

## **Fontes de informação em turismo. Identificação e utilização: uma questão de competência**

*Maria Helena Hatschbach<sup>1</sup>*

**Resumo:** O turismo é um setor que tem a informação como uma de seus principais alicerces para fomentar a concepção, produção, circulação e o consumo de produtos e serviços turísticos. Os estudantes e os profissionais de turismo precisam aprender a pensar racionalmente e criativamente, resolver problemas, localizar, administrar e comunicar informações para estarem preparados para um mundo em constante mutação, principalmente devido aos rápidos avanços tecnológicos. Na área do turismo, o universo informacional com o qual o estudante e o profissional irão se deparar é imenso. Dentre as várias habilidades tratadas pela Competência em Informação, destacamos, neste artigo, às que se referem à identificação e ao uso de fontes de informação. Elas envolvem aspectos como a familiarização com diferentes suportes de informação (mecânicos, impressos, digitais), mídias (impressa, audiovisual, eletrônica, digital), a distinção entre canais formais e informais de informação e a escolha de estratégias mais adequadas para se buscar a informação.

### **Introdução**

O crescimento da atividade turística em âmbito mundial, incluindo o Brasil, vem transformando o turismo em um setor produtivo com crescimento exponencial, principalmente devido à sua contribuição para o desenvolvimento do país no que diz respeito à geração de trabalho e renda. Conseqüentemente, o interesse pelo turismo como área de estudos e conhecimento começa a despontar e a ganhar força no Brasil.

De acordo com dados divulgados pelo Ministério do Turismo (BRASIL-MTur, 2006), o fluxo receptivo de turistas, ou seja, a quantidade de turistas que os países recebem por ano aumentou muito em uma década. Em 1996, em todo o mundo, este número foi de 596,5 milhões de viajantes, a América do Sul participava com 12,9 milhões (2,16% do total) e o Brasil com 2,7 milhões de visitantes (0,45% em relação ao mundo). Já no ano de 2005, esses números subiram para 808,4 milhões de turistas no mundo, tendo a América do Sul

---

<sup>1</sup> Universidade Federal Fluminense- UFF/Ibict. E-mail: mhats@yahoo.com.br

contribuído com 18,1 (2,24% deles) e o Brasil recebendo 5,4 milhões de visitantes (0,67% do total mundial). Como podemos verificar, em uma década o número de turistas que visitou o Brasil duplicou. Em 2006, a Receita Cambial gerada pelo turismo, em termos mundiais, foi de 732,8 bilhões de dólares, tendo o Brasil participado com 4,3 bilhões de dólares.

Nas últimas décadas, o fenômeno do turismo vem tornando-se mais complexo, não apenas por causa do aumento da demanda do produto turístico, no mundo todo, mas pela segmentação dos consumidores, por questões mercadológicas, pela influência de fatores econômicos, culturais, ambientais e devido às transformações decorrentes da grande utilização das novas tecnologias de comunicação e informação - TIC's em praticamente todos os elos da cadeia produtiva do turismo. O setor turístico encara uma série de desafios como a reorganização da infra-estrutura de serviços, as exigências da demanda e a globalização do mercado. Além disso, o comportamento do turista tem sido muito influenciado por valores como o respeito ao meio ambiente, à cultura do 'outro', pela busca de experiências autênticas, pela transcendência à vida cotidiana, ou seja, sempre há motivos singulares para uma nova 'viagem'.

### **A informação para o turismo**

O turismo é um setor que tem a informação como uma de seus principais alicerces para fomentar a concepção, produção, circulação e o consumo de produtos e serviços turísticos. Ele se utiliza de dados de diversas naturezas (geológicos, climáticos, econômicos, populacionais, culturais, estatísticos etc.) para estimular a circulação de pessoas e de divisas. A atividade turística recorre frequentemente ao uso da informação e a diferentes veículos de comunicação para estabelecer um contato entre os seus atores (integrantes da cadeia produtiva, incluídos o consumidor final, o turista, e a comunidade local).

O produto turístico tem como uma de suas principais características a intangibilidade: "se trata de um produto imaterial, intangível, cujo resíduo, após o uso, é uma experiência vivencial" (MOTA, 2001, p.127). Essa intangibilidade aumenta a necessidade e a importância da informação não só para os turistas, mas para os profissionais que atuam na área. Desde aqueles voltados para funções técnicas e operacionais, de atendimento ao público, prestadores de serviço, quanto para os gestores privados e públicos, que irão definir diretrizes, metas, planos, estratégias e políticas para o desenvolvimento planejado da atividade. É a partir da

informação fidedigna, consistente, organizada, atualizada e bem disseminada que turistas e profissionais da área poderão tomar decisões fundamentadas e acertadas.

Na atual sociedade a informação e do conhecimento, a educação, mais do que nunca, é vista como um processo contínuo, que desperta a capacidade de análise e auxilia no resgate da cidadania. Adquirir capacitação no uso da informação representa um elemento essencial na educação moderna. De acordo com as diretrizes contidas no Livro Verde da Sociedade da Informação no Brasil,

educar em uma sociedade da informação significa muito mais que treinar as pessoas para o uso das tecnologias de informação e comunicação: trata-se de investir na criação de competências suficientemente amplas que lhes permitam ter uma atuação efetiva na produção de bens e serviços, tomar decisões fundamentadas no conhecimento, operar com fluência os novos meios e ferramentas em seu trabalho, bem como aplicar criativamente as novas mídias, seja em usos simples e rotineiros, seja em aplicações mais sofisticadas. Trata-se também de formar os indivíduos para 'aprender a aprender', de modo a serem capazes de lidar positivamente com a contínua e acelerada transformação da base tecnológica (TAKAHASHI, 2000, p.45).

Os estudantes e os profissionais de turismo precisam aprender a pensar racionalmente e criativamente, resolver problemas, localizar, administrar e comunicar informações para estarem preparados para um mundo em constante mutação, principalmente devido aos rápidos avanços tecnológicos.

As oportunidades e desafios encontrados devido ao acesso imediato e ilimitado à informação, por meio da Internet, à grande quantidade de fontes de informação, aos constantes avanços tecnológicos nas áreas da informação e da comunicação, e à necessidade de as pessoas tornarem-se 'competentes em informação' são temas que permeiam as discussões em praticamente todas as áreas acadêmicas atualmente.

### **Competência em Informação: o enfoque nas fontes de informação**

Os turismólogos que pretendem ser agentes de transformação e conquistar seu espaço na Sociedade da Informação necessitam adquirir habilidades específicas para o trato com a informação no que se refere à sua localização, acesso, uso e comunicação, pois esses são requisitos fundamentais para a geração de novos conhecimentos. Nesse sentido, os estudos sobre Competência em Informação trazem aportes significativos para o turismo.

A ‘Competência em Informação’ é uma área de estudos e de práticas que trata das habilidades acerca do uso da informação em relação à sua busca, localização, avaliação e divulgação, integrando a utilização de novas tecnologias e a capacidade de resolução de problemas de informação (HATSCHBACH, 2002, p.95).

Dentre as várias habilidades que são tratadas pela Competência em Informação, destacamos, neste artigo, às que se referem à identificação e ao uso de fontes de informação. O conhecimento e a utilização de fontes de informação pertinentes, visando alcançar um objetivo e/ou resolver determinado problema, são competências especialmente importantes para os profissionais de turismo. Dudziak (2003, p.6) preconiza que

indivíduos competentes em informação sabem determinar a natureza e a extensão de sua necessidade de informação como suporte a um processo inteligente de decisão; conhecem o mundo da informação e são capazes de identificar e manusear fontes potenciais de informação de forma efetiva e eficaz.

Tais habilidades envolvem aspectos como estar familiarizado com diferentes formatos de suportes de informação (mecânicos, impressos, digitais), mídias (impressa, audiovisual, eletrônica, digital), distinguir canais formais e informais de informação, identificar as estratégias mais adequadas para se buscar a informação, dentre outros.

De acordo com a UNESCO (1976), “fonte de informação é a fonte na qual um indivíduo busca informação para suprir sua necessidade de informação” A abrangência desse conceito faz com que o termo seja utilizado tanto para designar a classificação geral de fontes (primárias, secundárias e terciárias) como um elenco diversificado de documentos: enciclopédias, bases de dados, índices bibliográficos, material audiovisual, artigos de periódicos, livros, publicações governamentais, mapas, dados estatísticos, dentre outros.

Atualmente, a produção científica de uma determinada área de conhecimento não é consultada apenas por estudantes e pesquisadores, mas por profissionais que estão em constante busca de aperfeiçoamento profissional e aprendizado. É fruto de intenso trabalho intelectual e busca apresentar reflexões e resultados que contribuam para o desenvolvimento da sociedade. Pelo fato de estarem disponíveis no ambiente virtual, as fontes de informação científicas tornaram-se mais acessíveis a todos.

Para a comunicação científica, segundo Pinheiro (2006), são consideradas fontes primárias os “artigos de periódicos, anais de congressos e eventos científicos, relatórios de pesquisa, patentes, dissertações e teses etc”. Fazem parte das publicações secundárias as

“bibliografias, os dicionários e enciclopédias, os manuais, as publicações ou periódicos de indexação e resumos, artigos de revisão, catálogos etc.” Segundo a autora, as fontes terciárias seriam as mais difíceis de entender, pois confundem-se muito com as secundárias. Porém, Souto (2004) define fontes terciárias como sendo aquelas que “facilitam a localização das fontes primárias e secundárias. Exemplo: bibliografias, periódicos de indexação e resumo, catálogos coletivos e diretórios”.

No ciberespaço podemos manter esses mesmos conceitos, porém, a tendência é uma convergência de fontes de informação que abrangem várias categorias de documentos. Um exemplo são as bibliotecas virtuais, que disponibilizam em um mesmo ‘local’ artigos de periódicos, dicionários, textos técnicos, fotos, etc.

A importância dada ao conhecimento e utilização de fontes de informação como aspecto de competência em informação pode ser constatada nos tutoriais online de competência em informação, onde essa temática é amplamente discutida. Neles encontramos também uma distinção das fontes em relação ao público-alvo (periódicos acadêmicos, revistas populares), à temporalidade (informações históricas, atualidades) e à linha editorial (jornalística, crítica, publicitária), visando melhorar a eficácia na sua utilização.

Podemos perceber que tanto as fontes tradicionais como livros, mapas, enciclopédias, dicionários, tesouros, entre outras, e fontes modernas, como material audiovisual, telejornais e web sites estão retratadas nos tutoriais. Isto nos sugere que a informação como insumo para o trabalho acadêmico está, mais do que nunca, dispersa em diferentes suportes e formatos, aumentando a necessidade do estudante saber reconhecer e selecionar as mais adequadas para determinado objetivo (HATSCHBACH, 2002, p. 77).

Na área do turismo, o universo informacional com o qual o estudante e o profissional irão se deparar é imenso. Se nos limitarmos aos canais de disseminação voltados para a divulgação de produtos e serviços turísticos (material promocional de venda de destinos e pacotes turísticos) e de informação para o turista (material de orientação, que satisfaz as necessidades de informação do turista durante a realização do turismo, isto é, no destino (NASCIMENTO; SILVA, 2005, p.52), podemos elencar, de acordo com Pinto Junior (2005), os seguintes: material promocional (folhetos, roteiros de viagem, prospectos de destinação turística, vídeos, cartazes, etc.); catálogos (geralmente editados por operadores turísticos, com a descrição dos roteiros e serviços oferecidos nos pacotes turísticos); publicações segmentadas (revistas, guias); eventos (feiras, congressos, exposições); campanhas publicitárias; Famtur e

*Press Trip* (viagens de familiarização); assessoria de imprensa (para estimular a mídia espontânea); *conventions & visitors bureaux* (entidades privadas que atuam no segmento turístico para promover seus mantenedores); centros de informações turísticas (estruturas físicas montadas para o atendimento ao turista e distribuição de material promocional) e terminais eletrônicos de informações turísticas (disseminam informação para o turista online, geralmente são instalados em locais de grande fluxo de pessoas).

Há também fontes de informação seguras, atualizadas e referenciadas, disponibilizadas em locais como: bibliotecas, centros de informação e documentação especializados; sites de órgãos governamentais; instituições de ensino e pesquisa; associações de classe; agências de fomento; sites especializados. Esse tipo de informação atende, em grande parte, às necessidades dos profissionais envolvidos com o planejamento e a gestão do turismo.

### **Considerações Finais**

A Competência em Informação trouxe uma nova abordagem sobre a questão da necessidade, conhecimento e utilização de fontes de informação, nos aspectos educacionais e profissionais da área de turismo.

A identificação do universo informacional e o uso de fontes de informação de forma consciente, com vistas a obter resultados eficientes e eficazes na resolução de problemas, são aspectos fundamentais da Competência em Informação dentro do contexto do turismo na Sociedade da Informação.

No entanto, apesar de estarmos num mundo onde as ferramentas e os recursos de informação, sobretudo os tecnológicos, muitas vezes são mais valorizados que as informações neles contidas, não podemos esquecer que o conhecimento é gerado pelo indivíduo, que elabora as informações recebidas, faz conexões com seu repertório cognitivo e analisa e interpreta o mundo a partir dessas referências.

Para que a vivência do turismo seja positiva tanto para aqueles que trabalham no setor quanto para o turista, a elaboração e a circulação de informações pertinentes, confiáveis e utilitárias contribuirá para o planejamento e a implantação de atividades e serviços turísticos de qualidade.

## REFERÊNCIAS

BRASIL. MINISTÉRIO DO TURISMO. Disponível em: <[http://200.189.169.141/site/arquivos/dados\\_fatos/estatisticas\\_basicas\\_do\\_turismo/estatisticas\\_basicas\\_do\\_turismo\\_2000\\_a\\_2005\\_final.pdf](http://200.189.169.141/site/arquivos/dados_fatos/estatisticas_basicas_do_turismo/estatisticas_basicas_do_turismo_2000_a_2005_final.pdf)>. Acesso em 11 jan. 2006.

DUDZIAK, E. A.. Information literacy: princípios, filosofia e prática. Ciência da Informação, Brasília, v.32, n.1, p. 23-35, jan./abr.2003. Disponível em: <<http://www.scielo.br>>. Acesso em 20 jul. 2006.

HATSCHBACH, Maria Helena de Lima. Information Literacy: aspectos conceituais e iniciativas em ambiente digital para o estudante de nível superior. 2002. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação)- UFRJ/ECO-MCT/IBICT, Rio de Janeiro. Orientadora: Gilda Olinto.

MOTA, Keila C. Nicolau. Marketing turístico: promovendo uma atividade sazonal. São Paulo: Atlas, 2001.

NASCIMENTO, Maria de Jesus; SILVA, Paula S. Informação: insumo básico para o desenvolvimento do setor de turismo em Santa Catarina. Perspectivas em Ciência da Informação, Belo Horizonte, v. 9, n.1. p. 88-99, 2004.

PINHEIRO Lena V. R. Fontes ou recursos de informação: categorias e evolução conceitual. Ibiect, 2006, Disponível em: <<http://www.ibiect.br/pbcib/include/getdoc.php?id=76&article=251&mode=pdf>>. Acesso em 22 maio 2008.

PINTO JUNIOR, Wellington C. Informação e Tecnologia para a Implantação do Agroturismo em Echaporã-SP. 2005. 175fl. Dissertação (Mestrado em Ciência da Informação). Universidade Estadual Paulista Júlio de Mesquita Filho, UNESP, Marília.

SOUTO L.F. O leitor universitário e sua formação quanto ao uso de recursos informacionais. Biblios, n.17, jan-mar 2004. Disponível em: <[http://eprints.rclis.org/archive/00002289/01/2004\\_003.pdf](http://eprints.rclis.org/archive/00002289/01/2004_003.pdf)>. Acesso em 23 jan. 2008.

TAKAHASHI, Tadao (Org.) Sociedade da informação no Brasil: livro verde. Brasília: Ministério da Ciência e Tecnologia, 2000. p. 45

UNESCO, Terminology of documentation, Paris, 1976