-se por excluir os cursos privados, reportando o estudo apenas para os estabelecimentos públicos

² V. Apêndice 1, onde se encontra a lista com indicação de todos os estabelecimentos identificados e os respectivos cursos abrangidos pelo presente estudo.

³ V. Apêndice 2, onde apresentamos a relação das disciplinas, por estabelecimento e curso, cujos docentes foram contactados.

que acumulam as condições apresentadas anteriormente, sabendo nós que iríamos correr o risco de diminuir significativamente o número dos inquiridos.

5.3.1. Sujeitos da população

Na investigação participaram 60 sujeitos, que se subdividiram em dois grupos:

Grupo 1: constituído por indivíduos utilizadores da Internet enquanto fonte de informação para apoiar a sua actividade profissional no curso de turismo (43 sujeitos);

Grupo 2: constituído por indivíduos que não utilizam a Internet enquanto fonte de informação para apoiar a sua actividade profissional no curso de turismo (17 sujeitos).

A caracterização dos sujeitos destes grupos fez-se segundo quatro variáveis: idade, sexo, anos de actividade profissional e situação académica actual.

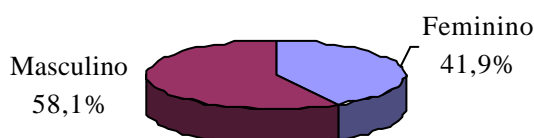
As médias de idades dos sujeitos, tal como pode ser observado no quadro seguinte, ficam situadas entre 26 e 54 anos no Grupo 1 e entre os 27 e os 66 anos, no Grupo 2. A média de idades do Grupo 1 foi de 34,6 anos, com um desvio padrão de 7,5, enquanto que no Grupo 2 foi de 43,2, com um desvio padrão de 10,5.

Quadro 4: Médias e desvios padrão das idades nos grupos 1 e 2

	Mínima	Máxima	Média	Desvio Padrão
GRUPO 1	26	54	34,63	7,48
GRUPO 2	27	66	43,18	10,54

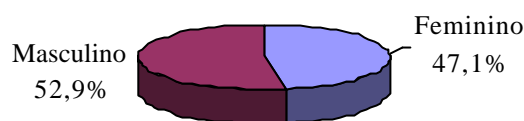
No que diz respeito à distribuição dos sujeitos por sexo observamos que, dos 43 docentes em estudo no Grupo 1, 25 pertencem ao sexo masculino e 18 ao sexo feminino, ou seja, 58,1% e 41,9%, respectivamente.

Figura 7: Distribuição das respostas dos sujeitos que constituem o Grupo 1 por sexo



Quanto à distribuição no Grupo 2 verificamos que, dos 17 sujeitos em estudo, 9 são do sexo masculino e 8 do sexo feminino, o que corresponde a 52,9% e 47,1%, respectivamente, como se pode observar no gráfico seguinte:

Figura 8: Distribuição das respostas dos sujeitos que constituem o Grupo 2 por sexo



A média dos anos de serviço dos docentes que exercem a sua actividade profissional ligada ao ensino superior do turismo fica situada entre os 6 meses e os 12 anos, no Grupo 1, e os 1 e os 11 anos, no Grupo 2. A média no primeiro grupo é de 3,8 anos, com um desvio padrão de 3,0, e no segundo grupo a média é de 4,4, com um desvio padrão de 3,1.

Quadro 5: Médias e desvios padrão dos anos de serviço nos grupos 1 e 2

	Mínima	Máxima	Média	Desvio Padrão
GRUPO 1	0,5	12	3,80	2,97
GRUPO 2	1	11	4,41	3,06

Observando o quadro seguinte, quanto à distribuição dos sujeitos do Grupo 1 por situação académica actual, verificamos que a categoria Assistente 1º Triénio é a mais frequente com 18 docentes, representando 41,9%. É seguida pela de Professor Adjunto, com 10 elementos, pela de Assistente do 2º Triénio, com 7, e pela de Assistente (U)⁴, com 4, representando, respectivamente, 23,3%, 16,3% e 9,3% do total. As restantes três categorias, Professor Coordenador, Assistente Convidado (U) e Professor Auxiliar (U), com um total de 4 sujeitos, representam 9,3%.

⁴ Onde se lê (U) diz respeito às categorias de carreira de professor universitário.

Quadro 6: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 por situação académica actual

	Frequências	Percentagens (%)
Professor Auxiliar (U)	2	4,7
Assistente (U)	4	9,3
Assistente Convidado (U)	1	2,3
Professor Coordenador	1	2,3
Professor Adjunto	10	23,3
Assistente 2º Triénio	7	16,3
Assistente 1º Triénio	18	41,9
TOTAL	43	100,0

Quanto à situação académica actual dos sujeitos do Grupo 2 verificamos, através do Quadro 7, que a categoria profissional que predomina é a de Professor Adjunto com 8 sujeitos, que representam cerca de 47% do total. De seguida, temos as categorias de Assistente Convidado (U) e a de Assistente 1º Triénio, ambas com 3 sujeitos e representando cada uma 17,6% dos sujeitos. As restantes, Assistente 2º Triénio e Outra Categoria, com um total de 3 sujeitos, representam 17,7%.

Quadro 7: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 por situação académica actual

	Frequências	Percentagens (%)
Assistente Convidado (U)	3	17,6
Professor Adjunto	8	47,1
Assistente 2º Triénio	2	11,8
Assistente 1º Triénio	3	17,6
Outra Categoria	1	5,9
TOTAL	17	100,0

Questionaram-se, ainda, os sujeitos quanto ao grau de formação académica obtido ou em vias de obter, assim como o âmbito/tema das respectivas teses. No entanto, as respostas apresentaram dados com níveis de precisão muito díspares, não tendo sido possível tirar conclusões a partir destes.

5.4. Instrumentos

Para inquirir os sujeitos da população identificada para este estudo, aplicámos dois questionários, de acordo com as situações que passamos a descrever:

Questionário I Destina-se a professores que utilizam a Internet enquanto fonte de informação para apoiar a sua actividade profissional no curso de turismo;

Questionário II: Destina-se a professores que não utilizam a Internet enquanto fonte de informação para apoiar a sua actividade profissional no curso de turismo.

Num primeiro procurámos listar um conjunto de questões relacionadas com os objectivos do estudo e que se caracterizou por uma consulta a especialistas na área do tema em análise. Esta abordagem foi feita para identificarmos os aspectos mais importantes a abordar no nosso estudo e para clarificar a utilização de alguns termos que pretendíamos utilizar. Uma vez agrupadas e ordenadas as questões consoante a sua especificidade, passámos então à redacção da primeira versão do questionário, o que nos levou algum tempo até chegarmos a um *layout* satisfatório. Procurámos utilizar uma linguagem acessível às unidades da população. A forma e a ordem das perguntas pretendem transmitir uma lógica de recolha de informação que nos ajudasse a compreender o contexto de utilização da Internet. Perante a quantidade de perguntas identificadas para o Questionário I, escolheu-se o formato de papel A₃ para não dispersar a atenção dos questionados com folhas soltas.

No início de Janeiro de 2000 identificámos oito indivíduos para fazer o pré-teste com o objectivo de verificar se haveria dificuldades na interpretação das perguntas ou se surgiam comentários que pudessem valorizar as nossas questões. Uma vez recolhidos os dados, os resultados obtidos indicaram-nos que seria oportuno introduzir algumas emendas, nomeadamente as seguintes:

- Mencionar em todas as questões que as respostas apenas deveriam considerar a actividade profissional no curso de turismo;
- Passar algumas questões de perguntas abertas a fechadas;
- Reordenar as perguntas e introduzir uma nova numeração;
- Clarificar procedimentos de resposta, de forma a tornar o instrumento mais acessível;
- Colocar novas questões no sentido de melhor especificar as variáveis a estudar;
- Prolongar o questionário para os docentes que não utilizam a Internet enquanto ferramenta de apoio à sua actividade profissional.

Uma vez introduzidas as alterações previstas para o questionário, ficámos com dois instrumentos que apelidámos de Questionário I (Apêndice 3) e Questionário II (Apêndice 4). No entanto, este último não é mais do que o prolongamento do Questionário I, que só diz respeito aos docentes que não utilizam a Internet. Optámos por esta subdivisão para não sobrecarregar os inquiridos com muitas folhas, sob pena de obtermos um número de respostas menor. Seguidamente passamos a apresentar os instrumentos de recolha de dados quanto à sua estrutura.

Questionário I

O questionário I é constituído por 95 itens, sendo que dois são de resposta aberta e os restantes de resposta fechada. Este instrumento apresenta-se dividido em dois grupos de questões, perfazendo um total de 24 perguntas. O primeiro diz respeito à recolha de informação relativa à utilização da Internet no âmbito das actividades desempenhadas pelos sujeitos nos cursos superiores de turismo. O segundo grupo tem como objectivo a recolha de dados demográficos e outros relacionados com a sua actividade profissional.

Na primeira parte, o questionário é composto por 85 itens, sendo o primeiro destes itens comum ao Questionário II e onde se questiona os sujeitos sobre o facto de utilizarem ou não a Internet no âmbito da sua actividade profissional no curso de turismo. No caso dos indivíduos que escolhem a resposta “Não” devem continuar a responder no Questionário II. Os restantes continuam a responder a este instrumento e todas as questões colocadas reportam-se às situações ocorridas no âmbito específico da actividade profissional dos docentes nos cursos de turismo, tendo em conta as suas tarefas de ensino, investigação e outras actividades.

Na questão número dois questiona-se os docentes relativamente ao tempo despendido, em termos percentuais, nas tarefas de ensino, investigação e outras actividades. A especificação destas foi feita com base na revisão bibliográfica efectuada e vai de encontro às funções que o docente tem a seu cargo e que podem assumir um peso diferente consoante a sua situação profissional no momento.

A questão número 3, que corresponde ao item 5, possui uma grelha de resposta alternativa, para averiguar em que ano estes indivíduos iniciaram a utilização da Internet.

Quanto à questão 4, pretendemos que os docentes enumerem, por ordem decrescente de interesse, os motivos que os levam a recorrer à Internet para obter informações de apoio à realização das suas tarefas. É composta por um item com quatro respostas alternativas:

actualizar informação, confirmar informação, recolher informação e trocar correspondência.

Com a questão 5 procuramos saber em que local é que os indivíduos acedem com mais frequência à Internet, considerando seis possibilidades de resposta: associação local, casa, biblioteca municipal, cibercafé/quiosque, estabelecimento de ensino onde trabalha ou outro. No mesmo sentido, na pergunta 6 questionamos, quanto ao estabelecimento de ensino, em que local é que o docente acede com mais frequência à Internet: biblioteca, centro/núcleo de informática; gabinete de trabalho; outro: para o efeito não acedo à Internet no local referido. Na pergunta seguinte pretendemos averiguar se ele considera que dispõe de boas condições de acesso à Internet. Estas três questões pretendem averiguar o contexto de acesso do inquirido a esta ferramenta de trabalho, para tentar verificar até que ponto é que pode condicionar o seu nível de utilização.

Na pergunta 8 pedimos aos indivíduos que indiquem, por ordem decrescente, os dois motores de busca que utilizam com mais frequência. Na pergunta 9 pedimos que assinalem, da mesma forma que a anterior, as duas principais fontes de informação que utilizam para obterem a direcção de um *site* na Internet. Estas perguntas correspondem, respectivamente, ao item 10 e 11 do questionário.

Na pergunta 10, que corresponde a 3 itens, pedimos aos sujeitos que refiram, em termos percentuais, como repartem o seu tempo a utilizar a Internet nas tarefas de ensino, investigação e outras actividades. Como esta pergunta não é suficiente para quantificar o tempo realmente despendido na Internet, efectuamos a pergunta 11. Utilizando uma escala de rácio, os sujeitos são questionados quanto ao tempo médio semanal que dispõem com a utilização da Internet no âmbito da sua actividade profissional e noutros âmbitos.

A pergunta 12 é colocada para saber se em contexto curricular os sujeitos costumam incentivar ou não os seus alunos a procurarem informação na Internet, para verificar a importância que atribuem a este meio de comunicação.

Na pergunta 13, é pedido aos indivíduos que indiquem os quatro *sites* da Internet que consultam com mais frequência, sendo que na pergunta seguinte (constituída por 25 itens) pedimos que assinalem o seu grau de satisfação quanto a cada um desses quatro *sites*, considerando alguns dos parâmetros de avaliação mais relevantes que identificámos na consulta bibliográfica efectuada: *design*, facilidade de navegação, pertinência da informação e periodicidade de actualização. Assim, com estas duas perguntas pretendemos

verificar se o utilizador tende a consultar mais *sites* nacionais ou estrangeiros e se percebe alguns dos aspectos relacionadas com a sua qualidade.

Na pergunta 15, enumeramos um conjunto de áreas de informação, no domínio de estudo do turismo, para que os indivíduos refiram se as já procuraram ou não na Internet. Em caso afirmativo, pedimos que indiquem o seu grau de satisfação, através de uma escala de 5 pontos do tipo Likert, tendo em conta o rácio quantidade / qualidade de informação obtida. Em cada área de informação considerada temos 2 itens (procuram ou não a informação e o grau de satisfação). As áreas de informação enumeradas são: actividades de animação; agências de viagens; aplicações informáticas; empresas / associações do sector; circuitos e rotas; dados estatísticos; empreendimentos turísticos; economia do turismo; estudos de mercado; gastronomia e vinhos; impactos do turismo; incentivos financeiros para o turismo; instituições de ensino na área do turismo; legislação do sector; marketing turístico; ordenamento turístico; organismos centrais do turismo; organismos locais do turismo; planeamento turístico; produtos turísticos; recursos turísticos; referências bibliográficas; sistemas de informação; turismo no espaço rural; turismo de natureza. Estas áreas foram definidas com base no modelo de aproximação interdisciplinar apresentado por Jafar Jafari, já citado anteriormente, e com base no elenco de todas as disciplinas específicas de turismo que se leccionam nos estabelecimentos superiores públicos de turismo existentes em Portugal. Esta questão é muito importante para o sistema de informação que nos propusemos conceber, já que nos dá indicações pertinentes quanto às diferentes áreas de informação que os docentes procuram no âmbito da sua actividade, assim como o seu nível de satisfação, dando, deste modo, indicações quanto ao sentido do tratamento futuro da informação.

A pergunta 16 questiona os indivíduos se costumam confirmar ou não os dados recolhidos da Internet com outras fontes de informação.

Na segunda parte, o questionário I é composto por 10 itens. Com a primeira questão pretendemos obter informações quanto às duas principais fontes de informação que os docentes utilizam para obter dados de apoio à realização das suas tarefas. Pedimos, então, aos sujeitos para numerarem, por ordem decrescente, a primeira e a segunda fonte mais utilizada entre as seguintes possibilidades de escolha: audiovisuais; material livro; formato electrónico (CD Rom's, bases de dados em linha; seriados (ou publicações); teses e dissertações). Esta classificação foi feita com base na revisão bibliográfica efectuada.

A pergunta 18, quanto às disciplinas que os sujeitos têm a seu cargo no Ano Lectivo 1999/2000, fizemos apenas para controlar as respostas obtidas em cada um dos estabelecimentos de ensino seleccionados para o presente estudo.

As perguntas seguintes, 19, 20, 21, 22 e 23, foram feitas para caracterizar os sujeitos.

Na pergunta 19 questionamos os indivíduos quanto ao número de anos que exerce a sua actividade profissional ligada ao ensino do turismo, seguida da questão sobre o sexo e o ano de nascimento.

Na pergunta 22 inquirimos os docentes quanto à sua situação académica actual, utilizando uma escala nominal, na qual têm de indicar uma das alternativas enumeradas. Para os sujeitos da carreira do Politécnico enumeramos as seguintes alternativas: Professor Coordenador; Professor Adjunto; Assistente 2º Triénio; Assistente 1º Triénio; outra. Para a carreira de professor universitário enumeramos: Professor Catedrático; Professor Associado; Professor Associado Convidado; Professor Auxiliar; Professor Auxiliar Convidado; Professor Adjunto; Assistente; Assistente Convidado; Monitor; Outra.

Na pergunta 22 questionamos os indivíduos quanto aos graus de formação académica obtidos ou em vias de obter. Utilizando uma grelha pedimos que, para cada um dos 3 graus académicos (licenciatura, mestrado e doutoramento), refiram a designação, a instituição e o âmbito/tema da tese. Esta pergunta também nos serve para indicar pistas quanto a outras possíveis áreas de informação que não são habitualmente apontadas, mas que podem ter o seu interesse na estrutura dos sistemas de informação a conceber.

Por último, procuramos saber se, para além das funções de docente, os sujeitos desenvolvem ou não outras actividades no âmbito do sector turístico. No caso de resposta afirmativa, pedimos que indiquem os domínios.

Questionário II

O Questionário II é constituído por 19 itens, sendo que dois são de resposta aberta e os restantes de resposta fechada. À semelhança do Questionário I, este também se apresenta dividido em dois grupos de questões. O primeiro diz respeito à actividade profissional desempenhada pelos sujeitos no âmbito dos cursos de turismo e o segundo diz respeito aos seus dados demográficos.

Todas as quinze questões enunciadas reportam-se às situações ocorridas no âmbito específico da actividade profissional do docente nos cursos de turismo. As perguntas 1, 2, 3, 8, 10, 11, 12, 13, 14 e 15, que correspondem a 14 itens, são comuns ao Questionário I,

embora com uma numeração diferente. Neste têm, respectivamente, a seguinte numeração: 2, 18, 19, 17, 12, 20, 21, 22, 23, 24.

Na pergunta 4 pretendemos averiguar se o docente utiliza ou não o computador como ferramenta de trabalho.

Na pergunta 5 questionamos os indivíduos quanto à utilidade principal que dão ao computador, apresentado seis alternativas de resposta: acesso à Internet – utilização de correio; consulta CD Rom's; processamento de texto; tratamento gráfico de texto e imagens; utilização de folhas de cálculo; outra.

A pergunta 6 questiona os indivíduos quanto ao principal motivo pelo qual ainda não utilizam a Internet, considerando as oito seguintes alternativas: falta de tempo para aprender; falta de tempo para utilizar; más condições de acesso; não está motivado/a; não lhe reconhece utilidade; não lhe reconhece credibilidade; não tem acesso à Internet; outro motivo.

A pergunta 7 questiona os indivíduos quanto à forma de obtenção dos conhecimentos informáticos que possuem, considerando as seguintes alternativas: apoio/orientação de colegas; auto-aprendizagem; cursos de formação na área de informática; outras formas.

Por último, na questão 9 perguntamos a opinião dos docentes quanto ao facto de a Internet poder ou não ser uma fonte de informação útil na recolha e utilização de dados para apoiar a sua actividade profissional nos cursos de turismo.

5.5. Procedimentos

Procurámos uniformizar os procedimentos para todos os estabelecimentos seleccionados com o objectivo de otimizar os esforços e os recursos necessários para aplicar, recolher e tratar os dados. Em Abril de 2000 contactaram-se todos os coordenadores de curso, no sentido de pedir a sua colaboração na distribuição e recolha dos questionários, assim como para esclarecê-los sobre os procedimentos a ter em conta.

A aplicação do questionário foi feita nos meses de Maio e Junho de 2000. Na maior parte das instituições, os questionários foram enviados por correio aos coordenadores de curso, que os fizeram chegar aos docentes das disciplinas seleccionadas na sua instituição. Nas restantes, foram entregues pessoalmente ao coordenador. Dado um prazo de duas semanas, os questionários foram recolhidos pelos coordenadores que os fizeram chegar até

nós. Em alguns casos foi necessário prolongar o período de aplicação do questionário, uma vez que a taxa de resposta naquele período ainda não era satisfatória.

Os dados recolhidos através do questionário foram alvo de um tratamento estatístico, tendo sido utilizado o SPSS - *Statistical Package for the Social Sciences*, versão 10.0.

5.6. Conclusão

A pesquisa de campo que nos propusemos a realizar apresentou alguns limites, nomeadamente no que diz respeito ao número de elementos questionados. O facto de o Ensino Superior em Portugal se encontrar numa fase de expansão, condiciona o número de docentes que desenvolvem a sua actividade profissional directamente relacionada com o ensino das matérias sobre o turismo. Claramente, e no que diz respeito à amostra inquirida, o número de docentes que utiliza a Internet é superior ao número de docentes que ainda não a utiliza para apoiar as suas actividades profissionais, sendo que estes últimos apresentam uma média de idades superior à do Grupo 1. No capítulo seguinte apresentaremos os dados e conclusões obtidos através da aplicação dos dois questionários apresentados.

CAPÍTULO 6 – A UTILIZAÇÃO DA INTERNET NA ACTIVIDADE DOCENTE DO ENSINO SUPERIOR DE TURISMO EM PORTUGAL: RESULTADOS DA INVESTIGAÇÃO

6.1. Introdução

Uma vez enunciada a metodologia seguida para recolher os dados sobre o contexto de utilização da Internet por parte dos docentes dos cursos superiores de turismo, apresentamos neste capítulo os resultados obtidos com a aplicação dos questionários em ambos os grupos definidos. Começaremos por apresentar os resultados obtidos junto do Grupo 1 – utilizadores da Internet nas suas actividades profissionais, seguida da apresentação dos resultados referentes ao Grupo 2 – não utilizadores da Internet. Optámos por introduzir tabelas e figuras para ajudar a fazer a leitura desses dados.

6.2. Resultados

Em primeiro lugar, procedemos ao cálculo das diferenças entre os dois grupos relativamente à média de idades, tendo-se encontrado com o teste de *t-Student* diferenças estatisticamente significativas [$t(58)=3,537$, $p=0,001$].

Seguidamente, verificámos se estas diferenças poderiam ser igualmente encontradas relativamente aos anos a que estes sujeitos exerciam a sua profissão nos cursos superiores de turismo. No entanto, tal não se verificou, muito embora os sujeitos do Grupo 2 possuam uma média de anos de serviço superior à do Grupo 1.

6.2.1. Resultados do Grupo 1 – Docentes utilizadores da Internet

No que diz respeito aos sujeitos do Grupo 1 - os que utilizam a Internet, começamos por averiguar como é que os docentes distribuem as suas funções no âmbito da actividade profissional exercida nos cursos de turismo. De forma maioritária, dedicam-se às tarefas de ensino. Deste modo, esta categoria obteve uma média de 65,1% (D.P = 19,8) do tempo disponibilizado na actividade profissional. Por outro lado, as tarefas de investigação obtiveram uma média de 23,9% (D.P = 16,4), sendo que todas as outras tarefas se

apresentam com uma média de 11,0% (D.P = 14,5). A recente criação dos vários cursos superiores de turismo em Portugal justifica, em parte, os resultados obtidos.

Quadro 8: Distribuição, em percentagens, do tempo utilizado pelos sujeitos do Grupo 1 na sua actividade profissional nos cursos superiores de turismo por tarefas (n=39)

	Mínima (%)	Máxima (%)	Média	Desvio Padrão
Tarefa Ensino	30	100	65,13	19,78
Tarefa Investigação	0	60	23,85	16,40
Outras Tarefas	0	60	11,03	14,52

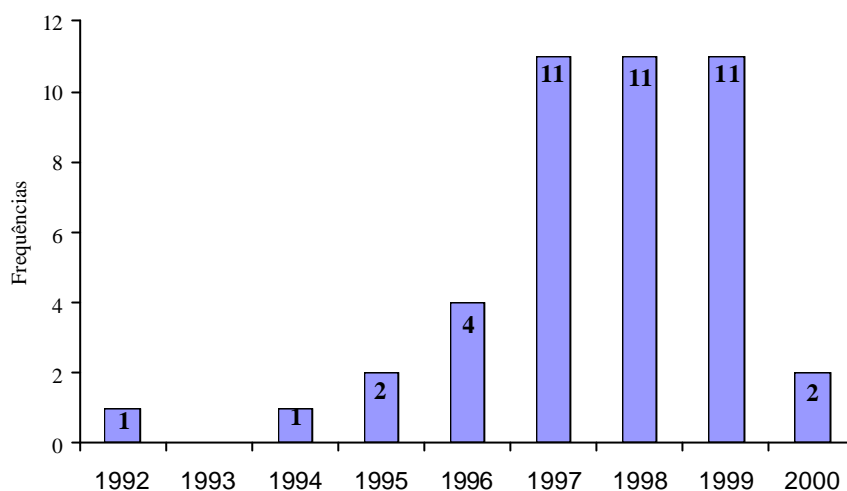
Para além das funções de docente, os sujeitos foram questionados se desenvolviam ou não outras actividades no âmbito do sector turístico. Do total de respostas, 9 sujeitos responderam afirmativamente (20,9%), enquanto 34 responderam que não (79,1%). As actividades referidas repartem-se pelos seguintes domínios: consultoria (referida por três docentes), investigação, administração autárquica, concepção de recursos pedagógicos, projectos desenvolvimento local, desenvolvimento de actividades desportivas e agência de viagens.

Quadro 9: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto ao desenvolvimento de outras actividades no âmbito do sector turístico (n=43)

	Frequências	Percentagem (%)
Sim	9	20,9
Não	34	79,1
TOTAL	43	100,0

O ano a partir do qual estes docentes dos cursos superiores de turismo começaram a utilizar a Internet encontra-se distribuído do seguinte modo: 1 sujeito inicia a utilização em 1992 (2,3%), 1 em 1994 (2,3%), 2 em 1995 (4,7%), 4 em 1996 (9,3%), 11 em 1997 (25,6%), 11 em 1998 (25,6%), 11 em 1999 (25,6%) e 2 em 2000 (4,7%). Relembrando o percurso de desenvolvimento da Internet, facilmente se pode compreender a distribuição das respostas que se apresenta na Figura 9.

Figura 9: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto ao ano em que iniciaram a utilização da Internet (n=43)



Os professores dos cursos superiores de turismo, ao enumerarem os motivos que os levam a utilizar a Internet como fonte de informação na sua actividade profissional, revelam que a recolha de informação é a principal razão para esta utilização. Ou seja, 25 sujeitos (62,5%) referiram-na em primeiro lugar. Dos restantes docentes, 10 (25,0%) consideraram como o seu principal motivo a actualização da informação e 5 (11,6%) a troca de correspondência. Nenhum sujeito referiu como principal motivo o facto de utilizar a Internet para Confirmar Informação. Esta distribuição de respostas pode ser observada no Quadro 10, que se encontra de seguida.

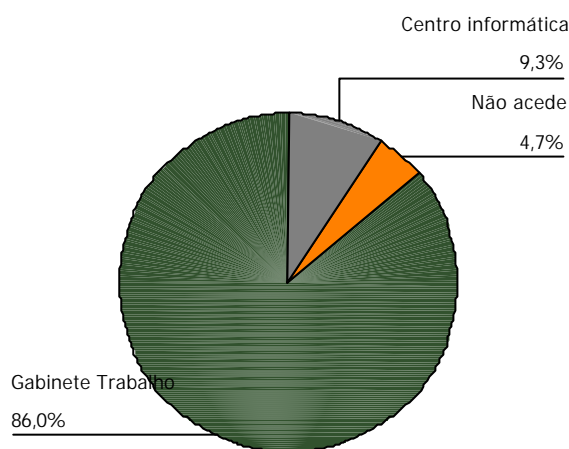
Quadro 10: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativamente ao principal motivo que os leva a utilizar a Internet enquanto fonte de informação no curso de Turismo (n=40)

Motivos	Frequência	Percentagem (%)
Actualizar informação	10	25,0
Recolher informação	25	62,5
Trocar correspondência	5	11,6
Total	40	100

Quanto ao local onde os inquiridos acedem com mais frequência à Internet para obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo, não foi possível analisar os dados, uma vez que o número de não resposta não o permitiu.

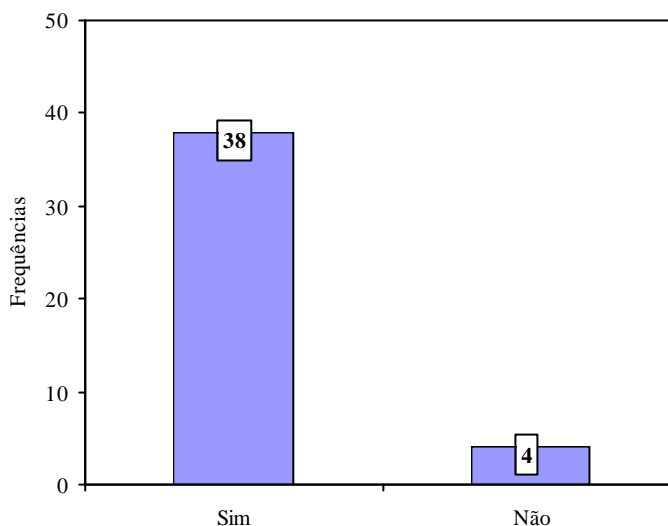
No estabelecimento de ensino onde trabalham, estes docentes dos cursos superiores de turismo acedem à Internet, de forma maioritária, através do seu gabinete de trabalho: 37 indivíduos (86,0%). No entanto, observámos que 2 (4,7%) não utilizam a Internet na instituição onde leccionam e 4 (9,3%) acedem-na através do núcleo ou centro de informática.

Figura 10: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativamente ao local, dentro do estabelecimento de ensino onde leccionam, onde realizam com mais frequência o acesso à Internet (n=43)



Quanto à avaliação que estes professores fazem das condições disponibilizadas pelo estabelecimento de ensino para o acesso à Internet, podemos observar na Figura 11, que 38 indivíduos responderam que possuíam boas condições e 4 responderam o contrário, o que corresponde respectivamente a 90,5% e a 9,5%. A maior parte dos sujeitos que utilizam a Internet, no seu estabelecimento de ensino (38%), está satisfeita com as condições de acesso à mesma. Pensamos que estes resultados reflectem, de alguma forma, o investimento que tem vindo a ser feito nos estabelecimentos de ensino ao abrigo do incremento das novas tecnologias ao serviço da educação.

Figura 11: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 à questão: considera que no seu estabelecimento de ensino dispõe de boas condições de acesso à Internet sempre que necessita de obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo? (n=42)



Os motores de pesquisa utilizados foram, igualmente, alvo de investigação por nossa parte o que nos levou a observar, através do quadro seguinte, que o primeiro motor referido como o mais utilizado foi o Sapo, 20 sujeitos (51,3%), seguindo-se o Yahoo, escolhido por 14 dos professores (35,9%).

Quadro 11: Motores de pesquisa referidos como os mais utilizados pelos sujeitos do Grupo 1 (n=39)

MOTORES PESQUISA ...	Frequências	Percentagem (%)
Aeiu	2	5,1
Altavista	2	5,1
Sapo	20	51,3
Yahoo	14	35,9
Lycos	1	2,6
TOTAL	39	100,0

Quanto aos motores considerados como segunda escolha, encontrámos três em igualdade de circunstâncias, cada um referido por 10 sujeitos (25,6%): o Altavista e, mais uma vez, o Sapo e o Yahoo.

Quadro 12: Motores de pesquisa referidos como os segundos mais utilizados pelos sujeitos do Grupo 1 (n=39)

MOTORES PESQUISA ...	Frequências	Percentagem (%)
Aeiou	4	10,3
Altavista	10	25,6
Infoseek	1	2,6
Msn	2	5,1
Sapo	10	25,6
Yahoo	10	25,6
Cusco	2	5,1
TOTAL	39	100,0

As principais fontes referidas pelos sujeitos do Grupo 1 para obter informações sobre as direcções dos *sites* são os próprios motores de pesquisa, em que 26 professores dos cursos superiores de turismo (66,7%) revelaram essa informação. A distribuição completa das respostas pode ser observada no Quadro 13.

Quadro 13: Distribuição das respostas quanto às principais fontes de informação utilizadas para a obtenção de direcções de *sites* na Internet (n=39)

	Frequências	Percentagem (%)
Contacto com organismos	6	15,4
Imprensa do sector	4	10,3
Materiais promocionais <i>site</i>	1	2,6
Motor de busca	26	66,7
Referência de colegas	1	2,6
Seminários / Conferências	1	2,6
TOTAL	39	100,0

Dos 26 sujeitos que recorrem ao motor de busca como primeira referência para acederem a um *site*, 13 utilizam o sapo, 8 o Yahoo, 4 o Aeiou e 1 o Altavista. Conclui-se, pois, que o portal nacional sapo é o mais preferido entre todos. Se compararmos estes dados com os obtidos aquando da pergunta “indique os dois motores de busca que utiliza com mais frequência para obter informações de apoio à realização das suas tarefas”,

verificamos que o sapo é aquele que apresenta um maior número de preferências. Como indicámos nos Quadros 11 e 12, foi 20 vezes referido como o motor mais utilizado e 10 vezes referido como o segundo mais utilizado.

A partir de uma base do 100%, os docentes dos cursos superiores de turismo que constituem o Grupo 1 repartiram o seu tempo de utilização da Internet em três categorias: ensino, investigação e outras actividades. A distribuição desta repartição mostra que em tarefas de ensino é gasto uma média de 56,6% do tempo (D.P = 24,6), em tarefas ligadas à investigação 30,1% (D.P = 21,1) e em outro tipo de tarefas 11,6% (D.P = 9,6). A primeira tarefa indicada é, pois, a que mais beneficia com a utilização da ferramenta em estudo, ao contrário do que se verifica com as outras tarefas que, dada a sua especificidade e a recente existência dos cursos de turismo, nos traduz os dados de um grupo de docentes ainda muito restrito.

Quadro 14: Medias e desvios padrão da percentagem de tempo gasto na utilização da Internet pelos sujeitos do Grupo 1, por tarefas (n=42)

	Mínima	Máxima	Média	Desvio Padrão
Tarefa Ensino	10	100	56,55	24,56
Tarefa Investigação	0	80	30,12	21,05
Outras Tarefas	0	30	11,57	9,57

Quanto ao tempo gasto semanalmente pelos docentes na utilização da Internet, verifica-se que o número de horas dedicado para recolher informação no âmbito das suas actividades profissionais apresenta uma média de 5,6 (DP = 5,6), sendo sensivelmente o mesmo que o utilizador gasta para recolher informação para outros fins, com um valor médio de 5,2 (DP = 5,7). Não se verificam aparentemente grandes diferenças quanto ao número médio de horas gasto para ambos os fins.

Quanto a possíveis diferenças quanto ao número de horas gasto para fins profissionais por sexo, também não se verificaram diferenças.

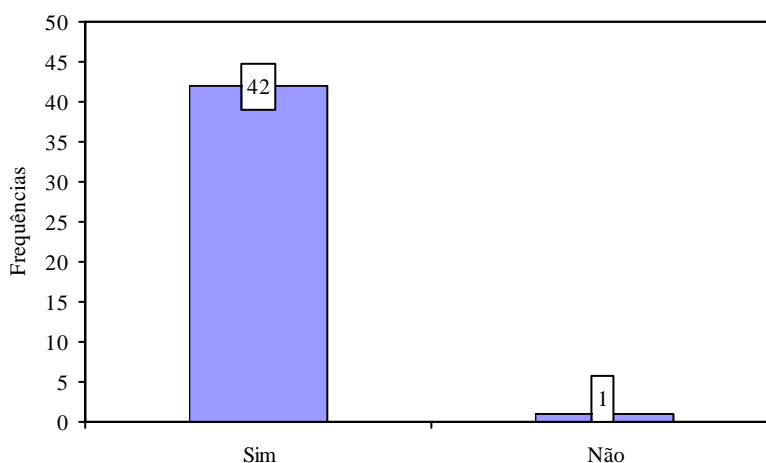
Quadro 15: Médias e desvios padrão das horas despendidas pelos sujeitos do Grupo 1 na utilização da Internet em actividades profissionais ligadas aos cursos superiores de turismo e em actividades em outros âmbitos (n =43)

Nº HORAS DESPENDIDAS EM...	Mínima	Máxima	Média	Desvio Padrão
Actividades profissionais	0,5	30	5,59	5,57
Actividades em outros âmbitos	0,5	30	5,16	5,74

Tentámos verificar se os docentes que utilizam a Internet durante mais tempo no âmbito da sua actividade profissional são os que a começaram a utilizar há mais anos, o que não se revelou possível. Também fomos verificar se o facto de os docentes utilizarem mais ou menos tempo a Internet estava relacionado com as “condições de acesso à Internet”, o que os dados revelaram que não.

Este grupo de professores afirma, de forma maioritária, que em contexto curricular incentiva os seus alunos a procurar informação na Internet. Como podemos observar na Figura 12, 42 sujeitos (97,7%) deram a sua resposta nesse sentido enquanto 1 (2,3%) considerou não o fazer. A resposta não se relaciona com a idade e nem com o número de horas despendidas por docente na utilização da Internet para fins profissionais.

Figura 12: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 relativas à questão: em contexto curricular é costume incentivar os seus alunos a procurarem informação na Internet? (n=43)



Quando questionámos os sujeitos relativamente aos quatro *sites* que consultavam com mais frequência e qual a avaliação que faziam destes, obtivemos também alguns dados relevantes para o estudo em curso. Como se pode ver no Quadro 15, o *site* mais indicado é o da Direcção Geral do Turismo (DGT), referida 24 vezes, seguida da referência da World Tourism Organization (WTO), referida 23 vezes. O *site* ICEP Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal, foi referido 10 vezes, enquanto que o Instituto Nacional de Estatística foi referido 8 vezes. Os restantes, foram referidos quatro ou menos vezes. Em suma, dos 107 *sites* referidos, a maioria é nacional e pertence a organismos institucionais. De salientar que, entre os seis *sites* mais referidos, apenas um não é de origem nacional. Ao contrário, os *sites* menos referidos são, na sua maior parte, estrangeiros. Estes dados revelam-nos que o ensino do turismo em Portugal trata a realidade do turismo nacional, levando os docentes a recolher informação junto dos diversos organismos públicos que lidam directamente com a realidade do sector.

Quadro 16: Distribuição das respostas dos sujeitos que escolheram cada um destes *sites* entre os quatro utilizados com mais frequência no âmbito da realização das tarefas profissionais nos cursos de turismo (n=36)

<i>Sites</i> consultados	Total
Direcção Geral do Turismo (DGT)	24
World Tourism Organization (WTO)	23
ICEP Investimentos Comércio e Turismo	10
Instituto Nacional Estatística (INE)	8
Ministério da Economia	4
Instituto Conservação Natureza (ICN)	4
Amazon	3
IFT Instituto Financiamento e Apoio ao Turismo	3
World Leisure	2
WTTC World Travel and Tourism Council	2
Perdue	3
Europa	4
Elsevier	3
Centroalt	2
Regiões de Turismo	2
OECD	2
Outros	8

Tomando como referência os seis *sites* mais assinalados em termos de utilização, fomos verificar o grau de satisfação dos docentes quanto a alguns parâmetros de qualidade que um *site* deve respeitar: *design*, facilidade de navegação, pertinência da informação e periodicidade de actualização. As respostas obtidas foram esquematizadas no Quadro 17, onde se pode observar que a maioria dos *sites* obtém médias positivas nos quatro parâmetros considerados (? 3). O *site* do Ministério da Economia foi o que obteve uma pontuação média mais baixa quanto ao *design* (2,4), facilidade de navegação (3,2), pertinência da informação (2,6) e periodicidade de actualização (2,4). Todos os outros *sites* obtiveram uma média positiva entre os 3,0 e 4,0, entre os quais se destaca o ICN que obteve os valores médios mais elevado. De referir que não houve valores médios com pontuação de 5.

Quadro 17: Médias e desvios padrão dos quatro parâmetros de avaliação, *design*, facilidade de navegação, pertinência da informação, periodicidade de actualização, pelos seis *sites* mais consultados

<i>Sites</i>		PARÂMETROS DE AVALIAÇÃO			
		<i>Design</i>	Facilidade de navegação	Pertinência da informação	Periodicidade de actualização
DGT	média	3,48	3,39	3,36	3,04
	D.P	0,79	1,08	0,85	0,88
WTO	média	3,64	3,77	3,82	3,45
	D.P	0,66	0,81	0,80	0,91
ICEP	média	3,90	3,70	3,60	3,00
	D.P	0,57	0,48	0,84	0,67
Ministério da Economia	média	2,40	3,20	2,60	2,40
	D.P	0,89	0,45	1,14	1,14
INE	média	3,25	3,63	3,63	3,13
	D.P	0,71	0,74	1,19	0,99
ICNw	média	4,00	3,00	4,00	3,50
	D.P	0,82	0,82	0,82	1,29

Concluimos, portanto, que os *sites* nacionais são os mais procurados por este grupo de sujeitos, além de que apresentam uma maior atractividade relativamente aos internacionais.

As áreas de informação, de entre as por nós consideradas, que são referidas como as mais consultadas pelos docentes dos cursos superiores de turismo que utilizam a Internet como ferramenta de trabalho são, tal como podemos observar no Quadro 18, as que dizem respeito a dados estatísticos (86,0%), a referências bibliográficas (86,0%), a instituições de ensino na área do turismo (83,7%) e a organismos centrais de turismo (81,4%). Quanto às

áreas menos consultadas, aparecem os estudos de mercado (39,5%) e as aplicações informáticas (23,3%). No entanto, ao consultar o Quadro 18, é possível verificar que a satisfação (avaliada numa escala de 5 pontos) com a informação encontrada, no que diz respeito ao rácio quantidade/qualidade, não se encontra necessariamente relacionada com as áreas mais procuradas. Neste sentido, os níveis mais elevados de satisfação podem ser encontradas nas categorias respeitantes à informação sobre instituições de ensino em turismo (3,4), vinhos e gastronomia (3,4), recursos turísticos (3,4) e agências de viagens e referências bibliográficas (3,4). As três áreas de informação que obtiveram pontuações de satisfação inferiores foram o ordenamento turístico (2,4), o planeamento turístico (2,5) e a legislação sobre o sector (2,6).

Quadro 18: Grau de satisfação dos docentes por área de informação procurada, tendo em conta o rácio quantidade / qualidade de informação obtida

ÁREAS DE INFORMAÇÃO	PROCURA INFORMAÇÃO				GRAU DE SATISFAÇÃO	
	Sim		Não		Média	Desvio Padrão
	N	%	Não	%		
Dados estatísticos	37	86,0	6	14,0	3,00	0,94
Referências bibliográficas	37	86,0	6	14	3,35	0,95
Instituições ensino de turismo	36	83,7	7	16,3	3,42	0,77
Organismos centrais turismo	35	81,4	8	18,6	3,40	0,77
Organismos locais de turismo	33	76,7	10	23,3	2,73	0,88
Empresas/associações sector	33	76,7	10	23,3	2,94	0,75
Recursos turísticos	30	69,8	13	30,2	3,37	0,85
Produtos turísticos	29	67,4	14	32,6	3,31	0,81
Circuitos e rotas	28	65,1	15	34,9	3,07	0,86
Turismo no espaço rural	28	65,1	15	34,9	3,32	0,90
Turismo de natureza	28	65,1	15	34,9	2,96	0,88
Legislação do sector	27	62,8	16	37,2	2,59	1,08
Impactos do turismo	27	62,8	16	37,2	2,74	0,98
Empreendimentos turísticos	26	60,5	17	39,5	3,23	0,82
Incentivos financeiros turismo	23	53,5	20	46,5	3,09	0,95
Economia do turismo	21	48,8	22	51,2	2,95	0,67
Actividades de animação	21	48,8	22	51,2	2,71	1,10
Agências de viagens	20	46,5	23	53,5	3,35	0,81
Marketing turístico	20	46,5	23	53,5	2,95	0,83
Planeamento turístico	20	46,5	23	53,5	2,50	0,76
Gastronomia e vinhos	18	41,9	25	58,1	3,39	0,70
Ordenamento turístico	17	39,5	26	60,5	2,35	0,86
Sistemas de informação	17	39,5	26	60,5	3,06	0,90
Estudos de mercado	17	39,5	26	60,5	2,88	0,70
Aplicações informáticas	10	23,3	33	76,7	2,70	1,06

Escala: de 1 "Nada Satisfeito" a 5 "Muito Satisfeito"

No que diz respeito ao facto de os docentes confirmarem ou não os dados recolhidos da Internet com outras fontes de informação, verificamos, através do Quadro 19, que 25 sujeitos o fazem (59,5%), enquanto que os restantes 17 (40,5%) já não. Destes 17 docentes que não costumam confirmar os dados recolhidos da Internet com outras fontes de informação, 10 elegem como principal motivo da sua utilização a Recolha de Informação e como segundo motivo a Actualização da Informação. Quanto aos 25 docentes que costumam confirmar os dados recolhidos, através desse recurso informativo, com outras fontes de informação, verificamos que a maioria deles (15 sujeitos) elege como principal interesse a Recolha de Informação. Quanto ao segundo motivo, já não observámos uniformidade na escolha. Em suma, estes valores revelam-nos que, independentemente de os docentes confirmarem ou não os dados recolhidos da Internet, o motivo principal de utilização prende-se com a Recolha de Informação (62,5%), seguido do Actualizar Informação (25%) e do Trocar Correspondência (12,5%), como podemos relembrar através do Quadro 10. Verificamos, ainda, que os docentes que exercem actividades no âmbito de Outras Tarefas profissionais (V. Quadro 14) apresentam uma maior tendência para confirmar os dados recolhidos da Internet.

Quadro 19: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 1 quanto à confirmação ou não dos dados recolhidos da Internet com outras fontes de informação (n=42)

	Frequências	Percentagem (%)
Sim	25	59,5
Não	17	40,5
TOTAL	42	100,0

Os sujeitos, questionados quanto à fonte de informação mais utilizada nas suas tarefas de ensino, investigação e outras, responderam utilizar, em primeiro lugar, o material livro, tendo sido referido por 24 sujeitos (61,5%).

Quadro 20: Distribuição das respostas do Grupo 1 quanto à fonte de informação mais utilizada nas tarefas de ensino, investigação e outras (n=39)

	Frequências	Percentagem (%)
Audiovisuais	1	2,6
Material livro	24	61,5
Formato electrónico	4	10,3
Seriados / publicações	9	23,1
Teses e dissertações	1	2,6
TOTAL	39	100,0

Procurámos verificar se havia alguma relação entre o tempo semanal que os docentes dedicam à pesquisa de informação turística na Internet com a eleição da sua principal fonte de informação, para obter dados de apoio à realização das suas tarefas. Com curiosidade, e observando o Quadro 20, verificámos que os 4 sujeitos que elegem o formato electrónico como a sua principal fonte apresentam um número médio de horas de navegação semanal muito díspar. Dois deles dedicam entre 0,5 e 2 horas de navegação no âmbito da sua Actividade Profissional e entre 30 a 12 horas Noutros Âmbitos, respectivamente. Os outros dois dedicam entre 8 a 6 horas de navegação no Âmbito da sua Actividade Profissional e entre 2 a 3 horas noutros âmbitos. Qualquer destes valores situam-se muito abaixo ou muito acima da média, não revelando um padrão de comportamento semelhante ao dos restantes membros do Grupo.

Os seriados/publicações foram indicados como a segunda fonte de informação mais utilizada no âmbito das suas tarefas. Deram a sua resposta neste sentido 16 indivíduos, representando um total de 42,1%.

No que diz respeito às fontes menos referenciadas pelos professores dos cursos de turismo que participaram nesta investigação, encontrámos os audiovisuais e as teses e dissertações como as menos utilizadas.

Quadro 21: Distribuição das respostas do Grupo 1 quanto à segunda fonte de informação mais utilizada nas tarefas de ensino, investigação e outras (n=38)

	Frequências	Percentagem (%)
Audiovisuais	4	10,5
Material livro	7	18,4
Formato electrónico	8	21,1
Seriados / publicações	16	42,1
Teses e dissertações	3	7,9
TOTAL	38	100,0

6.2.2. Resultados do Grupo 2 – Docentes não utilizadores da Internet

Apresentamos, neste momento, os resultados do Grupo 2, quanto aos docentes dos cursos superiores de turismo que não utilizam a Internet nas suas actividades profissionais. Estes indivíduos, ao serem questionados quanto às actividades nas quais repartem o seu tempo durante a sua actividade no âmbito do curso, responderam, de forma maioritária, utilizarem uma percentagem superior de tempo nas tarefas de ensino. Esta categoria obteve uma média de 61,25% (D.P = 22,25) do tempo disponibilizado na actividade profissional. Por outro lado, as tarefas de investigação obtiveram uma média de 23,13% (D.P = 11,81), sendo que todas as outras tarefas se apresentam com uma média de 15,00% (D.P = 19,92).

Quadro 22: Distribuição, em percentagens, do tempo utilizado pelos sujeitos do Grupo 2 na sua actividade profissional nos cursos superiores de Turismo por tarefas de ensino, investigação e outras (n=16)

	Mínima	Máxima	Média	Desvio Padrão
Tarefa Ensino	25	100	61,25	22,25
Tarefa Investigação	0	40	23,13	11,81
Outras Tarefas	0	65	15,00	19,92

Para além das funções de docente, os sujeitos foram questionados se desenvolviam ou não outras actividades profissionais no âmbito do sector turístico. Apenas 5 docentes responderam afirmativamente, representando 29,4% do total. As actividades apontadas repartem-se pelos seguintes domínios: promoção, sector público/administração, agências

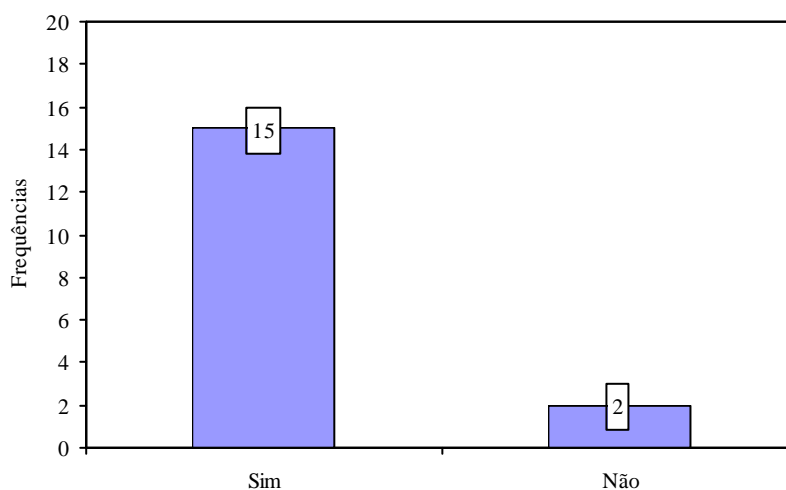
de viagens e desenvolvimento projectos/investigação. Este último domínio foi referido por dois sujeitos, enquanto que os outros apenas foram por um.

Quadro 23: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 quanto ao desenvolvimento ou não de outras actividades no âmbito do sector turístico (n=17)

	Frequências	Percentagem (%)
Sim	5	29,4
Não	12	70,6
TOTAL	17	100,0

No que diz respeito à utilização do computador como ferramenta de apoio à actividade profissional nos cursos de turismo, como se pode observar no gráfico seguinte, 15 sujeitos, ou seja 88,2% dos indivíduos que não utilizam a Internet, usam o computador enquanto que apenas 2 sujeitos, 11,8%, afirmaram não o usar.

Figura 13: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 quanto à utilização do computador como ferramenta de trabalho no âmbito da sua actividade profissional nos cursos superiores de Turismo (n=17)



Relativamente à utilidade principal que estes sujeitos dão ao computador no âmbito da sua actividade profissional nos cursos de turismo, muito embora a maioria tenha apontado mais do que uma utilização, podemos observar que a maioria refere utilizá-lo para processamento de texto: 14 indivíduos (93,3%) em 15 referiram esta utilização. A outra

utilização mais referida diz respeito ao tratamento gráfico de texto e imagem e foi considerada por 6 professores (35,5%) em 15.

O principal motivo apontado para a não utilização da Internet enquanto fonte de informação de apoio à actividade profissional no cursos superiores de turismo foi a falta de tempo para a utilizar, com 6 sujeitos (40%) em 15 a escolherem esta opção de resposta (35,3%). Uma vez mais, nesta questão os indivíduos apontaram mais do que um motivo. A segunda razão mais escolhida foi a que se prende com o não reconhecimento de utilidade da Internet: 4 professores (26,7%) em 15 referiram-na (73,3%). De salientar que nenhum docente referiu como motivo o não reconhecimento de credibilidade à Internet e o facto de não lhe ter acesso.

Quando estes indivíduos que utilizam o computador foram questionados relativamente à forma como obtiveram os seus conhecimentos informáticos, observamos que a maioria refere ter sido através de auto-aprendizagem, 12 sujeitos (80%) em 15. Seguidamente referiram o apoio / orientação de colegas: 8 sujeitos (53,3%) em 15.

Quadro 24: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 à pergunta: como obteve os conhecimentos de informática que possui actualmente? (n=15)

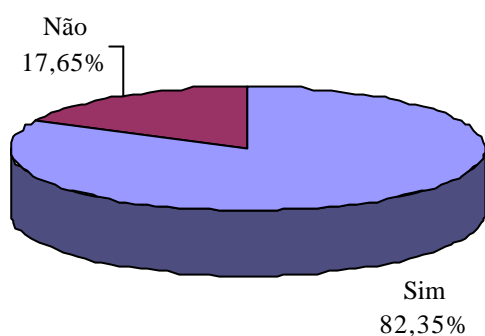
	Mencionadas	
	N	%
Apoio / orientação de colegas	8	5,3
Auto-aprendizagem	12	80,0
Cursos de formação na área de informática	7	46,7
Outras formas	1	16,7

Quanto às principais fontes de informação que os sujeitos do Grupo 2 utilizam para exercer a sua profissão, o material livro foi o mais referido de entre todos. Seguiram-se os seriados/publicações, audiovisuais e, por último, com o mesmo número de referências, as fontes em formato electrónico e as teses e dissertações.

Estes sujeitos foram, ainda, questionados quanto à forma como percebem a Internet, ou seja, se esta se apresenta para eles como uma fonte de informação útil na recolha e utilização de dados para apoiar a sua actividade profissional. As respostas, como se pode observar no Gráfico 4, mostram que 14 sujeitos responderam afirmativamente e 3 de forma

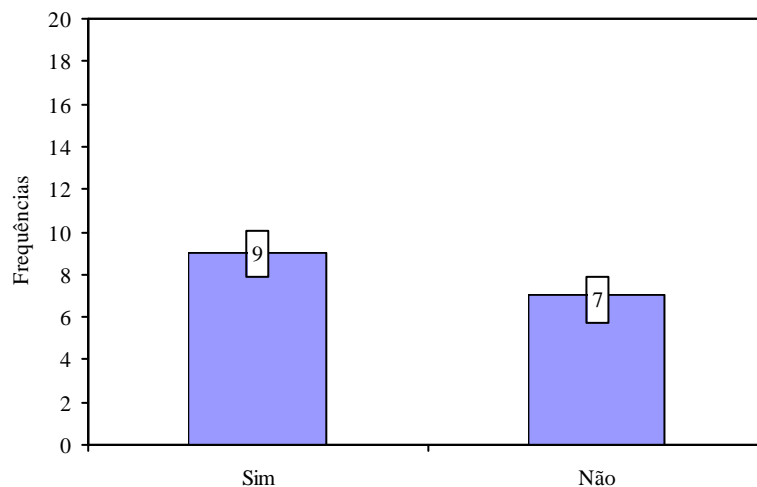
contrária, o que corresponde, respectivamente, a 82,4% e 17,6%. São precisamente os docentes que não utilizam o computador que afirmam não reconhecer a Internet como fonte de informação útil na recolha e utilização dos dados.

Figura 14: Distribuição das respostas do Grupo 2 relativamente à percepção de utilidade da Internet na recolha e utilização de informação para apoio à actividade profissional



No que diz respeito ao incentivo que este grupo de docentes refere dar aos seus alunos para a utilização da Internet com vista à procura de informação, 9 sujeitos dizem fazê-lo enquanto 7 respondem não incentivar, ou seja, 56,3% e 43,8%. Esta distribuição de respostas pode ser observada na Figura 15.

Figura 15: Distribuição das respostas dos sujeitos do Grupo 2 relativas à questão: em contexto curricular é costume incentivar os seus alunos a procurarem informação na Internet? (n=16)



Pre vemos, pois, que parte destes docentes já utilizem actualmente a Internet como fonte de informação ou, pelo menos, como forma de comunicar com outros colegas, uma vez que a sua crescente utilização no dia a dia das organizações impele a que todos partilhem desta mesma ferramenta de trabalho.

6.3. Discussão dos resultados

Os resultados obtidos com a análise das variáveis quanto ao perfil do docente, permitem-nos tirar conclusões interessantes. Os sujeitos do Grupo 1, utilizadores da Internet, apresentam uma média de idades bastante inferior à do Grupo 2, que não utilizam a Internet. Esta diferença advém do facto de os docentes do primeiro grupo terem uma formação superior mais recente que, como sabemos, considera nos seus curricula disciplinas relacionadas com a utilização das novas tecnologias, o que nos permite inferir que estão mais sensibilizados para a utilização do suporte informático. Além disso, o número de computadores e serviços disponibilizados tem aumentado substancialmente nos estabelecimentos de ensino, facilitando o seu acesso a grande parte da população escolar. Quanto aos anos de serviço, os dados revelam-nos que o Grupo 2 apresenta uma média superior à do Grupo 1, o que facilmente se compreende se tivermos em conta a apreciação feita anteriormente quanto à média de idades. Os resultados quanto à situação académica dos docentes, dizem-nos que os sujeitos do primeiro grupo se concentram, na sua maior parte, nas categorias profissionais mais baixas e que os do segundo grupo, por sua vez, se concentram em maior número em categorias mais elevadas do que os anteriores. Podemos então chegar à conclusão que a maior parte dos docentes que se formou há menos tempo, é o que apresenta um menor tempo de serviço e a que se encontra numa categoria profissional mais baixa, mas revelando interesse na utilização da Internet. O contrário se verifica com os docentes não utilizadores da Internet enquanto ferramenta de apoio à sua actividade profissional.

Apesar das diferenças existentes entre estes dois grupos, verificámos que, independentemente de os docentes utilizarem ou não a Internet, a maior parte costuma, em contexto curricular, incentivar os seus alunos a procurar informação na Internet. O valor da resposta Sim do primeiro grupo foi mais expressivo, cerca de 98%, enquanto que no segundo grupo foi de cerca de 56%, representando também a maioria da população

inquirida. Poderíamos colocar em causa essa referência, por parte dos sujeitos do Grupo 2, se considerarmos que ao não utilizarem a Internet seria difícil opinarem convenientemente sobre as suas potencialidades enquanto recurso de informação credível. Talvez tenhamos obtido uma resposta socialmente enviesada. Estes dados parecem, pois, revelar o nível de importância que a Internet já assume em diversos contextos, nomeadamente neste em estudo.

No que diz respeito à distribuição, em percentagem, do tempo utilizado pelos sujeitos do Grupo 1 e do Grupo 2 na sua actividade profissional nos cursos superiores de turismo, observamos algum paralelismo nas respostas obtidas. A tarefa de Ensino é aquela que absorve a maior parte do tempo em ambos os grupos, chegando a atingir os 100% em alguns casos. No primeiro grupo a média apresenta um valor de 65,1 (DP = 19,8), enquanto que no segundo apresenta um valor inferior de 56,6 (DP = 24,6). A segunda tarefa profissional mais realizada pelos docentes de ambos os grupos é a de Investigação, apresentada no primeiro um valor médio de 23,9 (DP = 16,4) e no segundo um valor médio de 30,1 (DP = 21,1). Por último, as Outras Tarefas assumem valores ainda mais baixos, sendo que no primeiro grupo a média é de 11,0 (DP = 14,5) e no segundo é de 11,6 (DP = 9,6). Estes dados revelam-nos que os docentes dedicam, comparativamente, muito menos tempo à produção de trabalhos de carácter científico.

6.4. Conclusão

Os resultados obtidos com a aplicação dos questionários em ambos os grupos apresentaram conclusões interessantes, confirmando algumas das previsões que tínhamos feito inicialmente quanto ao perfil dos docentes utilizadores e não utilizadores da Internet. A caracterização dos grupos no capítulo anterior já tinha revelado algumas diferenças, que podem justificar o facto de haver docentes que usam a Internet e outros não. As respostas obtidas às questões inicialmente colocadas, pensamos, poderão contribuir para o desenvolvimento de estudos mais aprofundados no âmbito desta problemática. A *Web* apresenta inúmeras potencialidades para o docente actualizar os seus dados e informação de forma rápida sobre o sector, mas é necessário consciencializar os utilizadores para a verificação de critérios de qualidade sobre os recursos disponíveis, sob pena de se fazer um uso indevido da mesma.

CAPÍTULO 7 – PROPOSTA DE UM SISTEMA INFORMAÇÃO EM TURISMO

7.1. Introdução

A concepção de um instrumento de informação no domínio do turismo, tão abrangente quanto possível, exige um suporte físico que permita, em tempo, útil introduzir, processar e disponibilizar informação aos vários utilizadores em simultâneo e geograficamente distantes. Um sistema de informação permite satisfazer estas condições se concebido com base na identificação das necessidades concretas dos seus utilizadores e se considerar as soluções tecnológicas mais adequadas. No presente capítulo apresentaremos uma proposta para o desenvolvimento de um SI na área do turismo, tendo em conta as necessidades sentidas pelos docentes em estudo.

7.2. Sistema de informação

Como tivemos oportunidade de verificar no Capítulo 6, através da análise dos dados obtidos com a aplicação dos questionários, independentemente da especificidade das tarefas desempenhadas por cada profissional, os docentes revelam um grande interesse em procurar diversas áreas de informação no âmbito do turismo.

Os resultados permitem-nos, neste capítulo, apresentar uma proposta de desenvolvimento de um SI que sirva de base para um portal temático, que considere a maior parte das áreas de informação que são procuradas no âmbito do ensino superior do turismo em Portugal. O portal será suportado por um SI a disponibilizar *on-line* que, pensamos, pode apresentar as melhores condições de funcionalidade para satisfazer algumas das principais necessidades actuais de recolha de informação do público em estudo.

Considerando os pressupostos que um SI de qualidade exige, optámos por considerar a metodologia do modelo apresentada por Varajão (1998) no âmbito da Gestão de Sistemas de Informação, que definiu como sendo o “conjunto de actividades que numa organização são necessárias para gerir a informação, o SI e a adopção de TI para a suportar”. As actividades, significativamente relacionadas e interdependentes, são:

- Planeamento de Sistemas de Informação
- Desenvolvimento de Sistemas de Informação

- Exploração de Sistemas de Informação

O autor refere que o processo é contínuo, cíclico e interactivo, uma vez que ao longo do tempo os SI sofrem adaptações, impulsionadas pelas alterações que ocorrem no âmbito interno e externo de uma organização.

7.3. Planeamento do SI Turismo

O planeamento do sistema de informação antecede o seu desenvolvimento e assume-se como uma etapa essencial para fundamentar o contexto da sua exploração. Requer algum tempo e um estudo aprofundado no sentido de clarificar o cenário de desenvolvimento e o seu posterior desenvolvimento.

7.3.1. Análise estratégica

A análise estratégica do ambiente em que se insere o SI é o primeiro passo a dar nesta etapa e visa responder à seguinte questão: **qual é a situação actual?** Como já tivemos oportunidade de referir no Capítulo 2, no sector do turismo a informação assume um papel muito importante na condução das actividades diárias das organizações, quer sejam públicas ou privadas. Uma vez que o seu volume tem crescido rapidamente com o apoio das TIC, urge conceber um instrumento que trate, de forma sistematizada, um leque variado de assuntos que permita aos seus utilizadores terem um acesso rápido a informação actualizada e credível sobre o sector. Deve também, à luz das orientações que as técnicas de gestão da informação o sugerem, assegurar parâmetros de qualidade que garantam um serviço informativo credível e atempado.

Uma das principais preocupações do público em estudo, docentes dos cursos de turismo, prende-se com a obtenção de informação actualizada e fiável sobre o seu domínio de ensino para produzir e transmitir conhecimentos que reflectam, em tempo oportuno, a dinâmica do sector em cada momento. No entanto, os docentes deparam-se com algumas dificuldades nesse esforço de procura de informação, o que se explica, pensamos, pelas seguintes razões:

- ✍ alguns dos materiais editados em suporte papel e electrónico contêm informações relativamente desactualizadas, considerando que o tempo necessário para os preparar

é superior ao acelerado ritmo de evolução dos acontecimentos que caracteriza o sector;

- ✍ os organismos públicos com responsabilidade na edição e publicação de materiais fazem-no de uma forma que consideramos pouco agressiva, resultando na pouca divulgação da informação existente e na consequente sub-utilização por parte do seu público alvo;
- ✍ número reduzido de entidades a editar materiais informativos neste domínio, com a agravante de a maior parte não ser incluída no circuito comercial das livrarias, o que condiciona o seu acesso;
- ✍ irregular edição de materiais;
- ✍ existência de poucos centros de documentação suficientemente apetrechados com os diversos recursos informativos disponíveis sobre o tema;
- ✍ a informação turística disponibilizada pela Internet apresenta alguns problemas relacionados com o excesso de informação inútil, informações de âmbito geral, pouco fiáveis ou incompletas;
- ✍ escassez de recursos informativos em português sobre o turismo;
- ✍ inexistência de um guia de recursos que apresente todos os recursos editados a nível nacional;
- ✍ outras razões.

Em Portugal já foram desenvolvidos alguns sistemas de informação com interesse para o sector, embora sirvam sobretudo uma clientela que visa obter informações sobre viagens. Veja-se no Apêndice 5, onde enumeramos as principais iniciativas desenvolvidas por organismos públicos, no sentido de servir os agentes envolvidos no sector turístico. Quanto a sistemas que possam ser utilizados por docentes no sentido de actualizarem dados e/ou informações para o desenvolvimento da sua actividade profissional, tanto quanto nos é possível verificar, não identificámos nenhum que reúna os requisitos suficientes para satisfazer as suas necessidades de informação pelos vários domínios do turismo.

Como observámos, a maior parte dos docentes procura não uma, mas diversas áreas de informação relacionadas com o turismo. No entanto, a maior parte recorre com mais frequência a *sites* que versam sobre o domínio de actuação profissional da organização que os concebe e disponibiliza através da Internet. Nenhum docente identificou “um” *site*, nacional ou estrangeiro, que tratasse vários assuntos relacionados com o turismo.

Além desta constatação, e da pesquisa que fizemos na Internet, não encontramos qualquer suporte estruturado onde se fizesse referência a todos, ou quase todos, os recursos informativos relacionados com a actividade do turismo a nível nacional. Poderíamos apontar algumas razões que justificam este facto, tais como:

- ✍ necessidade de dispor de um investimento significativo para custear o planeamento e a gestão de um suporte suficientemente abrangente;
- ✍ falta de percepção sobre a necessidade de existir esse suporte;
- ✍ falta de recursos humanos qualificados e disponíveis para operacionalizar tal suporte, nas vertentes de recolha, transmissão, classificação e difusão da informação;
- ✍ a relutância que as organizações, normalmente, apresentam quanto à cedência de informação e que dificultam todo o processo de planeamento e de gestão;
- ✍ a dificuldade em reunir um conjunto disperso de informação, tendo em conta que o turismo é multidisciplinar;
- ✍ a rápida desactualização da informação, facto que exige um trabalho contínuo de pesquisa;
- ✍ dificuldade em estabelecer parcerias / trabalho de equipa

A nível internacional, e considerando a Internet como fonte de informação, verifica-se uma tendência para a especialização da oferta de conteúdos, com destaque para a concepção de portais temáticos, como tivemos oportunidade de analisar no Capítulo 4.

Deste modo, pensamos que seria oportuno propor a concepção de um portal temático sobre turismo para o público estudado, com base na concepção de um sistema de informação, arquitectado e estruturado de acordo com as regras de qualidade que se impõem actualmente à divulgação de dados e informação através da Internet.

7.3.2. Definição estratégica

Quanto à definição estratégica, segundo passo no planeamento, procuramos responder à questão: **o que pretendemos para o futuro?** Em função do cenário que traçámos anteriormente, propomo-nos a estruturar um SI que suporte um portal temático sobre o turismo e que vise os seguintes objectivos:

- (i) Disponibilizar uma ferramenta que permita a consulta de vários assuntos / referências relacionados com o turismo, na nossa língua materna, com a vantagem de otimizar

o tempo despendido pelos vários profissionais no processo de procura de informação, muitas vezes sujeitos a vários constrangimentos que dificultam o processo de recolha, tratamento e difusão da informação;

- (ii) Disponibilizar um suporte com informação credível e actualizada sobre as ocorrências no sector, constantemente sujeito a grandes mutações económicas, sociais e políticas;
- (iii) Promover um espaço de discussão / troca de informação entre os vários agentes, muitas vezes distantes uns dos outros;
- (iv) Proporcionar um meio que possibilite uma visão tão global do turismo quanto possível e, assim, contribuir para o surgimento e desenvolvimento de novas áreas de estudo e investigação, ainda tão incipientes em Portugal;
- (v) Despertar para uma consciência colectiva de todos quantos contribuem para o desenvolvimento do sector, no sentido de que todas as informações passíveis de ser difundidas podem e devem ser transmitidas em tempo útil, para que seja tratada e utilizada no sentido de melhorar a capacidade de aprendizagem e actuação de todos quanto estão empenhados no desenvolvimento do turismo.

7.3.3. Implementação estratégica

O terceiro passo, a implementação da estratégia, procura responder à questão: **o que fazer para o conseguir?** Para satisfazer os objectivos enunciados anteriormente propomos as seguintes acções:

- Inventariação das necessidades de informação do público alvo;
- Selecção dos possíveis recursos e fontes de informação a utilizar para satisfazer as necessidades dos utilizadores;
- Recolha da informação pertinente sobre o sector turístico nacional, que se encontra dispersa pelos vários suportes e pelas entidades competentes em cada matéria, muitas vezes inacessíveis aos utilizadores por motivos de falta de conhecimento da sua existência, dificuldades de alcance geográfico, entre outros;
- Classificação e armazenamento da informação recolhida;
- Identificação da tecnologia mais adequada para suportar um SI com as características definidas.

A concretização destas acções requer a constituição de uma equipa de trabalho multidisciplinar com pessoas formadas em diversos domínios, com competências que variam entre a formação em gestão da informação, em biblioteconomia, gestão documental, arquivologia, até à formação em informática.

7.4. Desenvolvimento do SI Turismo

O desenvolvimento do sistema compreende um conjunto de actividades relacionadas e interdependentes, comuns a qualquer outro processo de desenvolvimento de um SI: análise, concepção, construção, implementação e manutenção.

7.4.1. Análise de sistema

Propomo-nos apresentar um sistema utilizando a plataforma *Web* que apresente uma proposta de navegação simples e intuitiva. As principais classes / categorias de informação a considerar no desenvolvimento do portal temático encontram-se enumeradas no quadro seguinte:

Quadro 25: Classes de informação para o turismo

Organismos públicos	Legislação	Referências Bibliográficas & Imprensa
Empresas & Associações	Dados Estatísticos	Eventos
Empreendimentos Turísticos	Planeamento & Ordenamento Turístico	Artesanato
Estabelecimentos Restauração & Bebidas	Turismo no Espaço Rural	Ferias & Exposições
Agências Viagens	Turismo Natureza	Seminários & Congressos
Estabelecimentos de Ensino & Formação	Gastronomia & Vinhos	Concursos
Incentivos Financeiros	Estudos de Mercado	Sites Nacionais c/ Interesse
	Informática & Turismo	Sites Internacionais c/ Interesse

Estas categorias resultam da análise dos dados recolhidos junto dos docentes inquiridos e da análise do modelo multidisciplinar apresentado por Jafar Jafari, citado por Inskeep (1991, p. 19).

Por sua vez, cada uma destas áreas apresenta diversas possibilidades de pesquisa sobre assuntos que com elas se relacionam directamente. O utilizador apenas terá que seleccionar os campos que pretende pesquisar. No Apêndice 6 apresentamos os detalhes quanto às condicionantes de pesquisa que cada classe pode possuir.

Para que este trabalho não seja meramente teórico, e tendo consciência da quantidade de trabalho necessário para o desenvolvimento completo do sistema proposto, decidimos desenvolver um sistema nas três das cinco áreas citadas: análise, concepção e construção. Como não é objectivo desta tese o desenvolvimento do sistema proposto, apenas exemplificamos o desenvolvimento das classes Estabelecimentos de Ensino e Eventos.

Assim, considerámos dois actores para o sistema: o gestor e o utilizador. De referir que embora o público alvo seja preferencialmente os docentes, qualquer outro indivíduo interessado na área poderá aceder e interagir com o sistema.

Ao gestor cabem todas as tarefas relacionadas com a actualização e manutenção dos dados no sistema. Sendo previsível um trabalho intensivo de actualização de informação nas diferentes áreas, faz sentido pensar numa equipa de gestores com responsabilidades diferentes. Será oportuna a criação de uma tabela de utilizadores, contendo os privilégios de cada um sobre os registos das diversas classes, no que diz respeito às funções de inserir, modificar, armazenar, eliminar ou apenas consultar. Neste sentido, de acordo com a responsabilidade de cada membro interveniente, serão identificados os *login* e *password* de acesso.

O utilizador, através de um processo de navegação que se pretende fácil e intuitivo, pode aceder às diferentes áreas de informação para consulta que, por sua vez, se subdividem por temas de interesse específicos, como já tivemos oportunidade de referir. Deste modo, os resultados obtidos resultam de uma pesquisa condicionada, de acordo com o interesse específico de cada utilizador e com as disponibilidades que o sistema apresenta. Além disso, estes actores poderão contribuir para a sua manutenção, para o que será definido um espaço próprio. Esta informação, deixada pelos utilizadores, será posteriormente processada e validada segundo os parâmetros de qualidade definidos e pelos gestores das área para onde essas contribuições forem enviadas.

7.4.2. Concepção do sistema

Pretendemos desenvolver uma aplicação que, em conjunto com um sistema de gestão de bases de dados, permita fazer pesquisas através de um simples *browser*. A pesquisa sobre as bases de dados resulta da interacção entre o utilizador e o sistema em causa e a tecnologia utilizada será Active Server Pages – ASP, da Microsoft. Esta tecnologia apresenta a maioria das funcionalidades de uma linguagem de programação convencional da Internet e não exige, numa fase de prototipagem, o dispêndio financeiro na aquisição de um servidor ou qualquer outra peça de *software*, uma vez que este pacote de *software* é disponibilizado com o pacote básico de qualquer PC com o Windows 98, ou mais recentemente o *Windows Me*.

A partir da identificação do diagrama de classes, construímos a base de dados em Microsoft Access. Esta será suficiente para uma versão experimental mas, para um maior volume de dados e acesso, será necessário recorrer a uma BD mais robusta, baseada em tecnologia SQL, como por exemplo o MSSQL ou o Oracle.

A Base de Dados assumirá a estrutura que se apresenta no Apêndice 7. A ligação entre a base de dados e as páginas em ASP é feita através da *drive* ODBC *Open DataBase Connectivity*.

7.4.3. Construção do sistema

Esta fase será apresentada com a descrição de dois protótipos desenvolvidos por um grupo de alunos finalistas do curso de Electrónica e Telecomunicações, que se propuseram apresentar uma solução técnica para um possível SI sobre turismo mediante a apresentação dos resultados obtidos aquando da nossa análise dos requisitos.

Para melhor clarificar os procedimentos que pretendemos ver operacionalizados com a utilização deste sistema, exemplificamos agora o contexto de utilização associado a duas das áreas de informação disponíveis para acesso através do menu principal de navegação:

- Estabelecimentos de Ensino (Protótipo 1)
- Eventos (Protótipo 2).

7.4.3.1. Interface do Protótipo 1 – Estabelecimentos de Ensino

No primeiro contacto do utilizador com o sistema, será apresentada a página principal do portal, que se encontra dividida em quatro áreas/zonas, tal como esquematizamos na Figura 16.

Figura 16: Zonas da página de entrada do Protótipo 1 – Estabelecimentos de Ensino

Zona 1	
Zona 2	
Zona 3	Zona 4

Na zona superior é apresentado o símbolo e o nome do portal. Na área imediatamente inferior está disponibilizada uma barra de pesquisa, que pode ser utilizada com base na introdução de palavras ou de frase completa, e ainda um *link* que permite adicionar directamente a página à lista de favoritos do utilizador. Estas duas zonas são fixas, a disponibilizar em todas as páginas de navegação. Na zona da esquerda é apresentado um menu de navegação que se subdivide nos seguintes blocos distintos:

- ✍ Home – coloca o utilizador na página de entrada;
- ✍ Inserir - que permite aos gestores fazerem a actualização dos registos;
- ✍ Registar - que permite ao utilizador fazer o seu registo pessoal para efeitos estatísticos e para dispor de um serviço de informação personalizado, com a possibilidade de assumir a formatação que a Figura 17 exemplifica;
- ✍ *Login* - que permite ao utilizador obter códigos de acesso;
- ✍ FAQ - disponibiliza ao utilizador um conjunto de questões e respostas que são frequentemente apresentadas neste âmbito.

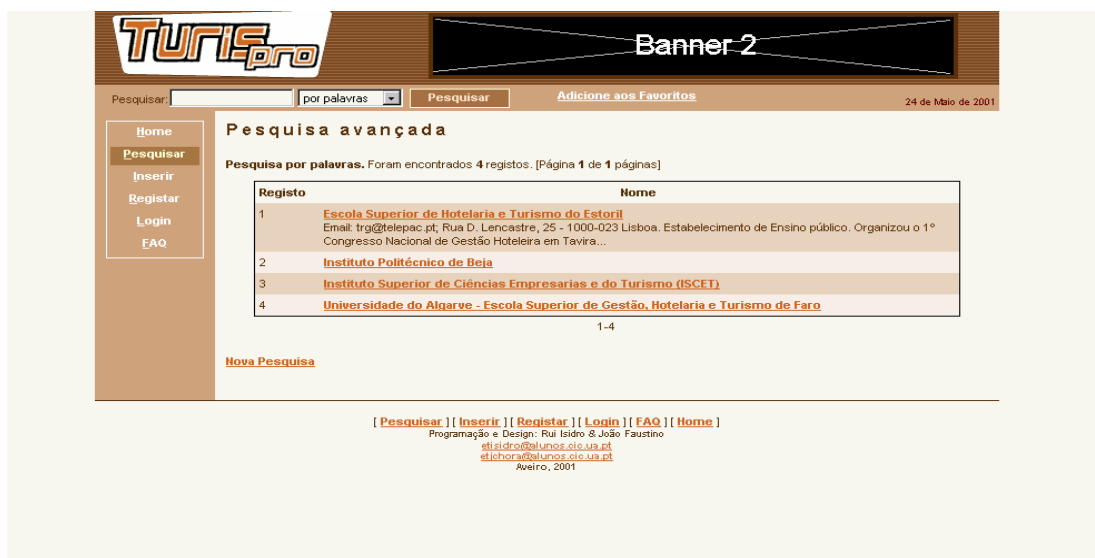
Figura 17: Modo de registo no Protótipo 1

Na zona central será apresentado o menu principal de navegação, que dispõe de vinte e três blocos distintos, cada um referente a uma área de informação turística disponível para consulta, tal como apresentamos no Quadro 25 – Classes de informação para o turismo (V. p. 112)

Na página de acesso a cada área de informação encontram-se também quatro zonas, tal como no menu principal. A do topo é igual à da página principal do portal, assim como a barra de pesquisa e a opção de adicionar aos favoritos. Na zona da esquerda passa a disponibilizar-se, também, o menu de navegação, que na primeira página estava na área central. Esta barra passa a estar sempre presente para que o utilizador tenha a possibilidade de mudar para outro assunto sem que para tal tenha de voltar à página principal. A zona da direita está reservada para apresentar a informação à medida que vai sendo solicitada.

O utilizador poderá começar a sua pesquisa de duas formas: introduzindo o(s) termo(s) que procura nos campos apropriados ou seleccionando uma das áreas do menu principal de navegação. Ao submeter essa informação, o servidor estabelece diálogo com o Sistema de Gestão de Base de Dados. Os dados pedidos sobre os estabelecimentos de ensino são apresentados através de uma lista, que funciona com *links*. A Figura 18 apresenta uma possibilidade de resposta.

Figura 18: Modo do resultado da pesquisa no Protótipo 1



Os *links* permitem ao utilizador navegar sobre os vários registos e, assim, aceder a todos os dados disponíveis referentes a cada um dos estabelecimentos apresentados. Poder-se-á obter informação relativa ao nome do estabelecimento, morada, código postal, números de telefone ou fax, a indicação do *mail* e URL, nome do director, localização geográfica, identificação dos cursos leccionados, nível de ensino, média de curso, plano curricular, condições de acesso, actividades de I & D, organização de eventos.

Figura 19: Detalhes da pesquisa



Para permitir uma navegação mais eficiente e amigável, utiliza-se um mecanismo de paginação. Estes dados estão armazenados em tabelas que compõem o modelo relacional do projecto, independentemente da janela de entrada.

Em todas as páginas o utilizador dispõe de comandos que lhe permitem voltar à página anterior, ao topo ou fazer uma nova pesquisa.

7.4.3.2. Interface do Protótipo 2 – Eventos

Este protótipo apresenta características de navegação diferentes do trabalho apresentado anteriormente, apesar de o diagrama de classes e do modelo relacional serem comuns. O *layout* que passamos a descrever assume funcionalidades de navegação próprias, que não fogem às regras que qualquer sistema amigável deve considerar.

Começamos por apresentar a interface que o primeiro contacto permite ao utilizador visualizar:

Figura 20: Página principal do Protótipo 2 - Eventos



Esta primeira página encontra-se dividida em cinco áreas/zonas, sendo distinguidas pelas diversas funcionalidades que apresentam, tal como se esquematiza na Figura 21.

Figura 21: Zonas da página de entrada do Protótipo 2

Zona 1	
Zona 2	
Zona 3	Zona 4
	Zona 5

Na zona superior, Zona 1, é apresentado o símbolo e o nome do portal, assim como é disponibilizado um espaço para publicidade. Aqui o utilizador pode escolher a página como *Home Page* e endereça-la na lista de favoritos. Na área imediatamente inferior, encontra-se uma barra de pesquisa com várias opções de escolha, sendo que cada uma já está pré-definida, bastando clicar sobre a pretendida. Na zona 3 encontra-se um menu de navegação, disponibilizado em todas as páginas de navegação, como se pode observar ao longo das figuras 20, 22 e 23, que seguidamente são apresentadas. Este menu subdivide-se em três partes. A primeira dispõe uma lista com os tópicos de pesquisa; a segunda permite aceder aos dados sobre a entidade responsável pelo sistema, possibilitando ao utilizador introduzir o seu *mail* para futuros contactos; e a última permite aceder aos classificados.

Na zona 4 o utilizador pode introduzir a(s) palavra(s) para começar a efectuar a sua pesquisa. Inclusive, são apresentadas dicas para o utilizador conduzir a sua pesquisa de acordo com a disponibilidade do sistema: por palavra ou por frase. No entanto, também pode recorrer à Zona 3 para, a partir desse menu, fazer uma pesquisa normal ou avançada, como se pode observar na Figura 22:

Figura 22: Modo de pesquisa normal ou avançada

Se o utilizador não quiser fazer a pesquisa por palavra ou por frase, tem uma opção que lhe permite executar uma pesquisa avançada, bastando seleccionar “Pesquisa Avançada”, como regista a Figura 23. Pode, também, ordenar os resultados da pesquisa por “Data de Início” ou por “Ordem Alfabética”, assim como escolher quantos registos por página pretende visualizar.

Se pretender, pode deixar a “Pesquisa Avançada” e voltar a fazer uma “Pesquisa Normal”.

Figura 23: Modo de pesquisa por Data de Início ou Ordem Alfabética

TurisNet
 27 de Julho 2001
 este fim-de-semana saia
 Adicionar aos Favoritos
 TurisNet como HomePage
 Aldeias de Portugal Solares de Portugal Gastronomia Guia Viagens Guia Hóteis

Início > Eventos > Você está aqui!

Pesquisa por:
 Entidades
 Localização
 Actividade
 Evento
 Notícias
 Sobre TurisNet:
 Contactos
 Como publicar
 Emprego
 Serviços
 Portal de Turismo
 Mailing List:
 Classificados
 Opção 1
 Opção 2
 Opção 3
 Opção 4
 Opção 5:
 Opção 6

Pesquisa Por Eventos
 Nome do Evento: OK
 Por Palavra Por Frase

Ordenar: Por Data Inicio Ordem Alfabética
 n.º. de Registos/Página: 5 Pesquisa Normal

Dicas para Pesquisa

Insira uma ou mais palavras para procurar em Eventos!
 Escolha o tipo de pesquisa que pretende efectuar:
Por Palavra - Encontra eventos que no nome contenham as palavras inseridas.
Por Frase - Encontra eventos que no nome contenham a frase inserida.

Para além destas funcionalidades, na(s) página(s) dos registos devolvidos o utilizador pode contar com a possibilidade de aceder aos detalhes de cada evento, tais como saber o historial do evento ou designação da entidade organizadora. No caso de um evento já dispor de uma página na Internet, é oferecida a possibilidade de navegação para ela.

7.4.4. Outros procedimentos

As últimas etapas do processo de desenvolvimento - implementação e manutenção do sistema, não são aqui apresentadas por já não se incluírem nos objectivos deste Capítulo. Como já referimos, apenas foi possível acompanhar o desenvolvimento dos dois protótipos apresentados por um grupo de alunos de curso de Electrónica e Telecomunicações. O tempo despendido nestas tarefas não nos permitiu fazer todos os testes de funcionamento que se exigem num adequado processo de desenvolvimento.

Embora se tenha feito o teste das componentes de *hardware* e da parte do sistema sujeito à experimentação, que não revelaram erros, tornava-se impossível fazer o teste de funcionamento do sistema como um todo. Por conseguinte, o teste de aceitação pelos

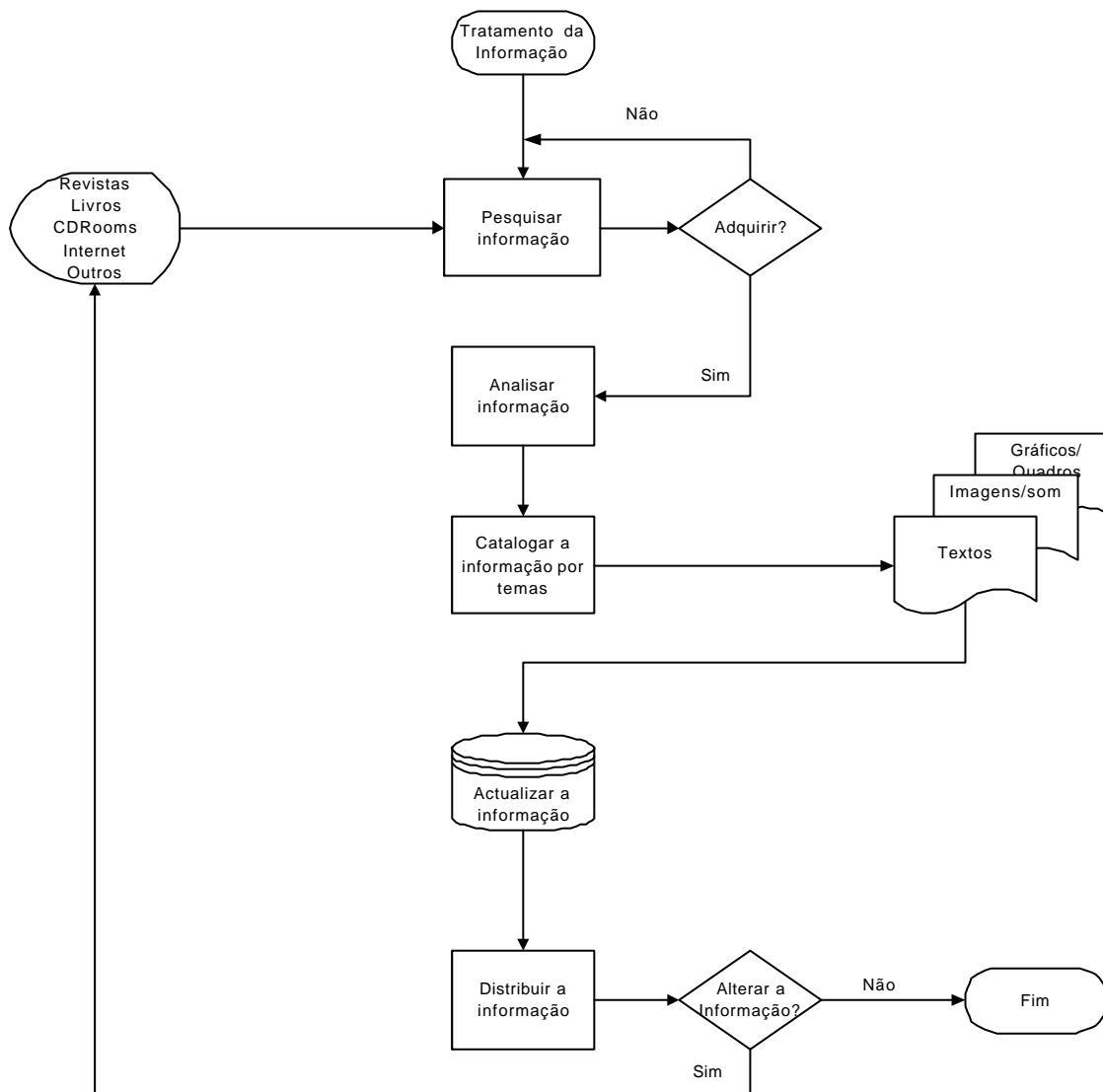
potenciais utilizadores não foi feito. Mas, o teste por nós realizado apenas revelou ser necessário substituir alguns termos por outras terminologias mais adequadas para o público-alvo do sistema.

7.5. O fluxo da informação no sistema

A inserção de informação sobre as classes de informação que propusemos para o SI na área do turismo pressupõe a existência de procedimentos que validem todo o processo de gestão da própria informação, desde a sua entrada, armazenamento até à saída, e considerando os aspectos de organização administrativa e material.

A Figura 24, na página seguinte, traduz a sequência de procedimentos necessários para tratar a informação num SI com as características daquele que apresentamos. Deste modo, o gestor irá dispor de um conjunto de recursos informativos (revistas, livros, Internet...), no qual vai proceder à pesquisa de informação relevante e susceptível de vir a constar nos registos do SI, sendo que obedecerá a critérios de qualidade previamente definidos. Essa pesquisa pode ou não justificar a sua aquisição, seja ela paga ou gratuitamente cedida. Por vezes, verifica-se que alguns recursos não contêm informações relevantes para satisfazer as necessidades de informação de alguns utilizadores. Por isso, pode acontecer que determinados recursos não sejam adquiridos e se proceda à procura da informação junto de recursos alternativos, caso existam. Se a informação é adquirida, passa-se então à sua análise para que se proceda à sua reprodução / transcrição na linguagem mais adequada. Consequentemente, é armazenada sob vários formatos (gráficos, imagem, texto...) e as bases de dados serão actualizadas. Uma vez inseridas as informações nas respectivas bases de dados, passam a estar disponíveis para serem distribuídas sempre que o utilizador as solicitar. A decisão de alteração da informação estará dependente das pesquisas e análises futuras a efectuar aos diversos recursos de informação disponíveis.

Figura 24: Fluxo de informação no SI



O processo é contínuo e cada fase poderá ser mais ou menos extensa consoante o volume de informação que circule em cada momento. No Capítulo 3 tivemos oportunidade de abordar a questão do ciclo de vida de informação, que deve ser tido em conta na concretização dos diversos procedimentos apresentados na Figura anterior..

7.6. Conclusão

Projectar um SI na área do turismo assume um interesse particular pelos desafios que se colocam. O carácter inter/multidisciplinar do turismo, a par da relativamente débil difusão de informação sobre o sector em Portugal, conferem-lhe um grau de complexidade que exige uma reflexão conjunta por parte de diversas entidades profissionais. A rápida mutação da conjuntura do sector exige uma permanente atenção quanto à informação em circulação e quanto às novas tecnologias disponíveis para a sua difusão eficaz.

O exercício que apresentámos visa, sobretudo, promover a discussão sobre as problemáticas associadas à difusão da informação no sector, independentemente de se utilizar a Internet ou outros recursos como fonte de informação. Este debate urge se queremos obter vantagens competitivas para as diversas organizações que operam no âmbito do sector turístico nacional.

O desenvolvimento de um sistema de informação tão abrangente como aquele que apresentámos requer recursos humanos, financeiros e técnicos. Além disso, pensamos que só a prazo é que se reflectiriam as vantagens associadas à utilização atempada de informação de qualidade. De certo que os docentes iriam encontrar um instrumento que poderia responder a algumas das suas necessidades de recolha e uso de informação.

CAPÍTULO 8 – CONCLUSÕES

O foco deste estudo era problematizar o papel da Internet enquanto fonte de informação de apoio à actividade docente do ensino superior do turismo. Apesar de alguns constrangimentos inerentes à própria natureza de um trabalho do género, sentimos que os esforços desenvolvidos surtiram efeitos muito positivos para o enriquecimento do quadro teórico de referência que já possuíamos e, também, para contribuir para o desenvolvimento desta área de estudo, de alguma forma ainda carenciada.

Os dados que recolhemos vieram confirmar algumas das nossas percepções, nomeadamente no que diz respeito à caracterização do cenário em que a informação no âmbito do sector turístico é tida em conta pelos docentes que a procuram através da Internet.

A primeira das conclusões obtidas prende-se com o facto de a maior parte dos docentes que está há mais anos na profissão ainda não revelar interesse pela utilização da Internet, o que se justifica pelo seu passado de formação, que ainda não contava com a utilização da tecnologia, pese embora o facto de alguns já a utilizarem. Para além disso, os anos de experiência no ensino parecem já não despertar a motivação para os docentes procurarem informação adicional na Internet, uma vez que a pouca que está disponível não se apresenta muito detalhada, não acrescentando, por isso, uma mais valia ao seu quadro de referência teórico e teórico-prático.

Outra realidade que constatámos com alguma curiosidade, é que a Internet ainda não se assume como a fonte de informação mais utilizada no âmbito do ensino do turismo, prevalecendo ainda o interesse pelo material livro, revistas e teses/ dissertações. As razões que apontamos para esta constatação prendem-se com vários motivos: o facto de a Internet ainda não ser uma tecnologia universalmente utilizada, por dificuldades de acesso ou desconhecimento sobre a sua forma de utilização; por questões que se prendem com a qualidade da informação, ainda aquém das expectativas dos utilizadores; os *sites* disponibilizados ainda não serem suficientemente atractivos para exploração, o que muitas vezes é factor de desmotivação; e, até mesmo, a dificuldade constante em encontrar informação que satisfaça as necessidades da sua procura, entre outros motivos. É de referir que

a Internet tem um valor estratégico limitado se não for devidamente potenciada para as necessidades do seu público. Além disso, os próprios docentes têm responsabilidade em julgar a qualidade, rigor e fiabilidade da informação que encontram.

O carácter inter/multidisciplinar do turismo é, mais uma vez, evidenciado neste contexto pelo número de áreas de conhecimento que os docentes procuram na Internet para apoiar a sua actividade docente, independentemente da especificidade das matérias inerentes a cada uma das disciplinas que leccionam. Questionarmos os colegas de profissão, formal e informalmente, sobre a informação e a sua consequente recolha na área do turismo em Portugal evidenciou a existência de um sentimento de insatisfação comum quanto à sua disponibilidade, quer em termos quantitativos, quer qualitativos.

Apesar das conclusões que apontámos, este estudo apresenta algumas limitações inerentes à própria dinâmica desta área do saber, nomeadamente o número relativamente reduzido de sujeitos inquiridos e a rápida evolução do contexto de utilização da Internet e a difusão da informação. O número de sujeitos efectivamente alcançados acabou por ser menos significativo do que inicialmente previsto, quer porque na altura existiam poucos cursos, e alguns ainda estavam nos primeiros anos de formação, quer porque fomos forçados a excluir os docentes dos estabelecimentos de ensino particular. Além disso, o número de utilizadores da Internet continua a crescer, pelo que neste momento estamos certos que alguns docentes que não a utilizavam já o fazem. Igualmente, já se observa que começam a (re)aparecer *sites* mais completos e com qualidade, pelo que depreendemos que o grau de satisfação dos utilizadores perante os conteúdos disponíveis esteja a melhorar. Estas circunstâncias devem ser tidas em conta na leitura desta dissertação, por forma a que seja devidamente enquadrado no espaço temporal em que foi realizada.

Para concluir este capítulo, gostaríamos de apresentar algumas sugestões para futuras investigações neste domínio, já que o estudo exploratório que aqui apresentámos sugeriu pistas de trabalho com interesse e, também, por termos consciência que a realidade em estudo ainda se encontra longe de ser completamente compreendida.

O número de docentes a trabalhar nos cursos superiores de turismo aumenta todos os anos a par do aparecimento de novos cursos e do desenvolvimento dos já existentes. Deste modo, o número de possíveis inquiridos tende a subir, podendo garantir o desenvolvimento de um

estudo mais rico e completo. Além disso, a própria experiência acumulada dos docentes poderá revelar uma visão diferente perante o quadro de difusão de informação que actualmente existe e é percebido.

O facto de apenas termos inquirido os docentes dos cursos a decorrer nos estabelecimentos de ensino públicos em Portugal, pelas razões que oportunamente apresentámos, não pretende pôr em causa o potencial interesse que os sujeitos de estabelecimentos particulares podem revelar para uma investigação do género. Eventualmente, verificar se os docentes dos sectores público e privado apresentam comportamentos diferentes na utilização da informação seria um trabalho de reflexão interessante.

Igualmente interessante, pensamos, seria desenvolver um estudo que comparasse detalhadamente a utilização das diversas fontes de informação no âmbito do ensino, e que não se restringisse apenas a uma, como foi o nosso caso. Neste sentido, poder-se-ia verificar quais os factores que influenciam o uso de determinadas fontes de informação.

A confirmar-se as previsões feitas quanto ao desenvolvimento do sector turístico, com o consequente aumento do fluxo de informação, tudo indica que o trabalho de selecção e recolha de dados pelo docente se tonará ainda mais complexo. A projecção de um sistema de informação no domínio do turismo poderá colmatar algumas lacunas e servir como uma ferramenta de trabalho partilhada entre utilizadores com interesses comuns. Por isso, pensamos que seria interessante proceder à fase de implementação do SI que propusemos no capítulo anterior, seguida de uma fase de teste durante um determinado período, para verificar a sua oportunidade de investimento no contexto do ensino superior do turismo em Portugal.

APÊNDICES

REFERÊNCIA AOS APÊNDICES

- Apêndice 1** - Lista de todos os estabelecimentos de ensino identificados e os respectivos cursos abrangidos pelo presente estudo **Ref. no Capítulo 5, p. 77**
- Apêndice 2** - Relação das disciplinas, por estabelecimento e curso, cujos docentes foram contactados..... **Ref. no Capítulo 5, p. 77**
- Apêndice 3** - Questionário I **Ref. no Capítulo 5, p. 82**
- Apêndice 4** - Questionário II..... **Ref. no Capítulo 5, p. 82**
- Apêndice 5** - Principais iniciativas promovidas por organismos públicos nacionais na área dos sistemas de informação em turismo **Ref. no Capítulo 7, p. 109**
- Apêndice 6** - Condicionantes de pesquisa de cada classe de informação para o turismo **Ref. no Capítulo 7, p. 113**
- Apêndice 7** - Estrutura da Base de Dados **Ref. no Capítulo 7, p. 114**

APÊNDICE 1

**LISTA DOS ESTABELECIMENTOS DE ENSINO SUPERIOR PÚBLICO E
RESPECTIVOS CURSOS SELECIONADOS PARA O ESTUDO**

ANO LECTIVO 1999/2000

- ☞ **Universidade do Algarve** / Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
 - . Gestão Hoteleira
 - . Turismo (Faro e Portimão)

- ☞ **Universidade de Aveiro** / Secção Autónoma de Gestão e Engenharia Industrial
 - . Gestão e Planeamento em Turismo

- ☞ **Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro** / Pólo de Chaves
 - . Recreação, Lazer e Turismo

- ☞ **Instituto Politécnico de Beja** / Escola Superior de Tecnologia e Gestão
 - . Estratégia e Gestão Turística

- ☞ **Instituto Politécnico de Bragança** / Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Mirandela
 - . Planeamento e Gestão em Turismo

- ☞ **Instituto Politécnico de Coimbra** / Escola Superior de Educação de Coimbra
 - . Turismo

- ☞ **Instituto Politécnico da Guarda** / Escola Superior Educação da Guarda
 - . Turismo

- ☞ **Instituto Politécnico de Leiria**
 - . Gestão Turística e Hoteleira / Escola Superior de Tecnologia do Mar - Peniche
 - . Turismo / Escola Superior de Educação de Leiria

- ☞ **Instituto Politécnico de Portalegre** / Escola Superior de Educação de Portalegre
 - . Turismo e Termalismo

- ☞ **Instituto Politécnico de Tomar** / Escola Superior de Gestão de Tomar
 - . Gestão Turística e Cultural

- ☞ **Instituto Superior Politécnico Viana do Castelo** – Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Viana Castelo
 - . Turismo

- ☞ **Instituto Superior Politécnico de Viseu** – Escola Superior de Tecnologia de Viseu
 - . Turismo

- ☞ **Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril**
 - . Direcção e Gestão Hoteleira
 - . Direcção e Gestão de Operadores Turísticos
 - . Informação Turística
 - . Cozinha e Produção Alimentar

APÊNDICE 2

**LISTAGEM DAS DISCIPLINAS SELECIONADAS EM CADA CURSO,
POR ESTABELECIMENTO DE ENSINO**

ANO LECTIVO 1999/2000

Universidade do Algarve		
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo		
GESTÃO HOTELEIRA		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Economia do Turismo
2	A	Princípios de Turismo
3	S	Manutenção Hoteleira
3	S	Gestão de A&B + Banquetes
3	S	Operações de Alojamento
4	S	Ordenamento e Planeamento Regional
4	S	Animação na Unidade Hoteleira
4	S	Legislação do Turismo

Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com Coordenador de Curso Prof. Dr. Francisco Serra

Universidade do Algarve		
Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo		
TURISMO – Ramo de Marketing		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Princípios Gerais de Turismo
1	S	Economia do Turismo
2	A	Operações Turísticas
2	S	Transportes
2	S	Legislação do Turismo
2	S	Sociologia do Turismo
3	S	Antropologia do Turismo
3	S	Economia dos Recursos Ambientais
3	S	Animação Turística
3	S	Geografia Turística
3	S	Ordenamento e Planeamento Regional
4	S	Gestão e Marketing de Actividades Turísticas I
4	S	Marketing Turístico
4	S	Gestão do Património e Turismo
4	S	Gestão e Marketing de Actividades Turísticas II
4		Informática Aplicada ao Turismo
4º	S	Turismo e Desenvolvimento

Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com Coordenador de Curso Prof. Dr. Alberto Stratezzera

Universidade de Aveiro		
Secção Autónoma de Gestão e Engenharia Industrial		
GESTÃO E PLANEAMENTO EM TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
2	2º S	Introdução ao Turismo
3	1º S	Sociologia do Turismo
3	2º S	Transporte e Alojamento
3	2º S	Estrutura e Legislação do Turismo
4	1º S	Turismo e Desenvolvimento I
4	1º S	Gestão de Espaços de Lazer e Recreio
4	2º S	Gestão Hoteleira
4	2º S	Turismo Internacional
4	2º S	Turismo e Desenvolvimento II
4	2º S	Desenvolvimento de Novos Produtos em Turismo

Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com Coordenador de Curso Prof. Doutor Carlos Costa

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro		
Pólo de Chaves		
RECREAÇÃO, LAZER E TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	1º S	História Sócio-Económica do Turismo
1	2º S	Estrutura e Legislação em Turismo
2	1º S	Turismo de Aventura
2	1º S	Gestão de Espaços de Recreação e Lazer
2	1º S	Técnicas de Animação
2	2º S	Turismo e Ordenamento
2	2º S	Planeamento de Projectos Turísticos
2	2º S	Gestão de Equipamentos Colectivos de Lazer

Nota 1: Relação feita apenas com base na brochura geral da estrutura curricular

Nota 2: O Curso teve início em 1998/99

Nota 3: Contacto feito com Coordenador de Curso Prof. Dr. Américo Nunes Peres

Instituto Politécnico de Beja Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTIG)		
ESTRATÉGIA E GESTÃO TURÍSTICAS		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Introdução ao Turismo
1	2º S	Sociologia do Turismo
2	1º S	Produtores e Operadores Turísticos
2	2º S	Gestão e Dinamização da Oferta Cultural
2	1º S	Gestão de Empresas Turísticas I
2	1º S	Economia do Turismo
2	2º S	Marketing Turístico
2	2º S	Gestão de Empresas Turísticas II
2	2º S	Aplicações Informáticas para o Turismo
2	2º S	Ordenamento e Planeamento Regional
3	1º S	Geografia e Itinerários Turísticos
3	1º S	Recursos Ambientais e Turismo
3	1º S	Turismo no Espaço Rural
3	1º S	Gestão de Marketing Regional e Local
3	1º S	Turismo Urbano
3	2º S	Os Transportes e o Turismo
3	2º S	Gestão Hoteleira
3	2º S	Prática de Agências de Viagens
3	2º S	Direito do Turismo
4	1º S	Análise das Tendências da Procura e da Oferta Turística
4	1º S	O Produto Turístico e Responsabilidades Institucionais
4	1º S	Turismo Internacional Posicionamento Turismo Português
4	1º S	Sistemas de Informação Aplicados ao Turismo
4	2º S	Estratégia e Planeamento Turístico Institucional
4	2º S	Engenharia Turística e Desenvolvimento Regional
4	2º S	Gestão da Qualidade dos Serviços Turísticos
4	2º S	Desenvolvimento Turístico
4	2º S	Gestão de Marketing Turístico Global

Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com a Coordenadora de Curso Prof. Dr.ª Ana Paula Figueira e Dr. Pedro Cravo

Instituto Politécnico de Bragança Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Mirandela (ESTGM)		
PLANEAMENTO E GESTÃO EM TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	--	--

Nota 1: O curso teve início em 1999/2000

Nota 2: No 1º Ano não foram identificadas disciplinas com interesse para o presente estudo

Instituto Politécnico de Coimbra Escola Superior de Educação de Coimbra		
TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Introdução ao Turismo
1	1º S	Direito e Legislação Turística
1	2º S	Sociologia das Populações e do Lazer
2	A	Geografia do Turismo
2	A	Técnicas de Animação Turística
2	A	Estudos de Mercado
2	A	Administração e Gestão de Recursos
2	1º S	Informação e Itinerários Turísticos
3	A	Marketing e Promoção Turística
3	A	Mercados e Produtos Turísticos
4	1º S	Ordenamento e Planeamento Turístico
4	1º S	Sistemas de Informação em Turismo
4	1º S	Gestão Hoteleira
4	1º S	Agências de Viagens e Operadores Turísticos

Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contactos feitos por nós próprios

Instituto Politécnico da Guarda Escola Superior de Educação da Guarda		
TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
3	S	Planeamento e desenvolvimento Regional
3	S	Animação Sociocultural
3	S	Turismo Internacional

Nota 1: Relação feita apenas com base na brochura geral da estrutura curricular

Nota 2: Em 1999/2000 apenas funcionou o 3º Ano do curso

Nota 3: Contacto feito com Prof. Doutor Quadrado Gil

Instituto Politécnico de Leiria Escola Superior de Tecnologia do Mar (ESTMar)		
GESTÃO TURÍSTICA E HOTELEIRA		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	1º S	Introdução ao Turismo

Nota 1: Relação feita apenas com base na análise dos tópicos programáticos de cada disciplina do plano curricular

Nota 2: O curso teve início em 1999/2000

Nota 3: Contacto feito com Director do Pólo – Eng.º Luís Fernando Almeida

Instituto Politécnico de Leiria Escola Superior de Educação de Leiria		
TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	1º S	Introdução ao Turismo
1	2º S	Geografia Turística I
2	1º S	Sociologia do Turismo
2	1º S	Geografia Turística II
2	1º S	Turismo e Ambiente
2	2º S	Suportes Geográficos para Planeamento Turístico
3	1º S	Gastronomia e Vinhos
3	1º S	Legislação Turística
3	1º S	Gestão Hoteleira

Nota 1: Relação feita apenas com base na análise dos tópicos programáticos de cada disciplina do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com o Coordenador de Curso Prof. Dr. Edgar Lameiras

Instituto Politécnico de Portalegre Escola Superior de Educação de Portalegre (ESEP)		
TURISMO E TERMALISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	1º S	Introdução às Actividades Turísticas
2	1º S	Gestão e Planeamento em Turismo
3	A	Turismo Ambiental, Cultural e Desportivo
3	1º S	Marketing Turístico
3	2º S	Animação Turística
4	1º S	Turismo e Desenvolvimento Regional
4	1º S	Gestão de Empresas Turísticas e Termas
4	2º S	Itinerários Turísticos
4	2º S	Operações Turísticas

Nota 1: Relação feita apenas com base na brochura geral da estrutura curricular

Nota 2: Contacto feito com a Coordenadora de Curso Prof. Dr. Rosalina Correia

Instituto Politécnico de Tomar Escola Superior de Gestão de Tomar (ESGT)		
GESTÃO TURÍSTICA E CULTURAL		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	2º S	Paisagem e Território Natural
2	A	Operações Turísticas
2	A	Princípios Gerais de Turismo
2	2º S	Marketing Turístico
3	2º S	Animação Turística
4	1º S	Turismo e Desenvolvimento Regional
4	1º S	Gestão de Empresas Turísticas e Termas
4	2º S	Itinerários Turísticos
4	2º S	Operações Turísticas

Nota 1: Relação feita com base na análise dos tópicos programáticos de cada disciplina do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com a Prof.ª La Salette Ponte

Instituto Superior Politécnico de Viana do Castelo Escola Superior de Tecnologia e Gestão		
TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Introdução ao Estudo do Turismo
1	A	Sociologia e Psicologia dos Tempos Livres
1	2º S	Legislação e Política Comunitária do Turismo I
2	A	Turismo em Meio Rural
2	A	Ordenamento do Território e Turismo
2	1º S	Legislação e Política Comunitária do Turismo II
2	1º S	Economia do Turismo
2	2º S	Economia das Unidades Turísticas I
2	2º S	Gestão das Unidades Turísticas I
3	A	Planeamento e Gestão dos Recursos Turísticos
3	A	Itinerários Turísticos
3	A	Marketing e Promoção Turística
3	1º S	Economia das Unidades Turísticas I
3	2º S	Gestão das Unidades Turísticas II
4	A	Informática Aplicada
4	1º S	Eco-Desenvolvimento e Turismo Ambiental
4	1º S	Informação Turística e Técnicas de Animação
4	1º S	Turismo Internacional e Transportes
4	2º S	Marketing Turístico

Nota 1: Relação feita com base na brochura geral da estrutura curricular

Nota 2: Contacto feito com o Prof. Dr. Carlos Fernandes

Instituto Superior Politécnico de Viseu Escola Superior de Tecnologia		
TURISMO		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	2º S	Sociologia do Turismo
1	2º S	Princípios Gerais do Turismo

Nota 1: Nota 1: Relação feita com base na análise dos programas de cada uma das disciplinas do plano curricular

Nota 2: Contacto feito com o Coordenador de curso Prof. Dr. Joaquim Antunes

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril		
DIRECÇÃO E GESTÃO DE OPERADORES TURÍSTICOS		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	A	Introdução à Problemática do Turismo
2	A	Geografia do Turismo
2	A	Transportes
2	1º S	Sociologia do Turismo
2	2º S	Mercados Turísticos
3	A	Itinerários Turísticos
3	A	Marketing
3	2º S	Legislação do Turismo
3	2º S	Animação Turística
4	1º S	Economia do Turismo
4	1º S	Itinerários Turísticos Internacionais
4	1º S	Turismo e Ambiente
4	1º S	Direito Comunitário e Legislação do Turismo
4	2º S	Planeamento Turístico e Ordenamento do Território
4	2º S	Organização de Eventos

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril		
INFORMAÇÃO TURÍSTICA		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
1	1º S	Introdução à Problemática do Turismo
1	2º S	Sociologia do Turismo
2	A	Geografia do Turismo em Portugal
2	A	Marketing
2	1º S	Mercados Turísticos
3	A	Direito Comunitário e Legislação do Turismo
3	A	Itinerários Turísticos
3	1º S	Organização de Eventos
3	2º S	Animação Turística
4	A	Marketing Turístico
4	A	Planeamento e Desenvolvimento de Produtos Turísticos
4	A	Itinerários Turísticos Internacionais
4	A	Sistemas de Informação Turística
4	1º S	Turismo e Qualidade
4	1º S	Turismo e Gastronomia
4	2º S	Geografia do Turismo Internacional
4	2º S	Turismo e Ambiente

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril		
COZINHA E PRODUÇÃO ALIMENTAR		
ANO	TIPO	DISCIPLINAS
2	A	Turismo e Gastronomia
2	1º S	Gestão Operacional (Alimentos e Bebidas)
3	1º S	Marketing e Comunicação
3	2º S	Técnicas de Venda

ANEXO 3

QUESTIONÁRIO I

1. Utiliza a Internet enquanto fonte de informação para apoiar a sua actividade profissional no curso de turismo?

? Sim. Neste caso apenas preencha o presente questionário (Questionário I).

? Não. Neste caso, passe a preencher o Questionário II.

2. Numere, por ordem de interesse, os motivos que o levam a utilizar a Internet como ferramenta de apoio à sua actividade profissional no ensino do turismo?

? Actualizar informação

? Trocar correspondência

? Confirmar informação

? Outro. Qual? _____

? Recolher informação

3. No âmbito das tarefas seguidamente enunciadas, refira, em termos percentuais, como é que reparte a sua actividade profissional no curso de turismo:

Ensino _____%

Investigação _____%

Outras Actividades _____%

4. Em que ano é que começou a utilizar a Internet como ferramenta de apoio para realizar as suas tarefas no curso de turismo?

? Antes 1990

? 1992

? 1995

? 1998

? 1990

? 1993

? 1996

? 1999

? 1991

? 1994

? 1997

? 2000

5. Em que local é que acede à Internet com mais frequência para obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo?

? Associação/Desenvolvimento Local

? Cibercafé / Quiosque

? Casa

? Estabelecimento de ensino onde trabalha

? Biblioteca Municipal

? Outro

6. No seu estabelecimento de ensino, indique o local onde acede à Internet com mais frequência para obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo:

? Biblioteca

? Gabinete de trabalho

? Centro/núcleo de informática

? Outro. Qual? _____

? Para o efeito não acedo à Internet no local referido (Neste caso passe para a pergunta 8)

7. Considera que no local anteriormente assinalado dispõe sempre de boas condições para aceder à Internet quando necessita de obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo?

? Sim ? Não

8. Indique os dois motores de busca que utiliza com mais frequência para obter informações de apoio à realização das suas tarefas:

[Assinale com o mais utilizado e com o segundo mais utilizado]

- | | |
|-------------|------------------------|
| ? aeiou | ? sapo |
| ? altavista | ? yahoo |
| ? infoseek | ? Outros.Quais? 1_____ |
| ? msn | 2_____ |

9. Assinale as duas principais fontes de informação que utiliza para obter a direcção de um *site* na Internet relacionado com as suas tarefas:

[Assinale com a mais utilizada e com a segunda mais utilizada]

- | | |
|---|---------------------------|
| ? Contacto directo com o organismo | ? Motor de busca |
| ? Exposições/feiras | ? Referência de colegas |
| ? Imprensa do sector | ? Seminários/conferências |
| ? Materiais promocionais do <i>site</i> | ? Outras. Quais?_____ |

10. Do tempo total que dispõe com a utilização da Internet refira, em média, o número de horas semanais gasto:

a) para obter informações de apoio à realização de todas as suas tarefas no curso de turismo (ensino, investigação e outras actividades): _____ horas/semanais

b) para utilizar fora do contexto do curso de turismo: _____ horas/semanais

11. A partir de uma base de 100%, refira como reparte o seu tempo a utilizar a Internet no âmbito das tarefas profissionais seguidamente enunciadas e sublinhe as actividades para as quais faz essa pesquisa:

_____% *Ensino* (preparação de aulas teóricas, preparação de aulas práticas/teórico-práticas, orientação trabalhos, preparação seminários, organização de estágios, utilização de *e-mail*)

_____% *Investigação* (elaboração e execução de projectos de investigação, publicação de livros e artigos, comunicações, participação em congressos, utilização de *e-mail*);

_____% *Outras actividades* (participação em órgãos de gestão, coordenação de órgãos de gestão, participação em órgãos do Governo, utilização de *e-mail*).

12. Em contexto curricular é costume incentivar os seus alunos a procurarem informação na Internet?

? Sim ? Não

13. Indique os quatro sites que consulta com mais frequência para obter informações de apoio à realização das suas tarefas no curso de turismo:

14. Quanto aos *sites* referidos na pergunta 13 e 14, assinale o seu grau de satisfação pessoal nos parâmetros de avaliação referidos:

SITES ?	PARÂMETROS DE AVALIAÇÃO																			
	Design					Facilidade de navegação					Pertinência da informação					Periodicidade de actualização				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5

15. Relativamente às áreas de informação que já procurou na Internet para efeitos da sua actividade docente, indique o seu grau de satisfação, considerando o rácio quantidade/qualidade de informação obtida.

[~~1~~ Nada satisfeito / ~~2~~ Muito pouco satisfeito / ~~3~~ Pouco satisfeito / ~~4~~ Satisfeito / ~~5~~ Muito satisfeito]

ÁREAS DE INFORMAÇÃO	Procurou informação?		GRAU DE SATISFAÇÃO				
	1	2	1	2	3	4	5
Actividades de animação	Sim	Não	1	2	3	4	5
Agências de viagens	Sim	Não	1	2	3	4	5
Associações/organizações do sector	Sim	Não	1	2	3	4	5
Circuitos e rotas	Sim	Não	1	2	3	4	5
Dados estatísticos	Sim	Não	1	2	3	4	5
Empreendimentos turísticos	Sim	Não	1	2	3	4	5
Empresas diversas	Sim	Não	1	2	3	4	5
Economia do turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Estabelecimentos de restauração e bebidas	Sim	Não	1	2	3	4	5
Estudos de mercado para o turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Impactos do turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Incentivos financeiros para o turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Instituições de ensino na área de turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Legislação do sector	Sim	Não	1	2	3	4	5
Marketing turístico	Sim	Não	1	2	3	4	5
Organismos centrais do turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Organismos locais do turismo	Sim	Não	1	2	3	4	5
Produtos turísticos	Sim	Não	1	2	3	4	5
Recursos turísticos	Sim	Não	1	2	3	4	5
Referências bibliográficas	Sim	Não	1	2	3	4	5
Sistemas de informação	Sim	Não	1	2	3	4	5
Turismo no Espaço Rural	Sim	Não	1	2	3	4	5
Turismo de Natureza	Sim	Não	1	2	3	4	5
<i>Outras áreas anteriormente não consideradas:</i>							
			1	2	3	4	5
			1	2	3	4	5
			1	2	3	4	5
			1	2	3	4	5

16. Costuma confirmar os dados recolhidas da Internet com outras fontes de informação?

? Sim ? Não

APÊNDICE 4

QUESTIONÁRIO II

1. No âmbito das funções seguidamente enunciadas refira, em termos percentuais, como é que reparte a sua actividade profissional no curso de turismo:

Ensino _____% Investigação _____% Outras Actividades _____%

2. Que disciplinas é que estão a seu cargo no presente ano lectivo?

3. Há quantos anos é que exerce a sua actividade profissional ligada ao ensino superior do turismo? _____

4. Utiliza o computador como ferramenta de trabalho no âmbito da sua actividade profissional no curso de turismo?

- ? Sim
- ? Não. Neste caso passe para a pergunta 8.

5. Qual é a utilidade principal que dá ao computador no âmbito da sua actividade profissional no curso de turismo?

- ? Acesso à Internet - utilização correio
- ? Tratamento gráfico de texto e imagens
- ? Consulta de CD Rom's
- ? Utilização folhas cálculos
- ? Processamento de texto
- ? Outra

6. Qual o principal motivo pelo qual ainda não utiliza a Internet enquanto fonte de informação de apoio à sua actividade profissional no curso de turismo:

- ? Falta de tempo para aprender
- ? Não lhe reconhece utilidade
- ? Falta de tempo para utilizar
- ? Não lhe reconhece credibilidade
- ? Más condições de acesso
- ? Não tem acesso à Internet
- ? Não está motivado/a
- ? Outro motivo

7. Como obteve os conhecimentos informáticos que possui actualmente?

- ? Apoio / orientação de colegas
- ? Auto-aprendizagem
- ? Cursos de formação na área de informática
- ? Outras formas

8. Indique as duas principais fontes de informação que utiliza para exercer a sua actividade profissional no curso de turismo:

[Assinale com a mais utilizada e com a segunda mais utilizada]

- Audiovisuais
- Material livro
- Formato electrónico (CD Rom's, base de dados em linha, ...)
- Seriados (ou publicações)
- Teses e dissertações

9. Na sua opinião a Internet pode ser uma fonte de informação útil na recolha e utilização de dados para apoiar a sua actividade profissional no curso turismo?

Sim Não

10. Em contexto curricular é costume incentivar os alunos a procurarem informação na Internet?

Sim Não

OUTROS DADOS

11. Sexo _____ **12. Ano de nascimento** _____

13. Qual é a sua situação académica actual?

- Professor Catedrático
- Professor Associado
- Professor Associado Convidado
- Professor Auxiliar
- Professor Auxiliar Convidado
- Professor Adjunto
- Assistente
- Assistente Convidado
- Monitor
- Outra _____

14. Quanto aos graus de formação académica obtidos, ou em vias de obter, refira os seguintes dados:

	DESIGNAÇÃO	INSTITUIÇÃO	ÂMBITO / TEMA DA TESE
Doutoramento			
Mestrado			
Licenciatura			-----

15. Para além das funções de docente, desenvolve outra(s) actividade(s) no âmbito do sector turístico?

- Sim. Em que domínio(s)? _____
- Não _____

Data: ___ / ___ / 2000

APÊNDICE 5

**PRINCIPAIS INICIATIVAS E PROJECTOS DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO
DESENVOLVIDOS EM PORTUGAL NO ÂMBITO DO SECTOR TURÍSTICO**

INICIATIVAS / PROJECTO	ENQUADRAMENTO / OBJECTIVOS	COORDENADOR
InTourisME¹	<p>Estabelecer uma estrutura europeia para promover o uso do comércio electrónico na Internet entre as PME's do sector turístico, situadas nas áreas menos favorecidas da Europa:</p> <ul style="list-style-type: none"> . Implementar um meio inteligente de busca no sector do turismo europeu . Estabelecer servidores locais/regionais para a informação turística na Internet . Implementar, disseminar e desenvolver o comércio electrónico no mercado turístico . Aumentar a competitividade das PME's 	<p align="center">ICEP Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal (coordenador nacional)</p>
Portugal InSite²	<p>Pretende ser um instrumento de gestão e apoio à decisão. É um sistema de informação inovador e um meio de promoção do destino de Portugal na Internet ao serviços dos turistas e dos profissionais do turismo.</p>	<p align="center">ICEP Investimentos, Comércio e Turismo de Portugal</p>
Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos - SIGRT³	<p>É uma base de dados estruturada que visa proporcionar às entidades públicas com responsabilidades sobre o planeamento e ordenamento turístico um importante instrumento de apoio à análise e decisão naqueles domínios. Visa também disponibilizar uma fonte de informação que seja credível e abrangente</p>	<p align="center">Direcção Geral do Turismo</p>
Quiosques Multimédia	<p>Sistema vocacionado para ser utilizado em locais que potencialmente são muito visitados pelo público. Têm uma função informativa e de carácter promocional.</p>	<p align="center">Direcção Geral do Turismo (em parceria com os organismo regionais de turismo)</p>

¹ Fonte: Folheto de divulgação "*InTourisME Building an Internet-based Tourism Constituency for SME's in the Less Favoured Regions of Europe*", s/ data

² Fonte: Folheto de divulgação "*Portugal inSite*", s/ data

³ Fonte: Brochura informativa "*Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos*", s/ data

APÊNDICE 6

1. EVENTOS

1.1. Tipo de actividade

- ? Festas
- ? Feiras
- ? Romarias
- ? Outras

1.2. Entidade organizadora

- ? Tipo de entidade [Câmara Municipal, Associação Desenvolvimento, Clubes, empresas...]
- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

1.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

1.4. Data de realização

- ? Ano
- ? Mês
- ? Dia

1.5. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

1.6. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

1.7. Dados estatísticos

- ? Tipo de actividade [festas, feiras, romarias, outras]
- ? Número e tipo de actividades [localização geográfica]
- ? Data de realização [ano, mês, dia]
- ? Número turistas [por tipo de actividade, por nacionalidade, por data realização, ...]

2. AGÊNCIAS DE VIAGENS

2.1. Entidade

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

2.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

2.3. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

2.4. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

2.5. Dados estatísticos

- ? Número de agências [localização geográfica]
- ? Nacionalidade das agências

- ? Data de entrada em funcionamento

3. ARTESANATO

3.1. Tipo de produto

- ? Olaria
- ? Tapeçaria
- ? Outros

3.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

3.3. Entidade promotora

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades e produtos desenvolvidos

3.4. Exposições & Outras Iniciativas

- ? Tema
- ? Localização geográfica [...]
- ? Data [...]
- ? Entidade promotora [câmaras municipais, associações, empresas, ...]

3.5. Dados estatísticos

- ? Número de entidades [localização geográfica]

4. Empresas & Associações

4.1. Tipo de entidade

- ? Associação
- ? Empresa
- ? Grupos
- ? Outros

4.2. Domínio de intervenção

- ? Agências de viagens & operadores
- ? Empreendimentos turísticos
- ? Restauração
- ? TER¹
- ? TN²
- ? Animação
- ? Outros

4.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

4.4. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

4.5. Dados estatísticos

- ? Número de entidades [localização geográfica]
- ? Domínio de intervenção [localização geográfica]
- ? Número de associados [tipo de entidade]

¹ TER – abreviatura de Turismo no Espaço Rural

² TN - Turismo de Natureza

5. DADOS ESTATÍSTICOS

5.1. Hotelaria

- ? Tipo de estabelecimento [empreendimentos turísticos, TER, outros]
 - número de estabelecimentos
 - capacidade de alojamento
 - taxa de ocupação
 - estimativa de dormidas [nacionais e estrangeiros]
- ? Motivos da viagem
- ? Área / Localização geográfica [...]

5.2. Agências de viagens

- ? Consultas efectuadas
- ? Perfil dos indivíduos

5.3. Transporte

- ? Número
- ? Capacidade
- ? Taxa de ocupação

5.4. Receitas e Despesas

- ? ...

6. EMPREENDIMENTOS TURÍSTICOS

6.1. Tipo de empreendimento

- ? Estabelecimentos hoteleiros [hotéis, pensões, pousadas, motéis, ...]
- ? Meios complementares de alojamento turístico [aldeamentos turísticos, apart-hotéis, ...]
- ? Parques de campismo públicos
- ? Conjuntos turísticos

6.2. Entidade

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

6.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

6.4. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

6.5. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

6.6. Dados estatísticos

- ? Número de empreendimentos [localização geográfica]
- ? Número de turista [tipo empreendimento]
- ? Receitas e despesas [tipo empreendimento]
- ? Motivação [tipo empreendimento]

7. ESTABELECIMENTOS DE RESTAURAÇÃO E DE BEBIDAS

7.1. Tipo de estabelecimento

- ? Estabelecimentos restauração
- ? Estabelecimento de bebidas)

7.2. Entidade

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

7.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

7.4. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

7.5. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

7.6. Dados estatísticos

- ? Número de estabelecimentos [localização geográfica]
- ? Tipo de estabelecimento [localização geográfica]

8. ESTABELECEMENTOS DE ENSINO & FORMAÇÃO

8.1. Tipo de estabelecimento

- ? Públicos
- ? Semi-públicos
- ? Privados

8.2. Nível de ensino

- ? Nível I
- ? Nível II
- ? Nível III
- ? Bacharelato
- ? Licenciatura
- ? Pós-Graduação
- ? Mestrado
- ? Doutoramento

8.3. Designação do curso

8.4. Entidade

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidos

8.5. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

8.5. Características do curso

- ? Plano curricular
- ? Médias de entrada
- ? Outras informações

8.6. Dados estatísticos

- ? Número de estabelecimentos [localização geográfica]
- ? Número de alunos [por curso]
- ? Médias [por curso]
- ? Número de vagas [por curso e por ano]

9. ESTUDOS DE MERCADO

9.1. Publicações de estudos por:

- ? Produtos turísticos [turismo sol e praia, turismo de neve, turismo cultural, ...]
- ? Órgãos turismo [regiões turismo, comissões turismo, juntas turismo, DGT, I CEP, associações, empresas...]
- ? Áreas geográficas estudadas

9.2. Entidades

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Tipo de estudos realizados

10. FEIRAS & EXPOSIÇÕES

10.1. Tipo de actividade

- ? Feiras
- ? Exposições

10.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

10.3. Data de realização

- ? Ano
- ? Mês
- ? Dia

10.4. Entidade promotora

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades e produtos desenvolvidos

10.5. Dados estatísticos

- ? Número de iniciativas [tipo de actividade e/ou localização geográfica e/ou data de realização]

11. GASTRONOMIA & VINHOS

11.1. Tipo de produto

- ? Gastronomia
- ? Vinhos

11.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

11.3. Entidade

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidos

11.5. Exposições & Outras Iniciativas

- ? Tema
- ? Localização geográfica [...]
- ? Data [...]
- ? Entidade promotora [câmaras municipais, associações, empresas, ...]

12. INCENTIVOS FINANCEIROS

12.1. Incentivos por actividades

- ? Empreendimentos Turísticos
- ? Estabelecimentos de Restauração e de Bebidas
- ? Turismo no Espaço Rural
- ? Turismo de Natureza

- ? Animação
- ? Outras
- 11.2. Legislação
 - ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
 - ? Resumo
- 11.3. Dados estatísticos
 - ? Número de projectos [localização geográfica]
 - ? Valor dos projectos [localização geográfica]
 - ? Tipologia dos projectos [localização geográfica]

13. REFERÊNCIA BIBLIOGRÁFICAS & IMPRENSA

- 13.1. Tema
 - ? T. Sol e praia
 - ? T. Neve
 - ? T. Golfe
 - ? Outros
- 13.2. Suporte
 - ? Jornais
 - ? Revistas
 - ? Anuários
- 13.3. Entidade
 - ? Nome
 - ? Direcção / contacto
 - ? Actividades desenvolvidos
- 13.4. Data de publicação
 - ? Ano
 - ? Mês
 - ? Dia

14. LEGISLAÇÃO

- 14.1. Âmbito
 - ? Agências de Viagens e Turismo
 - ? Declaração de Interesse para o Turismo
 - ? Declaração de Relevante Valor Arquitectónico, Histórico ou Cultural,
 - ? Empreendimentos Turísticos,
 - ? Estabelecimentos de Restauração e de Bebidas,
 - ? Habitação Periódica (*Time-sharing*),
 - ? Qualidade de Empreendimentos na Área do Turismo,
 - ? Turismo no Espaço Rural,
 - ? Turismo de Natureza,
 - ? Comboios Turísticos, Animação Turística,
 - ? Parques de Campismo Privativos
 - ? Utilidade turística
- 14.2. Data de publicação
 - ? Ano
 - ? Mês
 - ? Dia
- 14.3. Legislação
 - ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
 - ? Resumo

15. ORGANISMOS PÚBLICOS

15.1. Tipo de organismo

- ? Centrais
- ? Regionais
- ? Locais

15.2. Organismo

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Competências

15.3. Âmbito da competência

- ? Financiamento
- ? Promoção
- ? Edição e publicação de dados
- ? Formação profissional
- ? Outros

15.4. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

15.3. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

16. PLANEAMENTO & ORDENAMENTO TURÍSTICO

16.1. Planos

- ? Designação
- ? Âmbito

16.2. Organismo

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Competências

16.3. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

16.4. Consulta dos planos

- ? Organismo
- ? Edição

19. TURISMO NO ESPAÇO RURAL

19.1. Tipo de empreendimentos TER

- ? Meios de alojamento [T. Habitação, T. Rural, Agro-Turismo, Casas de Campo, Aldeias Históricas]
- ? Empreendimentos Turísticos [Hotéis Rurais, Parques de Campismo Rurais]

19.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo])

19.3. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

19.4. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

19.5. Dados estatísticos

- ? Número de empreendimentos [por categoria e/ou localização geográfica]
- ? Número de turistas [por categoria e/ou localização geográfica e/ou nacionalidade]

20. TURISMO DE NATUREZA

20.1. Meios de alojamento

- ? Casas de Natureza
- ? Casas de abrigo
- ? Centros de Acolhimento
- ? TER

20.2. Animação TN

- ? Animação
- ? Interpretação ambiental
- ? Desporto de natureza

20.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

20.4. Associações representativas do sector

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades desenvolvidas

20.5. Legislação

- ? Referência [tipo de diploma (decreto-lei, decreto-regulamentar, portaria, etc.), número diploma, número do Diário da República, data de publicação]
- ? Resumo

20.6. Dados estatísticos

- ? Número de unidades de alojamento [localização geográfica]
- ? Tipo de estabelecimento [localização geográfica]
- ? Número de turistas [localização geográfica e/ou nacionalidade]

21. SEMINÁRIOS & CONGRESSOS

21.1. Tipo de actividade

- ? Seminários
- ? Congressos

21.2. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

21.3. Data de realização

- ? Ano
- ? Mês
- ? Dia

21.4. Entidade promotora

- ? Nome
- ? Direcção / contacto
- ? Actividades e produtos desenvolvidos

21.5. Dados estatísticos

- ? Número de iniciativas [tipo de actividade e/ou localização geográfica e/ou data de realização]

22. CONCURSOS

22.1. Área do concurso

- ? Formação
- ? Técnico
- ?

22.2. Diploma

- ? Referência
- ? Ministério
- ?

22.3. Localização geográfica

- ? Comissão de coordenação regional [...]
- ? Distrito [...]
- ? Concelho [...]
- ? Área promocional [Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale Tejo, Alentejo, Algarve, Açores e Madeira]
- ? Órgão turismo [região turismo, comissão turismo ou junta de turismo]

22.4. Entidade promotora

- ? Nome
- ? Direcção / contacto

23. Informática & Turismo

23.1. Área de aplicação

- ? Tipo de empreendimento
- ? Requisitos

23.2. Entidade promotora

- ? Nome
- ? Direcção / contacto

24. SITES NACIONAIS COM INTERESSE

25. SITES INTERNACIONAIS COM INTERESSE

BIBLIOGRAFIA

- LEANDRO**, Almeida; **FREIRE**, Teresea – *Metodologia da Investigação em Psicologia e Educação*. 2ª ed. Braga: Psiquilíbrios, 2000
- AMARAL**, L.A.M. - *Um Referencial para o Planeamento de Sistemas de Informação*. Universidade do Minho, PRAXIS, Tese de Doutoramento, 1994
<<http://shiva.di.uminho.pt/~amaral/teses.html>> [25 Julho 2001]
- AMBRÓSIO**, Teresa – Sessão de Abertura. In PORTUGAL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação (Ed.) - *A Sociedade da Informação na Escola: actas*. Lisboa, 1998.
- BASTO**, Hugo; **RAMOS**, José – *TurisNet-Portal Profissional de Turismo*. Disciplinas de Interfaces Humano-Computador e Arquitectura Cliente-Servidor. Universidade de Aveiro. Trabalho não Publicado. 2000.
- BERGMAN**, Michael; **SMITHER**, M – *The Deep Web: Surfacing Hidden Value*. BrightPlanet.com LLC, 2000
<<http://128.121.227.57/download/deepwebwhitepaper.pdf>> [25 Julho 2001]
- BEST**, D.P. - The Future of Information Management. *International Journal of Information Management*. Mar. 1988, Vol. 8 (1), p. 13-24.
- BRYSON**, Jo – *Managing Information Services: An Integrated Approach*. Aldershot: Gower, 1997.
- BUHALIS**, Dimitrios – Strategic Use of Information Technologies in the Tourism Industry. *Tourism Management*. 1998, Vol. 19 (5), pp. 409-421.
- BUHALIS**, Dimitrios – ENTER´96: Information and Communications Technologies in Tourism: Conference Report. *Progress in Tourism and Hospitality Research*. 1996, Vol. 2 (2), pp. 201-203.
- BURKE**, Maria E.; **HALL**, Hazel - *Navigating Business Information Sources: A Practical Guide for Information Managers*. London: Library Association Publishing, 1998.
- CACHAPUZ**, António – A Educação e a Formação na Sociedade da Informação: o Contributo das Novas Tecnologias. In PORTUGAL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação (Ed.) - *A Sociedade da Informação na Escola: actas*, Lisboa, 1998.
- CARNEIRO**, Roberto - Prefácio. In CONCEIÇÃO, Pedro [et. al] – *Novas Ideias para a Universidade*. Lisboa: IST Press, 1998.
- CHOO**, Chun Wei – *Information Management for the Intelligent Organization: The Art of Scanning the Environment*. 2ª ed. Medford: Information Today, 1998.

- CLARK**, Mona A. [et al.] – *Researching and Writing Dissertations in Hospitality and Tourism*. Tourism and Hospitality Management Series. London: ITP, 1998.
- CLEVELAND**, Harlan - *Information as a Resource*. The Futurist, Dec 1982, p. 34-39.
- CONCEIÇÃO**, Pedro [et. al] – *Novas Ideias para a Universidade*. Lisboa: IST Press, 1998.
- COOKE**, Alison – *A Guide to Finding Quality Information on the Internet*. London: Library Association Publishing, 1999.
- CORREIA**, Paulo – A Problemática do Valor da Informação. *Dos Algarves*. Faro: ESGHT/Ualg. ISSN 0873-7347. Nº 7, 2ª S, (2000) 15-19.
- COSTA**, Jorge; **RITA**, Paulo; **ÁGUAS**, Paulo - *Tendências Internacionais em Turismo*. Lisboa: Lidel, 2001.
- DIZ**, Henrique; **SANTANA**, Silvina – As Tecnologias de Informação e o Universo das PME's. Revista Portuguesa de Gestão. AEDG/ISCTE I, II, III, IV 1996, p. 89-100.
- DEMPSEY**, Lorcan [et al.] – International Information Gateway Collaboration. Report of the First IMesh Framework Workshop. *D-Lib Magazine*, Dec. 1999, Vol. 5 (12).
- EUROPA**. The European Commission. *Information Society (IS)*. 2000.
<<http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/policy-areas/is.htm>> [5 Setembro 2000]
- FAZENDEIRO**, António – As Novas Tecnologias de Informação e Comunicação na Escola: a Realidade Existente e os Meios Necessários. In PORTUGAL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação (Ed.) - *A Sociedade da Informação na Escola*: actas, Lisboa, 1998.
- FAUSTINO**, João; **ISIDRO**, Rui – *Sistema de Informação para os Profissionais de Turismo*. Disciplinas de Interfaces Humano-Computador e Arquitectura Cliente-Servidor. Universidade de Aveiro. Trabalho não Publicado. 2000.
- FCCN FUNDAÇÃO PARA A COMPUTAÇÃO CIENTÍFICA NACIONAL** – *Estatísticas*. 2000.
<<http://www.fccn.pt/estatisticas/index.shtml>> [30 Julho 2001]
- FERNANDES**, J. P. Santana – A Qualidade na Formação Profissional: uma Abordagem do Ponto de Vista da Avaliação. *Dos Algarves*. Faro: ESGHT / Ualg. 1998, Nº 3.
- FOLDOC** Free On Line Dictionary of Computing. 1993
<<http://foldoc.doc.ic.ac.uk/foldoc/index.html>> [30 Julho 2001]
- FORTE**, Atílio - Atílio Forte Põe o Dedo na Ferida.... *Correio de Turismo*. Lisboa: INFT. Jan./Mar. 1999, Nº 5, p. 4-9.
- FURTADO**, Carlos Sá - Depoimento. In PORTUGAL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação (Ed.) - *A Sociedade da Informação na Escola*: actas. Lisboa, 1998.

- HILL**, Manuela Magalhães; **HILL**, Andrew - *Investigação por Questionário*. Lisboa: Sílabo, 2000.
- HOLLEMAN**, Gary – *Travel and Hospitality Online*. London: ITP, 1996.
- HORTON**, F. Woody - *Information Resources Management*. Englewood Cliffs: Prentice-Hall, 1985
- HOTCHKISS**, Gord – *Net Profit*. 2001
 <<http://www.searchengineposition.com/netprofit/invisibleweb.htm>> [27 Abril 2001]
- INKPEN**, Gary – *Information Technology for Travel and Tourism*. 2ª ed. Longman: Essex, 1998.
- INSKEEP**, - *Tourism Planning*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1991.
- INFORMATION SOCIETY** The European Commission
 <<http://europa.eu.int/comm/enterprise/services/tourism/policy-areas/is.htm>> [5/9/00]
- INTERNET SOFTWARE CONSORTIUM ISC** – *Internet Domain Survey, January 2001*. 2000
 <<http://www.isc.org/ds/WWW-200101/index.html>> [29 Julho 2001]
- INTERNET SOCIETY ISOC** – *All About the Internet Society*. Reston e Geneva, 2001.
 <<http://www.isoc.org/isoc/mission/>> [26 Abril 2001]
- ISOC Internet Society** – *A brief History of the Internet and Related Networks*
 <<http://www.isoc.org/internet/history/cerf.html>> [4/26/01]
- KHAN**, Mahmood, **OLSEN**, Michael D. Olsen, VAR, Turgut – *VNR's Encyclopedia of Hospitality and Tourism*. New York: Van Nostrand Reinhold, 1993.
- LENCASTRE**, José Garcez – Internet: a Rede das Redes. *Dirigir*. Jan/Fev. 1996, p. 30-36
- LAWRENCE**, Steve, **GILES**, C. Lee – Searching the World Wide Web. *Science*. Vol. 280, Nº 5360, pp. 98-100, 1998
 <<http://www.neci.nec.com/~lawrence/science98.html>> [29/07/01]
- MATOSO**, J.M. Guerreiro - *A Informática na Hotelaria e no Turismo*. Lisboa: Plátano, 1996.
- MARTIN**, William J. - *The Information Society*. Hampshire: Aslib Gower, 1995.
- MARTIN**, William J. - *The Information Society*. London: Aslib Gower, 1998. p. 96.
- MOORE**, Nick - The Information Society. In **LARGE**, Andrew - *World Information Report 1997/1998*. Paris: Unesco, 1997, p. 271-283.
- MOORE**, Nick – Creators, Communicators and Consolidators: the New Information Professional. *Managing Information*. 1996, Vol. 3 (6), p. 24-25.
- MOURA**, Carlos - A Requalificação dos Recursos Humanos no Sector do Turismo. *Correio de Turismo*. Lisboa: INFT. Jan./Jun. 2000, Nº 8.

MOUTINHO, Luiz - *Strategic Management in Tourism*. Oxon: CABI, 2000.

NUA Internet Surveys – *How Many on Line?*. ITU, 2000.

<http://www.nua.ie/surveys/how_many_online/index.html> [13 Julho 2001]

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (Ed.) - *Introducción al Turismo*. 1ª ed. 1998

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO - *Educando Educadores en Turismo*. Madrid: The World Tourism Organization com o Instituto de Turismo Empresa Y Sociedad e a Universidad Politécnica de Valencia, 1995.

OTERO, Fernando – A gestão da Informação. *Comportamento Organizacional e Gestão*. Instituto Superior de Psicologia Aplicada. 1996, Vol. 2 (2), p.155-168.

PESTANA, M. Helena; **GAGEIRO**, João – *Análise de Dados para Ciências Sociais: a Complementaridade do SPSS*. 2ª ed. Lisboa: Edições Sílabo, 2000.

PINTO, Joaquim – *Arquitectura para um Sistema Colaborativo Baseado em Ferramentas Hiperméida*. Universidade de Aveiro Departamento de Electrónica e Telecomunicações. Tese de Doutoramento, 1997.

PLAZA, Antonio Guevara [et al.] – *Internet y Turismo*. Málaga: Miramar, 1997.

POON, Auliana - *Tourism Technology and Competitive Strategies*. CAB International, 1993.

PORTUGAL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Missão para a Sociedade da Informação (Ed.) – *Livro Verde para a Sociedade da Informação em Portugal*. Lisboa, 1997.

PORTUGAL. Resolução do Conselho de Ministros n.º 64/2000. *Diário República*. N.º 149, Sério I-B, de 30 de Junho.

QUERIDO, Paulo – A Web Invisível. *Expresso*, Caderno Vidas, 7 Jul. 2001, p. 42-43

RIBEIRO, Lúgia Maria – *Algumas Notas sobre a História da Internet*. FEUP-CICA Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Centro de Informática Professor Correia de Araújo, 1998.

<http://alf.fe.up.pt/~lmg/mgi/GOIL_historia.html> [26 de Abril 2001]

RITA, Paulo – A Importância do Turismo On-Line. *Revista Portuguesa de Gestão*. Lisboa: ISCTE Escola de Gestão. Abr/Mai/Jun 2001, III Série, Ano 16 (2).

RITCHIE, Brent J. R.; **Goeldner**, Charles R.; **WILEY**, John – *Travel, Tourism and Hospitality Research: a Handbook for Managers and Researchers*. 2ª ed. New York: Wiley, 1994.

ROWLANDS, Ian - *Understanding Information Policy*. London: Bowker-Saur, 1997.

SCHONLAND, Addison, **WILLIAMS**, Peter – Using the Internet for Travel and Tourism Survey Research: Experiences from the Net Traveler Survey. *Journal of Travel Research*. Fall 1996, Vol XXXV (2), p. 81-87.

- SILVA**, Alberto, **DELGADO**, José – *A Internet e a Web*. Comunicação 1º Encontro Artes e Tecnologia, ArtiBytes, 1997.
<<http://berlin.inesc.pt/alb/papers/1997/artiByters97.pdf>> [27 Julho 2001]
- SILVA**, Armando Malheiro [et al.] – *Arquivística: Teoria e Prática de uma Ciência da Informação*. Vol. 1. Porto: Afrontamento, 1999.
- SMITH**, Alastair G. – Testing the Surf: Criteria for Evaluating Internet Information Resources. *The Public-Access Computer Systems Review* 8. N°3, 1997.
- SOUSA**, Sérgio - *Tecnologias da Informação: O Que São? Para Que Servem?*. 2ª ed. FCA, 1999.
- SYNOTT**, W.R. - *The Information Weapon: Winning Customers and Markets With Technology*. New York: Wiley. 1987 .
- TESSARING**, Manfred - *Training for a Changing Society: A Report on Current Vocational Education and Training Research in Europe*. 2ª ed. Thessaloniki: CEDEFOP (European Centre for the Development of Vocational Training), 1998.
- VARAJÃO**, João Quintela – *A Arquitectura da Gestão de Sistemas de Informação*. Lisboa: FCA Editora de Informática, 1998.
- ZORRINHO**, Carlos – *Gestão da Informação*. Lisboa: Editorial Presença. 1991.
- WILLIAMS**, A. Paul – Information Technology and Tourism: A Dependent Factor for Future Survival. *World Travel and Tourism Review*. 1993, p. 200-205.
- WILSON**, Tom - Towards an Information Management Curriculum. *Journal of Information Science*. 1989, Vol. 15 (4/5), p. 203-210.
- WORSFOLD**, Emma – Subject Gateways: Fulfilling the DESIRE for Knowledge. *Computer Networks and ISDN Systems*. 1998, 30, p. 1479-1489.