
TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO E A GESTÃO PÚBLICA DO TURISMO: UM ESTUDO DE CASO DA SETUR/PMJP

José Rodrigues Filho

UFPB

Kátia Cristinne de Oliveira Matias

UFBB

SUMÁRIO: 1 Introdução; 2 As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e o Turismo; 3 O Setor Público e as TICs no Gerenciamento das Destinações Turísticas; 4 Procedimentos Metodológicos; 5 Caracterização da SETUR/PMJP; 6 Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação (SETUR/PMJP); 7 Considerações Finais

Resumo

Este trabalho é uma descrição preliminar de uma pesquisa em andamento, que visa analisar até que ponto a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação da Secretaria de Turismo da Prefeitura Municipal de João Pessoa (SETUR/PMJP) está utilizando as tecnologias de informação e comunicação (TICs) para uma maior participação democrática nas decisões da gestão do turismo no município. Utilizou-se de uma análise documental, sendo esta uma pesquisa qualitativa. Foram analisados dois documentos: o portal da SETUR, na página oficial da PMJP na *internet*; e um documento oficial (não publicado) fornecido pela divisão estudada. Observou-se que a participação é compreendida apenas como fornecimento de dados pela comunidade; a divisão busca disponibilizar informações na página da *internet* aos turistas e à comunidade, mas limitando-se à prestação de serviços; há esforços dos que trabalham no órgão para fornecer informações com transparência, porém, esta ainda não foi efetivamente alcançada. Conclui-se, nesta primeira fase da pesquisa, que a divisão tem estabelecido objetivos e metas quase que exclusivamente focados em apenas uma das suas funções: a pesquisa; a atuação da divisão é bastante limitada e precária no que concerne ao uso das TICs na atividade turística e, portanto, poderia ser considerada um órgão exclusivo de pesquisa turística.

Palavras-chave: Tecnologias da Informação e Comunicação. Gestão Pública. Turismo

Abstract

This article is a preliminary description of a research which is at its first stage and aims to analyse the degree of use of the information and communication technologies (ICT's) by the Division of Research and Information Technology of the Secretary of Tourism in the João Pessoa City Hall (SETUR/PMJP), in the pursuit of democratic participation in the decisions concerning the local tourism management. A documental analysis was used, characterising this research as qualitative. The two documents analysed were: the webpage of SETUR, part of the official website of PMJP on the internet; and an official document (not published) provided by the division. It was observed that participation is limited to the fact that the community should provide the organisation with data; the division publishes information for tourists and the community on its webpage on the internet, but also limited to the provision of public services; those who work in the organization make efforts to reach the goal of accountability, but they have not succeeded so far. We conclude, in this first stage, that the division has settled objectives and goals with exclusive focus on only one of its functions: the research; the performance of this division concerning the use of ICT's in the tourism activity is limited and precarious and, therefore, it should be considered an exclusive organization for tourism research.

Key-words: Information and Communication Technologies. Public Administration. Tourism

1 Introdução

As novas tecnologias de informação e comunicação (TICs) têm desempenhado um papel de extrema relevância na comunicação entre as organizações turísticas, haja vista a importância da informação para o turismo. Pode-se afirmar até mesmo que o avanço da atividade turística está sempre estreitamente relacionado ao avanço das tecnologias. Como exemplo, um importante marco para as viagens e para o surgimento do turismo organizado, como hoje é conhecido, foi a Revolução Industrial, no século XVIII, e o advento do transporte ferroviário. Também após a Segunda Guerra Mundial (1939-1945), assistiu-se à explosão do turismo de massa, conseqüência do desenvolvimento tecnológico, sobretudo no campo dos transportes e dos sistemas de comunicação. Esse desenvolvimento das tecnologias foi resultante das demandas do próprio conflito (REJOWSKI et al., 2002).

Em algumas destinações, as tecnologias têm proporcionado experiências turísticas cada vez mais complexas, incluindo a simulação de realidades em ambiente virtual, “viagens no tempo”, criação de cenários artificiais, até mesmo a interferência humana na geomorfologia e no clima. Esse tipo de turismo, baseado na utilização de alta tecnologia para a simulação de realidades e para a construção de cenários foi denominado Pós-Turismo (MOLINA, 2003). Segundo este autor, as simulações permitidas pelo avanço da tecnologia podem levar o turismo ao ponto de eliminar a necessidade de deslocamento entre destinações, ou seja, as pessoas seriam capazes de “viajar” sem sair de casa, apenas através do ambiente virtual. Essa idéia entra em conflito com a própria definição de

turismo, haja vista que a idéia do deslocamento é central para o conceito (OMT, 2001).

A tecnologia no pós-turismo também permite a manipulação de ambientes naturais ou a construção de ambientes completamente artificiais. Alguns dos exemplos apresentados pelo autor são: a construção de estações de inverno em locais quentes ou no período de verão, a construção de praias artificiais em regiões não-litorâneas ou de clima frio, e um dos maiores exemplos da atualidade que ilustram a capacidade humana de modificar a natureza através da tecnologia é a construção das ilhas artificiais em Dubai, nos Emirados Árabes: A realidade mundial está se tornando tão cambiante pela rápida evolução da tecnologia e dos meios de comunicação, tão questionadora das estruturas estabelecidas e seus valores, tão transformadora do comportamento das novas gerações – que demonstram dificuldades de escolha e fixação psicológica e social em padrões determinados – e muito motivadora como nunca para viagens até então inéditas, que querer situar o turismo num contexto como este, e dele extrair conclusões definitivas, é tarefa ingente e precipitada, exigindo constantes estudos, investigações e pesquisas (BENI, 2003, p.23).

O estudo da aplicação das TICs no turismo é considerada por alguns autores uma disciplina específica dentro do estudo mais amplo da atividade: A informática aplicada ao setor turístico – Turismática – trata da concepção, realização e utilização dos sistemas que processam informação relacionada com a gestão – reservas, vendas, contabilidade, banco de dados, etc. – do tratamento de dados encaminhados a prestar

os distintos serviços turísticos (MONTEJANO, 1999, p.317).

Porém, as contribuições das TICs não se limitam ao comércio do produto turístico por instituições privadas. Anteriormente à comercialização de um destino como produto, é necessário que a localidade passe por um processo de planejamento e organização de seus recursos naturais e culturais, de sua infra-estrutura básica, dos seus equipamentos turísticos e de outros elementos que darão suporte à atividade turística. Além disso, é preciso gerenciar a destinação, a fim de que se monitorem e controlem os fluxos de turistas, seus impactos sobre o ambiente e o grau de retorno financeiro da atividade.

Todas as atividades supracitadas são consideradas funções do setor público no fomento e controle da atividade turística, através da criação de órgãos especiais que trabalham em articulação com os demais setores da administração pública – transporte público, saúde, educação, infra-estrutura etc. Mais do que fomentar a atividade turística, o setor público deve estimular a participação da comunidade e a cidadania nas decisões sobre os rumos que a destinação tomará através do turismo (HALL, 2001).

Não cabe ao setor público apenas informar a população sobre os investimentos estrangeiros atraídos para a destinação, ou sobre os fluxos de turistas nos períodos de baixa e de alta estação. É preciso que o setor público possibilite a efetiva participação da comunidade no desenvolvimento do turismo, de forma que este represente um verdadeiro desenvolvimento sustentável. Nessa função, as TICs certamente oferecem grandes possibilidades no campo da participação da

comunidade para a cidadania, nos mais diversos setores da administração pública.

Este trabalho é uma descrição preliminar de uma pesquisa em andamento, que visa analisar até que ponto a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação da Secretaria de Turismo da Prefeitura Municipal de João Pessoa (SETUR/PMJP) está utilizando as tecnologias de informação e comunicação (TICs) com o propósito de viabilizar uma maior participação democrática nas decisões de planejamento, organização e gerenciamento do turismo no município.

Portanto, o artigo está estruturado em três seções. Primeiramente, será discutida a relação das TICs com o turismo, sobretudo no que concerne à integração dos sistemas de informação entre os elementos de prestação de serviços, para a facilitação da comunicação e para o encurtamento das distâncias. Na seqüência, serão apresentadas as possibilidades de uso das TICs no gerenciamento das destinações turísticas, tendo-se como pressuposto que o planejamento e a gestão do turismo nas destinações são funções do setor público. Finalmente, serão discutidos os resultados da pesquisa, com vistas a identificar a realidade da Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação da SETUR/PMJP.

2 As Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs) e o Turismo

A viagem faz parte das práticas humanas desde os primórdios da evolução do homem na Terra. Este sempre necessitou de se deslocar entre diferentes regiões pelas mais diversas razões, desde as mais básicas, as quais garantiriam sua sobrevivência – tais como a busca por alimentos, por climas mais amenos ou para fugir dos perigos do ambiente – aos motivos mais complexos, de cunho psicológico, típicos dos nossos tempos

– como a fuga das grandes cidades e seu cotidiano conturbado, à procura de espairecimento (YASOSHIMA e OLIVEIRA, 2002).

Toda viagem é precedida pela busca de informações a respeito do local de destino e, a partir das primeiras viagens em busca de alimentos para a sobrevivência, o homem passou a buscar formas de acumular o conhecimento sobre quais regiões poderiam lhe oferecer aquilo de que necessitava. Deste modo, pode-se afirmar que a informação ocupa uma posição central na tomada de decisão de uma viagem.

O turismo organizado, nos tempos atuais, se caracteriza pela utilização planejada da viagem como um “produto”, composto por um conjunto de serviços – transporte, acomodação, alimentação etc. – o qual pode ser comercializado como qualquer outro bem ou serviço convencional. Entretanto, diferentemente dos produtos tangíveis, tais como um automóvel ou uma caixa de sabão em pó, os quais podem ser vistos e testados antes da sua compra, o turismo se caracteriza por sua intangibilidade.

Ao comprar um pacote de viagem, o turista não tem a chance de experimentar o produto no momento da compra, mas apenas recebe documentos que serão trocados pelo serviço de hospedagem, pelo serviço de transporte e pelos demais serviços, e confiam na promessa de que terão uma boa experiência no destino que será visitado. Isto reforça a extrema relevância da informação atualizada, rápida e confiável para o sucesso da atividade: Por causa dos limites de tempo e espaço fixos, eles [profissionais de marketing dos produtos turísticos e da hospedagem] não podem demonstrar

facilmente os benefícios dos produtos que estão vendendo. O problema é superado pela produção de muita literatura, vídeos e outros meios de fornecer informações sobre o tipo de produto em oferta, em uma tentativa de aumentar a tangibilidade (COOPER et al., 2001, p.391).

Grandes volumes de informação são transferidos entre aqueles que trabalham diretamente na produção e comercialização do turismo. Operadoras, agentes de viagens, transportadoras, meios de hospedagem, equipamentos de entretenimento e de restauração, estão constantemente se comunicando a fim de atender as necessidades e os desejos dos turistas no fornecimento de um serviço com qualidade.

Como base nessas observações, é possível perceber a relevância do estudo das TICs e suas contribuições para a atividade turística e, para a Organização Mundial do Turismo (OMT, 2001), seriam objetivos deste estudo o de analisar o papel estratégico que as TICs desempenham nos empreendimentos turísticos e no gerenciamento das destinações; avaliar os impactos que estas tecnologias ou a sua ausência podem causar na competitividade das empresas de turismo ou nas destinações; conhecer as tecnologias desenvolvidas e disponibilizadas para os agentes turísticos; e medir a potencialidade de uso das TICs para cada elemento do marketing *mix* e seus impactos previstos no futuro.

Importantes exemplos de aplicação das TICs na atividade turística em nível mundial são: o Sistema Reservas Computadorizados – *Computer Reservations System (CRSs)* – e o Sistema de Distribuição Global – *Global Distribution System (GDS)*. [O CRS] É uma base de dados que permite à

empresa organizar e manipular seu inventário e torná-lo acessível a seus colaboradores no canal de distribuição. Suas aplicações iniciais foram o controle de custos e o inventário de recursos, armazenamento e gestão de dados sobre vôos, lugares e tarifas nas companhias aéreas, gerenciamento de produção e rastreamento de tarifas. Chegaram a evoluir até sua função atual de organização e controle de reservas (OMT, 2001, p.306).

Exemplos de CRS são o PARS, introduzido pela *Trans World Airlines* (TWA), o APOLLO da *United Air Lines*, o DATAS II da *Delta Airlines*, e o *Semi-Automated Business Research Environment* (SABRE) da *IBM/American Air Lines*. Alguns dos principais GDS em uso são o AMADEUS; GALILEO; SABRE; WORLDSPAN; ABACUS (Ásia-Pacífico); ACCESS (Japão); GETS (América Latina, Leste Europeu, África) (OMT, 2003) [O GDS] É um sistema informático de distribuição que permite a apresentação de disponibilidades, a reserva e a emissão do bilhete aos operadores turísticos em escala internacional. O GDS provém dos CRS que foram se transformando, paulatinamente, ao expandir, gradualmente, a cobertura geográfica, quando se integravam, horizontalmente, a outras companhias aéreas e, verticalmente, à incorporação de uma ampla gama de empresas turísticas como aluguel de carros, hotéis, cruzeiros, barcas, etc. (OMT, 2001, p.307).

Outras grandes contribuições das TICs para o turismo é a automação na emissão de passagens através das impressoras de passagem por satélite – *satellite ticket printers* (STP) – e a *electronic ticket delivery network* (ETDN), além dos quiosques eletrônicos. Os CRS, GDS e demais tecnologias supracitadas, contribuem, sobretudo, com os componentes do

denominado Subsistema de Distribuição do Sistema de Turismo (SISTUR) – agências de turismo, empresas hoteleiras, empresas de transporte e marketing do produto turístico (BENI, 1998).

Com a utilização dessas tecnologias, é possível, por exemplo, o embarque sem passagens, pois as companhias aéreas podem comercializá-las através das suas páginas na *internet* diretamente ao consumidor final. Os viajantes podem realizar a busca pela disponibilidade dos assentos de forma autônoma e, a partir de suas próprias casas, realizam o pagamento e imprimem o comprovante para o embarque. Beni (2003) apresenta uma breve descrição do turismo no presente, sob o impacto das TICs:

Cento e cinquenta mil agências operadoras conectadas aos GDSs com mais de quinhentos mil terminais e mais de um milhão de operadores já fazem negócios com novos mercados. A reserva de um hotel em qualquer localidade do planeta demora hoje apenas sete segundos. Começa a surgir um espaço virtual no qual os consumidores podem realizar o chamado *one stop shopping* de produtos turísticos, idealizado pelas empresas aéreas para entretarem e rivalizarem com as agências *on-line*. Os sites de turismo têm crescido numa proporção geométrica em todo o mundo. Para se ter uma idéia desse crescimento, somente no Brasil o salto nos dois últimos anos foi de 1.200 para 6.000 sites, ou seja, um aumento de 400% (BENI, 2003, p.23-4).

Essas TICs facilitam o trabalho das pessoas envolvidas na atividade turística, ou mesmo eliminam a necessidade de trabalho humano. O processo dispensa os intermediários, como operadoras e agências, o que é visto como uma vantagem para as

companhias aéreas no que tange ao corte de custos, haja vista que essas se isentam de pagar as comissões e economizam na emissão de bilhetes. É uma vantagem também para os turistas mais autônomos, os quais não necessitam de agenciamento.

Entretanto, essa eliminação dos intermediários – responsáveis pela distribuição do produto turístico – é vista com reservas do ponto de vista das relações de trabalho por levar à queda no número de empregos gerados pelo turismo e, na visão do direito do consumidor, por desproteger o turista no caso do não cumprimento dos contratos pelos prestadores de serviços, uma vez que as agências tradicionais assumem responsabilidades pela má atuação destes. Além disso, é também uma desvantagem por desconsiderar a importância da informação turística prestada pelos agentes no contato direto com os turistas.

Como exposto anteriormente, as TICs estão presentes na estrutura dos mais diversos canais turísticos de distribuição: companhias aéreas, hotéis, operadoras de turismo, agências de viagens etc. Apresentamos acima um panorama da contribuição das tecnologias à melhoria nos serviços turísticos. Porém, neste trabalho, terá destaque o seu papel na gestão pública do turismo, ou seja, no planejamento, organização e gerenciamento das destinações turísticas, funções integrantes do Subsistema da Superestrutura do SISTUR (BENI, 1998).

3 O Setor Público e as TICs no Gerenciamento das Destinações Turísticas

O deslocamento é central ao conceito de turismo, como já foi mencionado anteriormente, e, geralmente este deslocamento se dá em direção a um local que possui certo grau de atratividade e infra-

estrutura mínima que dê suporte à presença dos visitantes. Os lugares, organizados e vendidos como produtos nos mercados-alvo são as destinações turística, definidas como amálgamas de elementos individuais, instalações e serviços que, quando combinados, formam o produto turístico total (COOPER et al., 2001, p.475).

Com a exceção dos países onde as atividades de bem-estar social foram transferidas para as mãos da iniciativa privada, o desenvolvimento do turismo é considerado uma atribuição do setor público, que pode exercer a função de mero árbitro da atividade das empresas turísticas, ou ele mesmo assumir o papel de empreendedor (HALL, 2001). São duas as principais funções dos órgãos públicos de turismo para o desenvolvimento da atividade turística: o planejamento e o marketing.

As funções de planejamento e de marketing, por sua vez, se dividem em tarefas mais básicas. No processo de planejamento, por exemplo, o setor público deve realizar o inventário – levantamento dos recursos naturais, culturais e de infraestrutura, disponíveis para utilização na atividade turística; o diagnóstico da futura destinação, através da identificação dos seus pontos fortes e fracos, assim como de suas oportunidades e ameaças (análise *SWOT*); as possibilidades de fomento de segmentos turísticos específicos, como Ecoturismo ou Turismo Cultural; a fiscalização ambiental e o controle da atuação do empresariado; a coordenação de todos os agentes participantes na atividade turística, dentre outras funções.

Uma importante etapa do inventário turístico é a “pesquisa dos dados existentes”, na qual os planejadores buscam dados

secundários já disponíveis relacionados a aspectos gerais ou turísticos da localidade (COOPER et al., 2001; STIGLIANO e CÉSAR, 2005). Nesta etapa, um dos desafios encontrados pelos profissionais do turismo é a deficiência dos bancos de dados ou, mais comumente, a total inexistência destes, o que leva os planejadores a repetir pesquisas muitas vezes já realizadas anteriormente, mas que não foram devidamente publicadas e disponibilizadas através de quaisquer meios.

Em relação ao marketing turístico, por sua vez, cabe ao setor público realizar pesquisas de satisfação, construir e fortalecer uma imagem positiva da destinação, divulgar o destino em eventos e, através de variados veículos de comunicação, atrair segmentos específicos definidos como adequados no processo de planejamento turístico.

Seja para o planejamento ou para o marketing, as TICs apresentam grandes possibilidades de contribuição no desenvolvimento das destinações pelo setor público. Considerando os exemplos de atividades supramencionadas, as tecnologias poderiam auxiliar na criação de bancos de dados para o planejamento e informação turística, ou como ferramentas para a publicidade turística, estatística e controle dos fluxos de visitantes: Devido à importância do destino, é óbvio que se utilizem as tecnologias como recurso para melhor gestão da região turística, além de utilizá-los como forma de distribuição do produto (promoção). Normalmente é o setor público, às vezes, em colaboração com o setor privado, que se encarrega da promoção e da informação sobre os lugares de interesse (OMT, 2001).

Segundo Cooper et al. (2001), dois exemplos de sistemas de informação utilizados para dar suporte à gestão de destinações turísticas, facilitando o controle dos elementos do amálgama e auxiliando a informação turística, são os sistemas de gerenciamento de destinações – *Destination management systems (DMS)* e os sistemas de gerenciamento de reservas através de informação computadorizada na destinação – *Destination integrated computer information reservation management systems (DICIRMS)*.

Nas discussões sobre o desenvolvimento turístico, a questão da participação da comunidade no processo de planejamento das destinações está sempre em pauta, pois se defende que a população residente em uma localidade com potencial turístico tem o direito de decidir seu destino: “o planejamento turístico comunitário é uma resposta à necessidade de desenvolver diretrizes de maior aceitação social para a expansão do setor” (HALL, 2001, p.54).

A decisão de planejar é uma decisão política e o setor público deveria nela encorajar a participação comunitária, assim como em todas as demais decisões relacionadas às políticas públicas que determinam o futuro da população. As TICs têm o potencial de facilitar o exercício da democracia com participação dos cidadãos na elaboração dessas políticas, porém, segundo comprovado em pesquisas, o governo, no uso das tecnologias, se restringe a utilizá-las para prestar serviços à população ou, na melhor das hipóteses, permitindo aos cidadãos emitir opiniões que não influem diretamente nas decisões políticas (PRATCHETT, 1999; SILVA, 2005).

Segundo Rodrigues Filho e Gomes (2004), no que tange ao governo eletrônico,

as tecnologias estão sendo subutilizadas, em uma via de mão única, na qual o governo se beneficia com as informações fornecidas pelos cidadãos, porém não atendem as suas demandas efetivamente: O governo está investindo bastante em tecnologias destinadas a controlar a vida dos cidadãos, como sistemas de arrecadação de tributos e vários outros, obtendo deles as informações de que necessita. Porém, é necessário que o governo se preocupe, também, com tecnologias em que os cidadãos, por seu uso, obtenham do governo as informações e os serviços de que necessitam (RODRIGUES FILHO e GOMES, 2004, p.106).

Com a criação da Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação da SETUR/PMJP, vislumbra-se a possibilidade de buscar soluções para a gestão do turismo no município de João Pessoa através do uso de tecnologias disponíveis. Examinaremos, pois, a seguir, a abordagem do uso das TICs na gestão do turismo municipal através de pesquisa realizada junto à citada divisão.

4 Procedimentos Metodológicos

A atual gestão do município de João Pessoa, capital da Paraíba, iniciada em janeiro de 2005, tem buscado uma abordagem mais participativa, incluindo um orçamento democrático, com a decisão da comunidade sobre as prioridades do município. Foi, durante esta gestão, criada a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação da Secretaria Executiva de Turismo (SETUR), órgão público oficial da Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP).

A fim de responder a questão de pesquisa apresentada na introdução deste trabalho, utilizou-se, inicialmente, de uma análise documental, caracterizando-se esta como uma pesquisa qualitativa. Serão dois os

documentos analisados nesta pesquisa: o portal da SETUR, cujo conteúdo é parte integrante da página oficial da PMJP na *internet*; e um documento oficial (até o momento não publicado) fornecido pela divisão estudada, que apresenta os seus objetivos, suas ações executadas no ano de 2006 e as ações iniciadas em 2006, ainda em andamento, com conclusão prevista para o ano de 2007.

Em um segundo momento, pretende-se dar seqüência a esta investigação através da realização de entrevistas semi-estruturadas com os servidores da divisão. Segundo Flick (2004), a entrevista semi-estruturada tem sido amplamente utilizada e tal interesse está vinculado à expectativa de que é mais provável que os pontos de vista dos sujeitos entrevistados sejam expressos em uma situação de entrevista com um planejamento relativamente aberto do que em uma entrevista padronizada ou em um questionário. (FLICK, 2004, p.89).

5 Caracterização da SETUR/PMJP

A Secretaria Executiva de Turismo (SETUR) faz parte da estrutura administrativa da Prefeitura Municipal de João Pessoa (PMJP). Segundo informação da página oficial da Prefeitura, na *internet*: *"A Secretaria Executiva de Turismo é o órgão da Prefeitura Municipal de João Pessoa responsável pelo desenvolvimento do Turismo do Município. Planeja, elabora e acompanha políticas e estratégias de desenvolvimento da área visando aumentar o potencial turístico da cidade de João Pessoa"* (PMJP, 2007).

Este órgão é composto por duas diretorias que, por sua vez, possuem várias divisões. A primeira, a Diretoria de Marketing e Divulgação, *"responsável pelo trabalho de divulgação externa do produto turístico João*

Pessoa" (PMJP, 2007), é constituída pelas Divisões de Eventos, de Divulgação e pela Assessoria de Imprensa.

A Diretoria de Desenvolvimento Institucional *"tem como objetivo promover a expansão da Atividade Turística, planejando e direcionando os investimentos públicos no setor de turismo e lazer, fortalecendo e melhorando a qualidade do produto oferecido pela cidade de João Pessoa"* (PMJP, 2007), e se compõe das Divisões de Formatação de Produtos Turísticos, de Pesquisa e Tecnologia da Informação, de Projetos Especiais, de Infra-Estrutura e Serviços de Apoio ao Turismo.

As duas diretorias atuam, respectivamente, nas duas atividades centrais do setor público na atividade turística, as denominadas *"orientação de planejamento"*, voltada ao desenvolvimento local e ao atendimento da necessidade da população, e *"orientação de marketing"*, com foco nas demandas dos turistas (COOPER et al., 2001, p. 147).

Dentre as treze pessoas que ocupam os cargos de chefia – Secretário Executivo, Chefe de Gabinete, Chefe de Secretaria Pessoal, Diretores e Chefes das Divisões – sete são bacharéis em Turismo, ou turismólogos, dentre os quais estão o Secretário Executivo e a Diretora de Desenvolvimento Institucional; quatro são jornalistas, dentre estes o Diretor de Marketing e Divulgação e o Chefe da Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação; uma pessoa é formada em Economia e uma outra em Administração de Empresas.

A significativa presença de bacharéis em Turismo (mais de 50% do pessoal) é uma mudança recente e bastante positiva, pois, não apenas o turismo esteve por muito

tempo à parte da administração pública, como setor frequentemente vinculado a um outro órgão público na posição de atividade secundária, mas também os órgãos públicos de turismo eram dirigidos por pessoas de formações diversas dessa atividade.

Como afirma Cooper et al. (2001), a atuação de equipes multidisciplinares, com a participação de especialistas de diversas áreas do conhecimento, é necessária ao turismo, haja vista que a atividade é caracterizada por um composto de equipamentos e serviços variados que raramente atendem exclusivamente aos turistas. Porém, vale salientar que o bacharel em Turismo é considerado o profissional ideal para coordenar as atividades de planejamento e marketing turístico, por sua formação multidisciplinar que lhe garante uma visão mais ampla da atividade.

Dentre os programas e metas da SETUR, estão listados no portal da PMJP: a Promoção Turística Nacional; a Promoção Turística Internacional; a Comunicação Institucional e Promocional; a Captação de eventos; o Apoio e Administração de Eventos; a Conscientização Turística da População; o Programa de Capacitação; além de ações diversas que estão em andamento.

No âmbito da Comunicação Institucional e Promocional, foram identificadas duas propostas de atividades relacionadas ao uso das TICs na atividade turística, porém nenhuma ação em andamento tem relação com a aplicação de tecnologias: *"Criação do Portal Turístico da Cidade de João Pessoa, com informações sobre os pontos turísticos, equipamentos, horários de vôos, ônibus intermunicipais, interestaduais, trens, balsas, localização de ruas, bairros, etc."*; *"Produção e envio*

regular de releases sobre João Pessoa - eventos locais, roteiros, novos projetos, participação em eventos profissionais, dentre outros temas - para a mídia local, nacional e internacional - inclusive em CD Rom e DVD."

Os Projetos da SETUR são: o Selo de Qualidade; a Sinalização Turística; a Instalação de painéis informativos nas principais vias rodoviárias de acesso a João Pessoa; o Roteiro para pedestres no Centro Histórico; o Inventário Turístico; o Turismo e Lazer para a Terceira Idade; João Pessoa Vista por Nós; João Pessoa Abraça Você; Aprimoramento do Posto de Informações Turísticas existente no Centro Histórico de João Pessoa; Implantação do Disque Turismo, preferencialmente com ligação gratuita, em parceria com a iniciativa privada (Restaurantes); Indicadores Econômicos; Corredores Turísticos; Ônibus Turístico; Comemoração dos 420 anos de fundação da cidade de João Pessoa.

Não está explicitado na página se os painéis informativos, que a Secretaria tem como objetivo instalar nas vias rodoviárias, serão eletrônicos. Pode-se perceber, portanto, que a proposta de realização do Inventário Turístico deveria receber grandes contribuições das TICs para sua concretização. Segundo exposto no portal, o objetivo do Inventário Turístico é *"dotar a cidade de João Pessoa de um banco de dados de interesse turístico"* (PMJP, 2007), e as metas a serem alcançadas são as seguintes: *"Criar um banco de dados de interesse turístico de João Pessoa, contemplando atrativos, equipamentos, serviços, infraestrutura de apoio e projetos estruturadores em implantação; Manutenção permanente da atualização do Inventário do Potencial Turístico."*

A página disponibiliza o mapa da cidade para *download* e o serviço *"Fale conosco"*, através do qual o visitante pode enviar uma mensagem a qualquer secretaria ou órgão da PMJP, e optar por identificar-se apenas se desejar obter resposta. As mensagens podem ser do tipo: *"Solicitação de informação; Solicitação de serviço; Sugestão; Outro(s)."* O portal ainda disponibiliza as seguintes seções, tendo em vista a demanda dos turistas por informações confiáveis e oficiais sobre a cidade: 420 anos de história; Clima e geografia; João pessoa, uma festa; Arquitetura; Informações ao turista; Principais atrativos turísticos; Meios de hospedagem; Eventos; Casas noturnas; Um passeio cultural; Onde comer; Transportes; Artesanato; Fique por dentro.

6 Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação (SETUR/PMJP)

No momento da realização desta pesquisa (fevereiro e março de 2007), a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação (SETUR/PMJP) está em funcionamento há aproximadamente seis meses. Desde sua abertura em agosto de 2006, foi mantido o mesmo chefe, que possui experiência anterior na gestão pública do turismo na área de marketing.

Dentre os motivos para criação da divisão podem-se citar a carência de dados sobre o município, de pesquisas de demanda, incluindo o perfil do turista que visita João pessoa, e falhas nas estatísticas utilizadas pelo estado. Chama-se à atenção para o fato de que a informação da qual cuida a divisão não se limita aos dados de pesquisa, ou seja, a coleta de dados dos turistas com vistas a se obter um *"feedback"*, mas a divisão também busca fornecer as informações turísticas aos visitantes.

Segundo consta do documento oficial, os objetivos da divisão são: dimensionar o Mercado Turístico do Município; mensurar a demanda do Município; estudar e acompanhar as variações do Fluxo Turístico; adotar critérios para avaliação dos Fluxos; execução do Inventário Turístico do Município; revisão das condições físicas dos atrativos turísticos da cidade e providência das ações de melhoria necessárias. As ações executadas em 2006 pela divisão, por sua vez, foram:

- *Coordenação da equipe de estagiários dos Postos de Informação fixos (Cabo Branco, Centro Cultural São Francisco, Casarão 34, Casa da Pólvora e SETUR) e volantes (32 eventos atendidos);*
- *Palestra de sensibilização do Projeto Meu Negócio é Turismo para a Guarda Municipal;*
- *Seminário de Qualificação dos Negócios Turísticos, no Centro Cultural São Francisco – Coordenação e participação;*
- *Desenvolvimento de Fampress elaborado pela Diretoria de Divulgação e Marketing, com equipes (sic) diversos veículos da grande imprensa nacional impressa e eletrônica;*
- *Atendimento referente à utilização de Guias de Turismo para outros órgãos da PMJP e outras entidades (Ex: Atendimento a Autarquia Municipal Especial de Limpeza Urbana – EMLUR, referente ao Projeto Turista Limpeza, City tour com os Procuradores das capitais brasileiras);*
- *Atividades desenvolvidas de divulgação da cidade de João Pessoa durante a atracagem no Porto de Cabedelo de navios de passageiros.*

- *Ações de 2006 em andamento e previstas para 2007 mensuração do Produto Turístico JPA, através de pesquisa da Infraero, Rodoviária, PIT's e Pesquisa de Demanda na BR 101 S/N.*

Para a realização do Inventário Turístico, os instrumentos de pesquisa são fornecidos pelo Ministério do Turismo através da [Secretária de Estado do Turismo e Desenvolvimento Econômico](#) (SETDE) do Governo do Estado da Paraíba. Entretanto, não há um *software* ou qualquer outro tipo de tecnologia disponibilizado para a criação do banco de dados do inventário, mas apenas formulários convencionais que devem ser impressos ou preenchidos no computador através dos editores de texto.

Sobre a possibilidade de uso das TICs para viabilizar a participação popular, observa-se que a participação popular no inventário é compreendida na divisão apenas como fornecimento de dados pela comunidade, não no processo de tomada de decisão, tal como o levantamento participativo do potencial turístico apresentado por Irving, Rodrigues e Neves Filho (2002).

Não existe utilização de tecnologias nas pesquisas realizadas pela divisão. Dos equipamentos montados pela divisão, foram identificados apenas os postos de informação turística, os quais se encontram em funcionamento precário, a exemplo do posto localizado na praia do Cabo Branco, que reveza a utilização do espaço com um posto médico criado para atendimento dos caminhantes. No que concerne ao fornecimento de informação aos turistas, a distribuição de mapas impressos ainda é uma das principais ações da divisão.

Quanto ao portal na *internet*, as informações turísticas disponíveis são alimentadas pela SETUR periodicamente. Há um serviço para contato "*Fale Conosco*", e os visitantes podem entrar em contato também por e-mail ou telefone. A busca de dados, porém, acontece com mais frequência para pesquisas científicas. Uma prática é a distribuição dos e-mails às divisões pelo Secretário que centraliza o recebimento das mensagens.

7 Considerações Finais

O objetivo inicial da realização de uma pesquisa na recém-criada Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação, como parte da Secretaria de Turismo no município, foi o de buscar conhecer a abordagem do órgão quanto à utilização das TICs na gestão pública do turismo. Considerando-se que a atual gestão municipal adotou um modelo participativo, e observando-se todas as possibilidades de uso das TICs no turismo, houve uma expectativa de que as tecnologias disponíveis na infra-estrutura pública estivessem sendo utilizadas para a participação da comunidade no desenvolvimento do turismo.

Primeiramente, observa-se que, das duas atividades propostas pela divisão – pesquisa e tecnologia da informação – o foco do órgão está pesquisa, haja vista que o inventário turístico foi mencionado como atividade central da divisão, e as ações realizadas são direcionadas à coleta de dados de demanda, porém sem utilização de quaisquer TICs para a construção do banco de dados.

Aparentemente, há certa indefinição das atribuições específicas da divisão, pois esta se propõe a realizar atividades que deveriam ser funções das demais divisões, às

quais a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da Informação poderia dar apenas suporte. Entretanto, as limitações de ação do órgão são justificadas pela precariedade na estrutura disponibilizada aos que nela atuam.

Analisando os dados desta pesquisa com base nos graus de participação democrática e TICs definidos por Silva (2005), observou-se que há, nas atividades da divisão, traços dos três graus mais elementares de democracia digital. No primeiro grau, a divisão busca disponibilizar informações na página da *internet* aos turistas e à comunidade, mas limitando-se à função de setor público como prestador de serviços.

No segundo grau, há uma comunicação de mão única na coleta de opiniões da população para a população através do "*fale conosco*". Apesar de se disponibilizar aos visitantes do portal a possibilidade deste obter resposta às suas sugestões e solicitações, a comunicação não resulta em um debate democrático, no qual o cidadão terá participação ativa na tomada de decisões para a construção das políticas públicas de turismo.

Finalmente, no terceiro grau, nota-se que os "princípios da transparência e da prestação de contas" (*accountability*) permeiam o discurso do governo municipal de uma forma geral, não apenas no órgão de turismo, e percebem-se esforços dos que trabalham neste para fornecer informações com transparência. Porém, esta ainda não foi efetivamente alcançada, a exemplo do fato de a Diretoria de Desenvolvimento Institucional ter hesitado na liberação de documentos oficiais para pesquisa.

Conclui-se, nesta primeira fase da pesquisa, que a Divisão de Pesquisa e Tecnologia da

Informação tem estabelecido objetivos e metas quase que exclusivamente focados em apenas uma das suas funções: a pesquisa. Pelas mais diversas razões expostas anteriormente, a atuação da divisão é bastante limitada e precária no que concerne ao uso das TICs na atividade turística e,

portanto, poderia ser considerada um órgão exclusivo de pesquisa turística. Entretanto, será necessário um futuro aprofundamento desta investigação a fim de que se possam apresentar conclusões mais seguras sobre a real abordagem da divisão estudada.

Referências

- BENI, M.C. **Análise estrutural do turismo**. 2ªed. São Paulo: SENAC São Paulo, 1998.
- _____. **Globalização do turismo: megatendências do setor e a realidade brasileira**. São Paulo: Aleph, 2003. (Turismo).
- CÉSAR, P.A.B.; STIGLIANO, B.V. **Inventário turístico: primeira etapa da elaboração do plano de desenvolvimento turístico**. Campinas: Alínea, 2005.
- COOPER, C. et al. **Turismo: princípios e prática**. 2ªed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
- FLICK, U. **Uma introdução à pesquisa qualitativa**. 2ªed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- HALL, C.M. **Planejamento turístico: políticas, processos e relacionamentos**. São Paulo: Contexto, 2001. (Turismo Contexto).
- IRVING, M.A.; RODRIGUES, C.G.O.; NEVES FILHO, N.C. "Construindo um modelo de planejamento turístico de base comunitária – um estudo de caso." In: IRVING, M.A.; AZEVEDO, J. **Turismo: o desafio da sustentabilidade**. São Paulo: Futura, 2002.
- MOLINA, S. **O pós-turismo**. São Paulo: Aleph, 2003. (Turismo).
- MONTEJANO, J.M. **Estructura del mercado turístico**. 2ªed. Madri: Síntesis, 1999.
- ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO (OMT). **Introdução ao Turismo**. São Paulo: Roca, 2001.
- _____. **Turismo internacional: uma perspectiva global**. 2ªed. Porto Alegre: Bookman. 2003.
- PRATCHETT, L. New technologies and the modernization of local government: an analysis of biases and constraints. **Public Administration**, v. 77, n. 4, p. 731–51, 1999.
- REJOWSKI, M. et al. "Desenvolvimento do turismo moderno." In: REJOWSKI, M. (org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002, (Turismo).
- RODRIGUES FILHO, J.; GOMES, N.P. Tecnologia da informação no governo federal. **Revista de Administração Pública**, Rio de Janeiro, v. 38, n.1, p.93-108, jan./fev. 2004.
- SILVA, S.P. Graus de participação democrática no uso da internet pelos governos das capitais brasileiras. **Opinião Pública**, Campinas, v. 11, n. 2, p. 450-68, out. 2005. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-62762005000200007&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 08 Mar 2007.
- YASOSHIMA, J.R.; OLIVEIRA, N.S. "Antecedentes das viagens e do turismo." In: REJOWSKI, M. (org.). **Turismo no percurso do tempo**. São Paulo: Aleph, 2002, (Turismo).
- Documentos Eletrônicos**
- PREFEITURA MUNICIPAL DE JOÃO PESSOA (PMJP). Disponível em: <<http://www.joaopessoa.pb.gov.br/secretarias/setur/>> Acesso em: 08/mar./2007.