



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
DEPARTAMENTO DE TURISMO  
CURSO DE TURISMO

WELLINGTON MEDEIROS DE ARAÚJO VAZ

**ANÁLISE DO USO DE FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA O  
DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS ACADÊMICAS PELOS ALUNOS DA  
GRADUAÇÃO EM TURISMO DA UFRN**

Natal

2011

WELLINGTON MEDEIROS DE ARAÚJO VAZ

**ANÁLISE DO USO DE FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA O  
DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS ACADÊMICAS PELOS ALUNOS DA  
GRADUAÇÃO EM TURISMO DA UFRN**

Projeto de Monografia apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em turismo.

Prof.: Márcio Marreiro das Chagas, M.Sc.

Natal

2011

Catálogo da Publicação na Fonte.

UFRN / Biblioteca Setorial do CCSA

Vaz, Wellington Medeiros de Araújo.

Análise do uso de ferramentas de busca na internet para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas pelos alunos da graduação em turismo da UFRN/ Wellington Medeiros de Araújo Vaz. - Natal, RN, 2011.  
83 f.

Orientador: Prof<sup>a</sup>. M.Sc. Márcio Marreiro das Chagas.

Monografia (Graduação em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte. Centro de Ciências Sociais Aplicadas. Departamento de Ciências Administrativas. Curso de Turismo.

1. Ciência da informação - Monografia. 2. Internet - Monografia. 3. Ferramentas de busca - Monografia. I. Chagas, Márcio Marreiro das. II. Universidade Federal do Rio Grande do Norte. III. Título.

RN/BS/CCSA

CDU 338.48: 004.738

WELLINGTON MEDEIROS DE ARAÚJO VAZ

**ANÁLISE DO USO DE FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA O  
DESENVOLVIMENTO DE PESQUISAS ACADÊMICAS PELOS ALUNOS DA  
GRADUAÇÃO EM TURISMO DA UFRN**

Projeto de Monografia apresentado ao Curso de Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como requisito parcial para a obtenção do título de bacharel em turismo.

Prof.: Márcio Marreiro das Chagas, M.Sc.

Natal/2011

---

Márcio Marreiro da Chagas, MSc. Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Orientador

---

Lissa Valéria F. Ferreira, PhD. Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Banca Examinadora

---

Carlos Humberto Porto, MSc. Universidade Federal do Rio Grande do Norte  
Banca Examinadora

## AGRADECIMENTOS

As pessoas podem dizer que: “ah... qualquer idiota consegue fazer isso”, mas para, não foi fácil, portanto, respeite! (é brincadeira...).

Esse é o momento em que se olha para trás e passa um filme na nossa mente... E mostra tudo em primeira pessoa: os trabalhos, os seminários (nervosismo), as provas, as risadas (malhações), etc. Falando nisso, gostaria de lembrar alguns amigos que estavam no mesmo barco que o meu, durante o curso. Esses são, com inclusão de mim, os “xupetas”: David Leandro, Jonas Sérgio, Ivis Machado, Raphael Nobre, Tonderson Neves. Eternos amigos. Não posso esquecer também de duas pessoas que, apesar de ter me excluído (brincadeira) do seu grupo de amigos, compartilharam ótimos momentos durante o início do curso. Essas são Ana Matilde e Marinalva. Duas autarquias. Duas penteadeiras cheias de cacareco. Gosto muito delas. Agradeço ao meu orientador Márcio Marreiro das Chagas, pela sua constante paciência e prontidão, quando ele falava: “você quem manda aqui, rapaz”. Nunca tomei a liberdade de levar a sério essa frase dele... Valeu, Marreiro!

Curso a parte, gostaria de lembrar as pessoas que, sem as quais, nada disso teria graça, ou haveria acontecido. Primeiramente a Deus (Ele É, isto basta), a minha mãe, Francisca Medeiros Araújo da Silva (a pessoa mais importante para mim, na Terra), meu pai, Mailson Vaz da Silva, meus irmão, Matheus e “Juninho”, e toda minha família.

Meus dias na UFRN não teriam tanta graça sem a presença de Débora Mendes, minha “flor de jambo”. Todas as vezes que pegamos ônibus juntos, ou esperamos um ao outro, mesmo quando íamos ficar estudando até tarde da noite jamais serão esquecidas; foi muito bom ter passado tudo isso contigo... e com você também (piada nossa).

Enfim, espero que volte um dia a casa, seja lá de que forma for. Gosto muito da UFRN. Obrigado!

“Geralmente aqueles que sabem pouco falam muito e aqueles que sabem muito falam pouco”.

(Jean Jacques Rousseau)

## RESUMO

A acessibilidade é um fator característico para o mundo atual, pois a facilidade de se ter acesso a uma determinada coisa ou assunto tem maior volume. A *Internet* é a principal responsável por essa realidade em que vivemos. No contexto acadêmico não é diferente. As pesquisas acadêmicas são mais fáceis de serem feitas graças às ferramentas de busca na *Internet*, pois os conteúdos são dispostos de maneira que seu acesso seja disponível para qualquer pessoa – seja de forma gratuita ou paga – de modo que facilite as pesquisas acadêmicas. Diante deste contexto, este presente estudo pretendeu analisar o uso de ferramentas de busca na *Internet* para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas no curso de turismo da UFRN, identificando as ferramentas de busca mais usadas no contexto acadêmico em turismo por alunos de graduação; verificando as formas de uso destas ferramentas e levantando as vantagens e desvantagens do uso delas sob a percepção dos alunos da graduação em turismo. A metodologia deu-se de forma exploratório-descritiva, com enfoque analítico qualitativo, a amostra foi definida por conveniência, por meio de entrevistas realizadas com dois alunos de cada matrícula, a partir de 2008.1 até 2011.2, ou seja, dezoito. A discussão dos resultados foi feita com base na análise de conteúdo. Este estudo constatou que apesar do fato do Google ser uma ferramenta de busca na *Internet* usada por todos os alunos entrevistados, quando o fator é relevância, o Google Acadêmico é o mais reconhecido. Também foi verificado que as pesquisas acadêmicas noutros idiomas ainda são poucas, apesar de alguns se interessarem sobre autores estrangeiros. Este estudo mostrou que ter facilidade em fazer pesquisas acadêmicas na *Internet* não influencia no fato de gostar de fazê-lo, e sim, os alunos, pelo uso constante dos motores de busca na *Web*, identificam melhor suas dificuldades.

**Palavras-chave:** Ciência da informação. *Internet*. Ferramentas de busca

## ABSTRACT

The accessibility is a characteristic factor to the actual world, because the facility of this access to a determined thing or subject has a bigger volume. The Internet is the main responsible for this reality in which we live. In the academic context isn't different. The academic researches are easier to be done thanks the search engines in the Internet, because the contents are shown in a way that its access be available to anyone – free or paid – to facilitate the academic researches. Before this context, this present study intend to analyze the use of search engines in the Internet to the development of academic researches in the course of tourism of the UFRN, identifying the most used search engines in the academic context by the graduation students; verifying the ways of use of these tools and bringing up the vantages and disadvantages of their use by the perception of the graduations students of tourism. The methodology was descriptive-exploratory, with an analytic qualitative focus, the sample was defined by convenience, by interviews realized with two students per registration, from 2008.1 until 2011.2, in other words, eighteen interviews. The results discussion was made by content analyze. This study found that although the fact of the Google be a search engine used by every interviewed student, when it's about relevance, the Academic Google is the most acknowledged. Also, was verified that the academic researches in other idioms still are few, despite some be interested about foreign authors. This study showed that the fact to have facility in doing academic researches in the Internet doesn't influence to like it, and yes, because of the constant use of these search engines, the students identify their difficulties better.

**Key-words:** Information Science. Internet. Search engines.



## LISTA DE ILUSTRAÇÕES/GRÁFICOS

Figura 01: Ciclo da Informação.....	17
Figura 02: A Multidisciplinaridade da Pesquisa em Turismo. ....	19
Quadro 01: Revistas eletrônicas em Turismo no Brasil.....	25
Gráfico 01: vantagens do uso educacional da internet.....	26
Quando 2: Tamanho da amostra, por semestre, no estudo .....	29
Quadro 3: Quadro de perguntas do Roteiro de Entrevistas.....	31
Quadro 04: Etapas da Análise de conteúdo. ....	33
Quadro 05: Ferramentas de busca na Internet já usadas na academia .....	35
Gráfico 02: Motores de busca mais relevantes percebidos pelos alunos de turismo .....	36
Quadro 06: Relação dos motores de busca que os alunos de turismo da UFRN conhecem com os que usam. ....	36
Quadro 07: utilização das ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico pelos alunos da graduação de turismo da UFRN .....	38
Quadro 08: facilidade de encontrar, com exatidão, o que se deseja na internet. ....	39
Figura 09: Relação da facilidade de usar um motor de busca na Internet.....	42

## SUMÁRIO

<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	11
1.1 Problemática.....	11
1.2 Justificativa .....	13
1.3 Objetivos.....	15
1.3.1 Geral.....	15
1.3.2 Específicos .....	15
<b>2 FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO</b> .....	16
2.1 Valor da informação .....	16
2.2 Pesquisa em turismo .....	17
2.3 Ferramentas de busca na <i>Internet</i> .....	22
<b>3 METODOLOGIA</b> .....	28
3.1 Tipo de estudo .....	28
3.2 Universo da pesquisa .....	28
3.3 Coleta de dados .....	29
3.4 Plano de análise dos dados.....	32
<b>4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS</b> .....	34
4.1 Perfil da amostra .....	34
4.2 Ferramentas de busca na <i>internet</i> usadas pelos alunos de graduação de turismo.....	34
4.3 Formas de uso das ferramentas de busca na internet pelos alunos da graduação em turismo.....	37
4.4 vantagens e desvantagens do uso dessas ferramentas.....	40
<b>5 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	44
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	45
<b>APÊNDICES</b> .....	49

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Problemática

O turismo é uma atividade bastante abrangente. Milhões de pessoas ao redor do mundo são impactadas por seus efeitos, tanto positiva como negativamente. As relações que o turismo faz no globo crescem a cada ano, ou seja, por exemplo, como afirmado por Beni (2000, p. 276), mais empregos são gerados no desenvolvimento dessa atividade; segundo o Anuário do Transporte Aéreo (2010, p. 24), no ano de sua publicação, foi constatado que mais indivíduos têm a experiência de viajar de avião. De acordo com os dados do anuário, relacionando com o que diz Beni, é possível verificar que o turismo exerce um efeito importante na economia de um país. Além de outras diversas características que apontam para uma progressão anual geométrica do turismo.

Os resultados que a influência do turismo podem implicar na mudança total na vida de uma pessoa em sua sociedade, pois o contato com essa atividade – seja econômica ou para fins de lazer e descanso – envolve diversas áreas, pessoas, ações etc. o que significa que o turismo não é somente uma atividade econômica, mas também, um processo que promove o desenvolvimento humano. Apesar disso, em várias localidades, o turismo é planejado de maneira vertical, não dando chance de os autóctones intervirem no processo decisório da atividade.

Quando se fala de desenvolvimento humano em relação ao turismo, fala-se não apenas de geração de empregos e renda, mas também de oportunidades para que o mesmo possa crescer como indivíduo. O turismo deve estar relacionado a um processo de ampliação cultural, não alienatório, elaborado pelos seus atores para aplicar em uma determinada população, onde esta também deve ser responsável pelos benefícios gerados pela atividade, participando dos processos de tomada de decisão, como afirma Ansarah (2003, p. 285). Isso quer dizer que para que o turismo se desenvolva plenamente numa comunidade, os atores do investimento turístico devem inserir a população na organização da atividade, a fim de proporcioná-la uma interação mais forte, para que, com o conhecimento prévio do planejamento do turismo e sua respectiva contribuição, se beneficie com os retornos

obtidos, sendo reconhecidos como peça importante no processo e assim, crescerem como indivíduos.

Com base em toda essa realidade do turismo, surgem vários trabalhos científicos feitos por alunos das diversas Instituições de Ensino Superior (IES) do Brasil e do mundo falando sobre o assunto. A produção acadêmica voltada para o turismo ainda está dando seus primeiros passos, pois o curso, no nível superior, é novo em comparação a outros (TRIGO, 2000, p. 225). Além disso, sobre a questão da leitura por parte dos estudantes do curso, alguns aspectos devem ser valorizados na metodologia do ensino do Turismo, e um desses é exatamente a necessidade da leitura por parte dos alunos. A leitura não é uma prática muito exercitada pelos estudantes da área. O que remete a escassez de trabalhos acadêmicos desenvolvidos. O ensino de línguas estrangeiras deficitário leva os alunos a não pesquisarem autores de fora do país, o que limita mais ainda suas já poucas pesquisas e leituras.

Essa falta de interesse em leitura, junto com a crescente utilização da *Internet* como motor de busca para trabalhos acadêmicos, pode ser um dos grandes responsáveis pelo fato dos artigos e livros científicos impressos da área já não serem tão consultados como outrora (SOARES, 2002, p. 157). Na realidade, a utilização da *Internet* não é vista de maneira preconceituosa nos dias de hoje, pois a *Web*<sup>1</sup> está, ao contrário de outro tempo, cada vez mais presente na vida das pessoas, na academia. A utilização de ferramentas de pesquisa na *Internet* é uma maneira mais ágil de se fazer uma pesquisa bibliográfica, pois seus métodos dispõem de bases de dados de indexação, ou seja, facilita a identificação e o acesso às informações – se fossem pesquisadas em revistas científicas impressas, a demanda de tempo nessa pesquisa seria maior, pois o processo de busca pelas informações seria mais trabalhoso, em relação à facilidade de encontrar informação por meio de um motor de busca na *Internet*.

O presente trabalho pretende identificar as principais ferramentas de busca na *Internet* utilizadas pelos alunos curso superior de Turismo da UFRN – Universidade Federal do Rio Grande do Norte –, fazendo um levantamento das vantagens e desvantagens do uso dessas fontes de pesquisa, além de verificar as formas de uso delas, ou seja, suas características específicas. Portanto, coloca-se a

---

<sup>1</sup>World Wide Web

seguinte questão: Como se dá o uso de ferramentas de busca na internet para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas em turismo?

## 1.2 Justificativa

A escolha desse tema deu-se pelo fato de não haver trabalhos suficientes relacionados à utilização de ferramentas de busca na *Internet* para fins de pesquisa bibliográfica na área do Turismo na academia. Essa realidade contribui para o fato de os alunos do curso não se sentirem estimulados ou atraídos a produzirem trabalhos científicos na sua área. (BOLSON, 2004, p. 01). Apesar de haver muitas publicações no Brasil todos os anos, ainda é pequena a quantidade e principalmente a qualidade dos periódicos existentes relacionados ao turismo como afirma (BERTUZZO, 2004); em consequência de ser um fenômeno muito recente e, portanto, relativamente jovem como objeto de pesquisa (BANDEIRA, 2008, p. 5).

Sobre a questão da leitura, Trigo (2000, p. 250) diz que alguns aspectos devem ser valorizados na metodologia do ensino do Turismo e um desses é exatamente a necessidade da leitura e de pesquisa por parte dos alunos. Isso, a priori, pode ser notado, a partir desse estudo de (TRIGO, 2000), que a leitura não é uma prática muito exercitada pelos estudantes da área; o que remete a escassez de trabalhos acadêmicos desenvolvidos dentro do curso; isso se dá pelo fato de as IES não formularem grades curriculares abordando um conteúdo de acordo com o que é realmente necessário, copiando a metodologia de outras universidades, fazendo com que os alunos não se sintam estimulados a se comprometerem com o curso (TRIGO, 2000, p. 248).

O ensino de línguas estrangeiras deficitário realizado dentro dos cursos superiores de turismo não ajuda para o incentivo de pesquisas, por parte dos discentes, em outros idiomas (TRIGO, 2000, p. 248). É sabido que a pesquisa em outras línguas é um fator que enriquece suas percepções acerca de suas áreas, pois proporciona uma visão mais macro sobre o turismo. Esse defeito não prejudica somente a pesquisa, mas também suas atuações o mercado de trabalho, o cujo precisa de pessoas que falam, pelo menos, mais de um idioma.

Essas lacunas limitam suas já poucas pesquisas e leituras, pois a falta de interesse de leitura – por parte dos alunos – do material estudado dentro do curso, acarretado pelo descompromisso deles no curso, resulta na formação de

profissionais ingênuos, sem uma ideia ampla e satisfatória sobre suas áreas. O incentivo à pesquisa é um fator fundamental para a formação profissional do aluno; sem esse apoio, o aluno não se compromete com sua área.

Isso ocorre por causa da falta de conhecimento, por parte dos alunos, em utilizar ferramentas de pesquisa eletrônicas, e isso é mostrado, por exemplo, pela falta de domínio de suas técnicas específicas. Segundo Mendonça (2009, p. 17) “As ferramentas de pesquisa são sistemas que fazem indexação de documentos utilizando programas que vasculham a rede mundial de computadores em busca de documentos para incorporarem à sua base de dados”.

Este estudo contribui para o estudo do perfil do aluno do curso de turismo da UFRN, acerca da utilização de meios tecnológicos para obter informações necessárias para uma pesquisa acadêmica. É fato que existe uma parcela de estudantes que não têm grande afinidade com a utilização de motores de busca na *Internet*, o que dificulta seu desempenho nos trabalhos, em comparação com outros cujo universo de pesquisa é mais amplo, devido à consulta de fontes de pesquisa mais relevantes, por causa do acesso à *Web*. O conteúdo deste projeto poderá ajudar aos alunos a perceber suas dificuldades, para que obtenham um conhecimento maior sobre a utilização da tecnologia em seus trabalhos acadêmicos. Além de ser uma fonte de informação, pois existem poucos trabalhos falando sobre esse tema e menos ainda relacionado ao campo do turismo.

### 1.3 Objetivos

#### 1.3.1 Geral

Analisar o uso de ferramentas de busca na *Internet* para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas na área de turismo na percepção dos alunos de graduação de 2008.1 a 2010.2 da UFRN.

#### 1.3.2 Específicos

- a) Identificar as ferramentas de busca na *Internet* mais usadas para a pesquisa acadêmica por alunos da graduação em turismo da UFRN;
- b) Verificar as formas de uso destas ferramentas;
- c) Levantar as vantagens e desvantagens do uso destas ferramentas sob a percepção dos alunos da graduação em turismo.

## 2 FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO

### 2.1 Valor da Informação

A informação, em qualquer trabalho acadêmico, deve possuir um fator preponderante para sua credibilidade, a qualidade e o fator de impacto. Para isso, é importante que se faça pesquisas somente em fontes confiáveis, como por exemplo, o Google Acadêmico e a Scielo. Em se tratando de periódicos, é importante que se faça pesquisas em periódicos de alto fator de impacto, que é uma escala que mede o nível de credibilidade que o periódico tem. Muitos estudantes buscam informações em lugares cuja credibilidade é bastante baixa, buscando informações em lugares poucos confiáveis, com o uso de ferramentas de busca pouco relevantes dentro da academia, além de consultas em periódicos com baixo fator de impacto, sendo inaceitável para uma pesquisa acadêmica.

O meio virtual se tornou atrativo também por seus custos, minimizados diante das publicações impressas. Por outro lado, a internet convive com o estigma de ser um meio pouco confiável, uma vez que dissemina boas e más informações e, cientificamente, as informações equivocadas, dados fantasiosos, comprometem o próprio desenvolvimento da ciência (BANDEIRA, 2008. p. 6).

A *Internet* é um recurso, tanto para fazer pesquisas, como para a própria publicação de trabalhos acadêmicos, porém, é preciso saber utilizá-la, pois, muitas vezes, as informações nela contidas são equivocadas, cabendo aos pesquisadores saberem onde buscam ou publicam seus trabalhos. A consulta ou a publicação de uma informação errônea pode comprometer o desenvolvimento de um objeto de pesquisa, como por exemplo, o turismo. Pois, com a *Internet*, o acesso à informação é bem mais fácil e sua disseminação também, o que ajuda bastante no processo de disseminação dessa informação.





Figura 01: **Ciclo da Informação**

Fonte: Pádua (2006, p. 33)

A Figura 01 mostra que a informação não é somente o processo em que se caracteriza o emissor e o receptor; ou o informador e o informado. Existe uma complexidade acerca desse procedimento informacional, a qual foge da linearidade exercida nesses processos citados. Desse modo, a autora mostra, na figura, que esse processo é algo mais complexo, onde se atribui a construção, a comunicação e o uso atribuídos à informação, o que mostra a importância dessas etapas, visto que o valor da informação vai depender de cada uma delas.

[...] existem outras questões relativas à legitimidade que estão relacionadas com o reconhecimento social de atividades científicas em meio digital no âmbito institucional – seja nas agências de fomento, da instituição de origem ou dos pares. Logo, o depósito da produção científica em repositórios desta natureza, por exemplo, somente terá valor se for considerada na avaliação institucional e profissional, tal como ocorre com as demais publicações impressas científicas Weitzel (2006, p. 86)

A credibilidade das publicações disponibilizadas na *Internet* depende de sua aprovação, porém, o problema é que, no Brasil, a publicação dessas não depende destas condições de aprovação. A falta de tradição no país na pesquisa bibliográfica na *Web* ainda é muito fraca. E pelo fato de o turismo também ser muito jovem em relação a sua pesquisa, a existência de trabalhos com informação equivocada é ainda bastante volumosa no ambiente da *Internet*.

## 2.2 Pesquisa em Turismo

A pesquisa em turismo tem sido, por ser uma área relativamente nova, é importante, pois a cada pesquisa é gerada uma nova ideia sobre uma linha de visão

diferente, ou até mesmo complementar, amadurecendo ainda mais as pesquisas, e por consequente, sua respectiva área do conhecimento.

Na área do turismo, como em qualquer outra área do conhecimento [...], o processo de desenvolvimento está estreitamente ligado à pesquisa e ao ensino. A pesquisa, todavia, funciona basicamente como 'mola propulsora' do sistema técnico-científico, estabelecendo um fluxo contínuo de conhecimento. (REJOWSKI 2003, p. 13)

O turismo abrange diversas áreas do conhecimento, como História, Geografia, Direito, Administração etc. e a abordagem desses conceitos leva a uma interdisciplinaridade. As IES de Turismo apresentam, muitas vezes, grades curriculares com disciplinas relacionadas a áreas as quais os alunos dizem não serem o bastante para a formação de um bom profissional em turismo (BOLSON, 2004, p. 1).

O resultado disso foi um curso onde sua grade curricular não atende amplamente às necessidades do mercado, ou seja, os cursos ministram conteúdos irrelevantes ao tema com alto índice de interdisciplinaridade, onde suas metodologias foram apenas copiadas uns dos outros, culminando num curso onde os alunos não saem satisfatoriamente preparados para o mercado de trabalho (TRIGO, 2000, p. 248).

A pesquisa em turismo é afetada por causa dessa abrangência no seu estudo, pois os temas ficam muito dispersos, pelo fato de se poder falar sobre várias áreas do conhecimento – como foram citadas acima. Os alunos sentem dificuldade em fazer pesquisas científicas, provocando certo desestímulo por parte deles.

O fomento à pesquisa em turismo no Brasil tem sido questão irrelevante, enquanto em outras áreas, é peça fundamental de inovação e desenvolvimento do setor. A realização da pesquisa turística requer programa educativo coordenado entre as disciplinas do próprio curso, de outros cursos da instituição, de outras instituições, nos âmbitos regional, nacional e internacional, com a finalidade de tornar o sistema mais eficiente. (ANSARAH, 2000, p. 14).

De acordo com a realidade do curso de turismo no Brasil, cujo fator caracterizador é a multidisciplinaridade, essa ampla interação proposta pela autora não é ainda o que se vê na área do turismo na academia. A pesquisa ainda não é tida como fator importante o bastante para o desenvolvimento e amadurecimento acadêmico do setor. O turismo é recente, como objeto de estudo nas universidades

brasileiras. O Curso superior de Turismo começou a ser ministrado no Brasil a partir da década de 1970.

Segundo Pádua (2006, p. 55), “a busca por identidade levou a área de turismo a várias tentativas de fundir-se teoricamente com outros campos, de forma a ocupar posição científica”.

O turismo não é tido como ciência, ainda. E não tem expectativas de algum dia se tornar um objeto científico. O que leva a incidência dessa tamanha interdisciplinaridade na academia, havendo professores cuja formação é de outras áreas, fragmentando a construção intelectual dos estudantes, fazendo-os saber um pouco sobre as diversas áreas do conhecimento, porém, nada de específico. Pode está aí a grande razão da dificuldade dos alunos em entrar no mercado de trabalho.

A área do Turismo ainda hoje não se constitui em um corpe de conhecimento independente, com antecedentes próprios, contando, portanto, com pesquisas que geralmente tem um caráter interdisciplinar. O Turismo não é uma ciência, mas uma área das Ciências Sociais Aplicadas; não é uma disciplina, mas um objeto de estudo pertencente a muitas disciplinas (GUARALDO, 2006, p. 2).

As pesquisas bibliográficas em Turismo possuem um caráter bastante abrangente, onde a busca por informações acerca da área é feita em fontes cujo objetivo não é falar sobre Turismo, porém, para o pesquisador, tal trabalho tem dados muito relevantes para a pesquisa, ao contrário do oposto. Como é o caso do Direito, Antropologia, Geografia etc. essas áreas do conhecimento são consultadas para fins de elaboração de trabalhos científicos em Turismo.

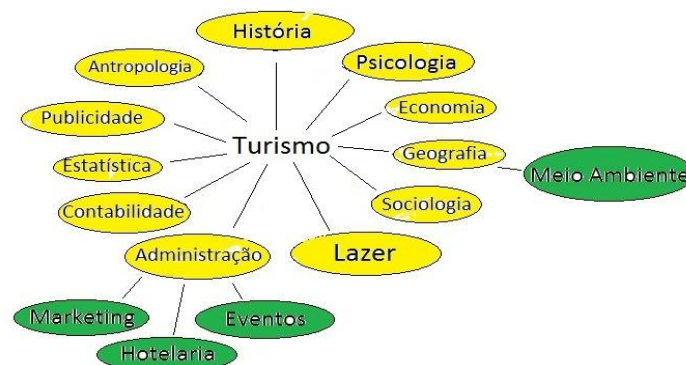


Figura 02: **A Multidisciplinaridade da Pesquisa em Turismo.**  
Fonte: Adaptado de (PÁDUA, 2006, p. 57).

A Figura 01 retrata o quão abrangente é a pesquisa em Turismo, mostrando áreas as cujas fontes bibliográficas são de suma importância para a realização de um trabalho acadêmico. Mostra também que a Administração está fortemente ligada ao Turismo, possuindo uma ramificação para mais duas outras fontes de pesquisa, que são Marketing e Hotelaria. As demais têm uma relação grande com o Turismo, mas a Administração está holisticamente intrínseca à área.

O fato dessa interdisciplinaridade do turismo não é resultado, unicamente, da má elaboração dos processos acadêmicos para a formação do Bacharel. Tem-se que considerar que o turismo é além de um objeto de pesquisa não científico, mas também um fenômeno social muito complexo, que tange tanto o desenvolvimento humano como o crescimento econômico e, portanto:

[...] é extremamente importante que os pesquisadores na área de turismo tenham em mãos informações correntes atualizadas, capazes de reduzir suas incertezas no momento da busca informacional, auxiliando-os nas tomadas de decisões. Suas necessidades informacionais não dizem respeito apenas aos processos tecnológicos, mas, também, a todo o desenvolvimento científico da área (PÁDUA, 2006, p. 55-56).

As informações levantadas são muito importantes para que a atividade seja bem desenvolvida e, para tanto, tem-se que ter uma boa gestão, tanto pública como privada. De acordo com Sakata (2002, p. 30):

A tarefa da pesquisa em turismo é coletar e analisar dados para auxiliar os administradores do setor a tomar decisões. A pesquisa em turismo é a construção e condução sistemática e imparcial de investigações para resolver problemas da área.

O aluno de graduação, no início de seu curso, entra com uma percepção aquém da realidade dentro da academia. A pesquisa dentro do curso tem sua importância, pois, segundo Sakata (2002, p. 32): “Visto que a pesquisa em Turismo tem seu início na graduação, o aluno adquire conhecimentos básicos que o auxiliarão na pesquisa acadêmica dos cursos de Pós-graduação”.

As experiências do aluno – tanto do curso de turismo quanto para qualquer outro curso de graduação – no universo das pesquisas bibliográficas para fins acadêmicos têm também sua consideração acerca do desenvolvimento individual deste. A realização de trabalhos na academia traz ricas experiências ao aluno, dando-o luz para um nível mais elevado de pesquisa, como um Mestrado e/ou também uma prática profissional de verdade.

Ouriques (1998), em seus estudos sobre o turismólogo como profissional, indaga sobre o quão preparado, de fato, estão os alunos de turismo para o mercado de trabalho. Em contraponto com tal estudo, (BOLSON, 2004, p. 1), descreve os alunos de turismo, por meio dos professores, como sendo universitários que não leem, não estudam, são desinteressados, vão às aulas somente para conseguir o diploma e é por esse motivo que não conseguem emprego depois que concluírem o curso.

Autores estrangeiros como Cooper *et al.* (2001), Ritchie (1990), Jafari e Ritchie (1981), Go (1981), Pearce e Butler (2002) e brasileiros como Trigo (1998; 2000; 2003), Rejowski (1996), Dencker (1998; 2002), Ansarah (2001; 2002), Ruschmann (2002) entre outros, precursores de pesquisas e obras relacionadas à educação em turismo e hotelaria no Brasil e no mundo, objetivam, em grande maioria, elevar o padrão de qualidade do ensino e nivelar os conhecimentos a respeito do tema. (MIRANDA; ZOUAIN, 2008, p. 114)

Isso quer dizer que existe uma preocupação acerca da pesquisa em turismo. Diversos trabalhos acadêmicos são publicados pelo mundo falando sobre o ensino do turismo, o que tange, também, a pesquisa na área. Tais pesquisadores citados acima são de profunda relevância para a pesquisa em turismo, pois seus trabalhos são os mais completos, acerca do assunto. Pesquisar, em turismo, é uma tarefa árdua, por causa da sua interdisciplinaridade, tendo-se que buscar informações em fontes variadas.

O atual estágio do conhecimento do turismo indica a existência de um conjunto de estudos e pesquisas esparsos e nem sempre identificados. Um sério esforço de levantamento e sistematização desses documentos faz-se necessário, a fim de esclarecer condicionantes, avanços e limites desses trabalhos acadêmicos, principalmente em países como o Brasil, onde a pesquisa em turismo sofre problemas mais do que em outras áreas, pelos precários recursos informacionais, junto a centros de informação, bibliotecas especializadas, bancos de dados, redes de informação etc. (REJOWSKI, 2003, p. 87).

A autora, em seu livro *Turismo e Pesquisa Científica da Coleção Turismo*, publicado a partir de sua tese de doutorado apresentada em 1993, faz uma crítica a respeito da pesquisa em turismo, fazendo um contraponto sobre os avanços das pesquisas, representada pelos autores expostos na citação anterior, onde ela mesma aparece como uma das mais relevantes pesquisadoras de turismo do Brasil e reconhecida mundialmente por suas contribuições para a pesquisa em turismo.

### 2.3 Ferramentas de Busca na *Internet*

Diante da pesquisa em turismo, entra em discussão a questão da busca por informações relacionadas à área. As ferramentas de busca são grandes aliadas nessas pesquisas, principalmente as que utilizam da *Internet*. As ferramentas de busca na *Internet* são mais utilizadas pelo fato de a área de busca consultada ser bem mais abrangente e eficaz – buscando-se informações a nível mundial – em comparação aos materiais impressos, além de disponibilizar o acesso livre para as pessoas.

Segundo Souza (2010, p. 34) acesso livre:

[...] diz respeito à informação digital, em tempo real, de forma gratuita. livre da maior parte das limitações referente aos direitos autorais e licenciamento. Isso é possível graças à *Internet* e a concordância do autor ou do detentor dos direitos autorais.

Mas não é necessariamente sempre assim. Os principais periódicos disponibilizados na *Internet* são pagos. Porém, no que se fala de acesso livre, esse recurso nos permite o acesso a informações de maneira livre e com limites abrangentes, sendo que não é tão simples pesquisar na área do turismo, pois, como já mencionado, esse campo tem características que podem ser identificadas como multidisciplinares, ou seja, abrange diversas áreas do conhecimento.

A *Internet* começou a ser utilizada no Brasil em meados de 1989 e 1990, somente por instituições de pesquisas e um pouco depois por Universidades, permanecendo assim até o final de 1995, quando a exploração comercial teve início [...] Brant (2003, p. 1).

O Brasil começou a desfrutar desses recursos tardiamente, em comparação a outros países, esse fator pode ser um dos principais motivos de existirem diversas revistas eletrônicas em turismo cuja qualidade está abaixo do necessário para uma consulta a informações de confiança. Isso mostra uma nova dificuldade para a pesquisa na área: a não padronização de periódicos “*on-line*” no Brasil. (BONFÁ; BLATTMANN; CASTRO, 2006, p. 5) mostram que “Os resultados apontam a falta de normas e padrões de gerenciamentos em publicações periódicas on-line, dificultando a disseminação da produção da informação técnico-científica.”

A *internet* possibilitou que a indexação dos artigos científicos fosse feita pelos motores de busca, que recuperam os conteúdos disponibilizados na *Web* (MUGNAINI; STREHL, 2008. p. 93).

Os autores citados acima querem dizer que, com a *Internet*, facilitaram-se bastante as pesquisas bibliográficas. Tal tecnologia desenvolveu ferramentas de pesquisa bem mais eficazes e eficientes, pois buscam informações do mundo inteiro.

As ferramentas de pesquisa são sistemas que fazem indexação de documentos utilizando programas que vasculham a rede mundial de computadores em busca de documentos para incorporarem à sua base de dados (MENDONÇA, 2009, p. 17).

A *internet* é o maior instrumento de busca que existe, pois seu sistema de indexação abrange informações a nível mundial, possibilitando o pesquisador acessá-las em lugares onde, sem a utilização de tal meio, não seria possível ou até viável a consulta do material pesquisado.

Ainda segundo Mendonça (2009, p. 16), o Google é uma das ferramentas mais utilizadas na *Internet* para fins de pesquisas acadêmicas. As suas modalidades mais consultadas são: Google uso genérico (<http://www.google.com>); Google Acadêmico (<http://scholar.google.com>) e o Google Livros (<http://books.google.com>).

As revistas eletrônicas de turismo não são as únicas alternativas de pesquisa. O Google e suas modalidades de busca são um meio de pesquisa bibliográfica bastante relevante, pois seu nível de abrangência é o mais amplo das ferramentas de busca na *internet*.

- O Portal Capes que reúne cerca de 100 bases de dados de indexação e resumo de documentos publicados em todas as áreas do conhecimento e textos completos de artigos de mais de 12 mil periódicos nacionais e internacionais. O acesso ao Portal ([www.periodicos.capes.gov.br](http://www.periodicos.capes.gov.br)) pode ser realizado através das bibliotecas das IES por ela autorizadas. Outras fontes de informação acadêmica de acesso livre, também estão disponíveis neste mesmo Portal Capes. ([acessolivre.capes.gov.br](http://acessolivre.capes.gov.br));
- Biblioteca Digital de Teses e Dissertações (BDTD) do Instituto de Informação em Ciência e Tecnologia (IBICT), integra em um só portal, as bases de dados de acervo, em texto completo, da maioria das teses e dissertações brasileiras ([bdtd2.ibict.br](http://bdtd2.ibict.br)). (MENDONÇA 2009, p. 18)

A autora destaca as principais bases de dados de indexação do Brasil: o Portal Capes e a Biblioteca Digital de Teses e Dissertações, onde suas funções são a de disponibilizar trabalhos acadêmicos das diversas áreas do conhecimento, a fim de facilitar a busca por determinado material, no caso dessas duas bases de dados de indexação, a disponibilidade é de, respectivamente, periódicos e trabalhos de conclusão de programas de pós graduação (mestrado e doutorado).

Porém, não se pode esquecer-se da importância que a Scielo tem para a pesquisa *online* no Brasil:

SciELO – Scientific Electronic Library Online — <http://www.scielo.br> — é uma biblioteca virtual de revistas científicas brasileiras em formato eletrônico. Ela organiza e publica textos completos de revistas na Internet / Web, assim como produz e publica indicadores do seu uso e impacto. A biblioteca opera com a Metodologia SciELO, que é produto do Projeto para o Desenvolvimento de uma Metodologia para a Preparação, Armazenamento, Disseminação e Avaliação de Publicações Científicas em Formato Eletrônico [...] (PACKER, 1998, p. 109).

Pode-se dizer que existem três bases de dados de indexação que mais se destacam no Brasil. Levando em consideração o recente advento da *Internet* no país, é notório o avanço no que se diz respeito à pesquisa acadêmica por meio da *web*. Isso sem falar do Google Acadêmico, cuja versão brasileira foi disponibilizada apenas a partir de 2006:

Diversos estudos o Google Acadêmico (GA) têm surgido, buscando esclarecer sua potencialidade e confiabilidade como instrumento de recuperação de informações científicas. Patrocinado pelo Google, um dos motores de busca mais utilizados mundialmente, a versão acadêmica traz em si as mesmas incertezas, podendo-se questionar como uma ferramenta tão eficiente pode ser oferecida gratuitamente, ou qual o modelo de negócio de seus criadores. Alguns anos depois de sua criação, a empresa Google cresce vertiginosamente, comprovando que a informação é, se não o mais rentável, um dos bens de consumo mais rentáveis da atualidade. (MUGNAINI; STREHL, 2008, p. 98)

O Quadro 01 mostra as revistas eletrônicas de turismo mais relevantes existentes no Brasil. Ao todo são 12 revistas nacionais, onde as que mais se destacam são: Caderno Virtual de Turismo; Turismo em Análise; Turismo: Visão e Ação; Observatório de Inovação em Turismo etc.



Quadro 01: Revistas eletrônicas em Turismo no Brasil

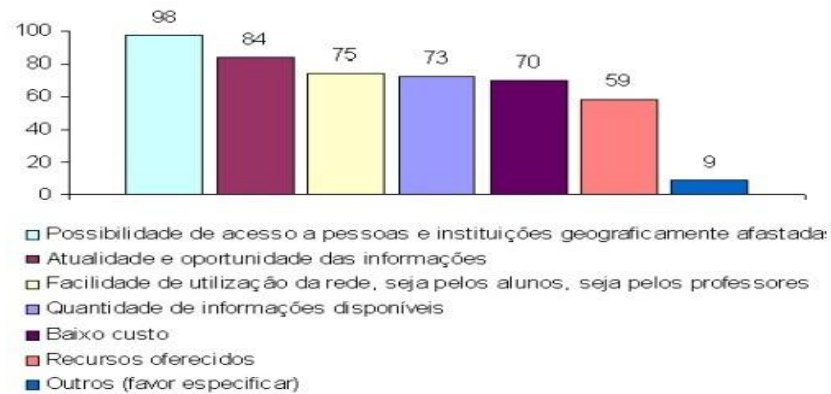
Revistas Eletrônicas	Endereço Eletrônico
Revista Científica Eletrônica em Turismo	<a href="http://www.revista.inf.br/turismo">http://www.revista.inf.br/turismo</a>
Caderno Virtual de Turismo	<a href="http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/">http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/</a>
Dialogando no Turismo	<a href="http://www.rosana.unesp.br/revista/">http://www.rosana.unesp.br/revista/</a>
Revista Observatório de Inovação do Turismo	<a href="http://www.ebape.fgv.br/revistaoit/">http://www.ebape.fgv.br/revistaoit/</a>
Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo	<a href="http://www.revistas.univerciencia./turismo/">http://www.revistas.univerciencia./turismo/</a>
LICERE	<a href="http://www.eeffto.ufmg.br/licere">http://www.eeffto.ufmg.br/licere</a>
Revista de Cultura e Turismo	<a href="http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/">http://www.uesc.br/revistas/culturaeturismo/</a>
Revista Eletrônica de Turismo Cultural	<a href="http://www.eca.usp.br/turismocultural">http://www.eca.usp.br/turismocultural</a>
Revista Hospitalidade	<a href="http://www.revistasuniverciencia.org/turismo/">http://www.revistasuniverciencia.org/turismo/</a>
Turismo em Análise	<a href="http://www.turismoemanalise.org.br/">http://www.turismoemanalise.org.br/</a>
Turismo: Visão e Ação	<a href="http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva">http://siaiweb06.univali.br/seer/index.php/rtva</a>

Fonte: Adaptado de Ferreira (2009, p. 42).

As principais revistas brasileiras de turismo estão disponíveis na *Internet*, sendo que também existem as estrangeiras, onde estão presentes os artigos em Inglês, Espanhol, Francês, etc. Estas também têm o mesmo tipo de disponibilidade. A pesquisa científica em outros idiomas é interessante, porém, existem publicações importantes escritas em português, que estão presentes em periódicos como os listados no Quadro 01.

A evolução da comunicação científica e o uso das tecnologias de informação e comunicação contribuíram na mudança do suporte tradicional do periódico científico – o impresso, para um novo meio: o on-line. (REVISTA ACB, 2008, p. 406)

Com o avanço da *Internet*, a consulta em materiais impressos está diminuindo cada vez mais, pois, com tal ferramenta, o procedimento de busca se dá de forma muito mais objetiva, o que aperfeiçoa a variável tempo, no processo de pesquisa de um trabalho científico.

Gráfico 01: vantagens do uso educacional da *internet*

Fonte: Blattmann (2001).

O Gráfico 01 mostra as vantagens da utilização da *Internet* na pesquisa acadêmica e, como se pode perceber, a maioria das pessoas entrevistadas na pesquisa da autora menciona a questão do acesso a materiais cuja localização é distante e, sem o recurso da *Web*, a consulta a tal fonte poderia ser inviável ou impossível, além de ressaltarem a atualidade e a facilidade no acesso às informações.

A utilização da web nas pesquisas acadêmicas é uma maneira muito eficiente, contando que diversas variáveis são beneficiadas, porém somente se for explorados os recursos que são disponibilizados ao usuário, ou seja, o uso de técnicas de pesquisa – que são características de um processo de busca na Rede Mundial de Computadores – é que irá, realmente, fazer jus a eficiência da pesquisa.

- **Ou/or:** recupera os registros que contém pelo menos uma das palavras pesquisadas;
- **E/and** recupera os registros que contém todas palavras solicitadas na expressão de busca;
- **Não/not:** serve para excluir um ou mais termos da pesquisa;
- **Truncamento** utilizando o \* (asterisco) é possível expandir a recuperação de palavras que possuam o mesmo radical. Desta forma, o truncamento metal\*, recuperará registros que contém palavras como metal, metalurgia, metalúrgico;
- **Parênteses ( ):** utilizando este recurso é possível pesquisar várias palavras correlatas ou com o mesmo significado, possibilitando ampliar uma expressão de busca, como neste exemplo: empresa\* E (fusões OU aquisições). (MENDONÇA 2009, pp. 18-19).

Essas palavras e símbolos citados servem para auxiliar no processo de busca na *Internet*. Poucas são as pessoas que sabem utilizar tais recursos nas suas

pesquisas, dificultando o encontro das informações que estão sendo desejadas pelo pesquisador no espaço *Web*. Portanto, a qualidade de um trabalho acadêmico vai depender, acima de tudo, das habilidades que o pesquisador tem na hora de buscar as informações para a produção do conhecimento, ou seja, se sabe pesquisa na *Internet*.

### 3 METODOLOGIA DA PESQUISA

#### 3.1 Tipo de Estudo

Este estudo, de acordo com os objetivos, trata-se de uma pesquisa exploratório-descritiva, com enfoque analítico qualitativo, que, Para Marconi e Lakatos (2004, p. 269), o enfoque qualitativo “preocupa-se em analisar e interpretar aspectos mais profundos, descrevendo a complexidade do comportamento humano [...] fornece análise detalhada sobre as investigações, hábitos, atitudes, tendências de comportamento e etc.”. Para Dencker (1998, p.124), a pesquisa exploratória “procura aprimorar ideias ou descobrir intuições”. É sabido também que a pesquisa descritiva busca, para Dencker (1998, p. 124), “descrever fenômenos ou estabelecer relações entre variáveis”. Nesse sentido, o projeto pretendeu consultar os alunos de turismo da UFRN para descobrir quais são as ferramentas de busca que eles utilizam, verificando as formas de uso delas, constatando as percepções dos alunos acerca de suas vantagens e desvantagens.

Para que haja uma maior percepção acerca da relação apresentada a partir da conceituação de pesquisa exploratório-descritiva feita aqui, o enfoque qualitativo foi uma peça fundamental, pois forneceu informações mais profundas sobre as investigações feitas pelo pesquisador, o que permite o enriquecimento de suas eventuais percepções e relações.

#### 3.2 População e Amostra

A população deste estudo foram os alunos de todos os períodos do curso de Turismo da UFRN. A amostra, de acordo com Marconi e Lakatos (1985, p. 155) “é uma parcela convenientemente selecionada do universo (população); é um subconjunto do universo.” – foi consultada de forma não probabilística, ou seja, para Dencker (1998, p. 179), “[...] qualquer tipo de amostragem em que a possibilidade de escolher um determinado elemento é desconhecida”. E também por conveniência, que segundo Dencker (1998, p. 179) “Os elementos são escolhidos de acordo com a conveniência do pesquisador”. Portanto, a escolha da amostragem foi feita por conveniência, seguindo o que se encaixa dentro da conveniência do pesquisador. O critério de escolha da amostra (alunos) foi feita pela matrícula, pois podia ocorrer de

o aluno estar em determinado período do curso, porém, estar desnívelado, ou adiantado. Em outras palavras, os alunos foram considerados a partir do ano que entraram, subentendendo o período que eles devem estar. Estando eles ou não no período devido. Foi retirada uma amostra de 5% (dois alunos) de cada período do curso, conforme o Quadro 02.

Quando 2: Tamanho da amostra, por semestre, no estudo.

Período	Semestre da Entrada	Tamanho da Amostra
1°	2011.2	2
2°	2011.1	2
3°	2010.2	2
4°	2010.1	2
5°	2009.2	2
6°	2009.1	2
7°	2008.2	2
8°	2008.1	2
Total		16

Fonte: Elaborada pelo próprio autor.

Nesse sentido, a amostra estipulada e obtida foi composta por 16 alunos de graduação do curso de turismo UFRN, no período letivo de 2008.1 a 2011.2, que seria a amplitude de alunos com a matrícula ativa, sendo dois de cada semestre em que deu entrada na universidade. Desse modo, não correria o risco de entrevistar um aluno que não correspondesse ao período que está; no caso de repetência ou adiantamento de um período.

### 3.3 Coleta de Dados

Esta etapa foi realizada por meio de um roteiro de entrevistas aplicado entre os dias 3 e 7 do mês de novembro de 2011, na UFRN, com alunos selecionados, por conveniência, de todos os períodos do curso de Turismo. Para Dencker (1998, p.89), “na entrevista, é o pesquisador que formula as perguntas e anota ou grava as respostas”. Portanto, a coleta dos dados deu-se pela gravação das respostas recolhidas na amostra por meio de dispositivo eletrônico.

A entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. É um procedimento utilizado na investigação social, para a coleta de dados ou para ajudar no diagnóstico ou no tratamento de um problema social (MARCONI; LAKATOS, 1991, p. 195).

Dencker (1998, p.90) apresenta algumas vantagens e desvantagens acerca da aplicação de uma entrevista. Como vantagens, ela aponta: “o controle da amostragem; possibilidade de instruir o entrevistado; pode incluir a observação possibilidade de uma entrevista de longa duração”. E as desvantagens, como sendo: “alto custo; segmentos de difícil acesso; treinamento de pessoal de campo”. Sendo assim, este estudo não tangeu esses pontos desvantajosos, pois o estudo além de não ser de alto custo, não teve dificuldade de acesso aos segmentos e também foi desnecessário o treinamento de pessoal de campo, pois somente uma pessoa fez a pesquisa de campo, que foi o próprio pesquisador.

O Quadro 03 refere-se à preparação da entrevista, que para Marconi E Lakatos (1991, p. 199): A etapa da preparação da entrevista é importante, pois demanda uma considerável quantidade de tempo, e determina tais notas:

- a) Planejamento da entrevista: deve ter em vista o objetivo a ser alcançado.
- b) Conhecimento prévio do entrevistado: objetiva conhecer o grau de familiaridade dele com o assunto.
- c) Oportunidade da entrevista: Marcar com antecedência a hora e o local, para assegurar-se de que será recebido.
- d) Condições favoráveis: garantir ao entrevistado o segredo de suas confidências e de sua identidade.
- e) Contato com líderes: espera-se ter maior entrosamento com o entrevistado e maior variabilidade de informações.
- f) Conhecimento prévio do campo: evita desencontros e perda de tempo.
- g) Preparação específica: organizar roteiro ou formulário com as questões importantes.

Com base nessas informações, foram tomadas tais medidas nas entrevistas, a fim de serem, ao máximo, bem sucedidas. Pelo fato da aplicação do roteiro ter sido dentro da Universidade, a possibilidade de haver ocorrido deslizes foi praticamente nula.

Quadro 3: Quadro de perguntas do Roteiro de Entrevistas.

OBJETIVO GERAL	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	PERGUNTAS	EXPLICAÇÃO
Analisar o uso de ferramentas de busca na internet para o desenvolvimento de pesquisas acadêmicas em turismo.	a) Identificar as ferramentas de busca na Internet mais usadas para a pesquisa acadêmica em turismo por alunos de graduação	1. Você sabe o que são motores de busca?	1. Traçar seu perfil dentro do objetivo da pesquisa.
		2. Qual(is) o(s) motor(es) de busca na <i>Internet</i> que você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?	2. Identificar as ferramentas de busca na <i>Internet</i> usadas pelos alunos de turismo da UFRN
		3. Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?	3. Identificar qual(is) (delas) os alunos de turismo da UFRN costumam usar.
		4. Quantos motores de busca você conhece?	4. Analisar a amplitude do seu conhecimento acerca da existência dos motores de busca na Internet.
		5. Quantos deles você costuma usar?	5. Verificar o nível de familiaridade do aluno com os motores de busca.
		6. Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?	6. Identificar a sua noção acerca do uso de motores de busca mais confiáveis academicamente, para a recuperação de informações.
	b) Verificar as formas de uso destas ferramentas	7. Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na <i>Internet</i> dentro do contexto acadêmico?	1. Constatar as formas de uso destas ferramentas.
		8. Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?	2. Verificar o reflexo do conhecimento de um idioma estrangeiro do aluno na recuperação de informações na <i>Internet</i> .
		9. Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na <i>Internet</i> ?	3. Analisar seu conhecimento acerca de técnicas de pesquisa na <i>Internet</i> .
	c) Levantar as vantagens e desvantagens do uso destas ferramentas sob a percepção dos alunos da graduação em turismo	10. Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?	4. Saber suas percepções acerca das vantagens no uso dessas ferramentas.
		11. Quais são as desvantagens?	5. Saber suas percepções acerca das desvantagens no uso dessas ferramentas.
		12. Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na <i>Internet</i> ?	6. Verificar o nível de interesse do aluno sobre pesquisas acadêmicas na <i>Internet</i> .
		13. Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na <i>Internet</i> ?	7. Levantar as dificuldades dos alunos sobre o uso de ferramentas de busca na <i>Internet</i> .

Fonte: elaboração própria.

As questões foram baseadas em Packer (1998), Mendonça (2009), Brant (2003), Sakata (2002), Rejowski (2003), Ansarah (2000), Trigo (2000), Blattmann (2001) e Wives; Loh; Frainer (1997).

### 3.4 Plano de Análise dos Dados

A análise dos dados ocorreu de maneira a coletar os dados das entrevistas, entendê-las e interpretá-las, utilizando assim, o método da análise de conteúdo, pois, para Bardin (1977, p.38) “A intenção da análise de conteúdo é a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção [...], inferência esta que recorre a indicadores”.

Segundo Gomes (1994, p. 76), a análise de conteúdo se divide em três grandes fases; dispostas pelo autor da seguinte maneira:

Na primeira fase, em geral, organizamos o material a ser analisado. [...] definimos, principalmente, unidade registro, unidade de contexto, trechos significativos e categorias. Na segunda fase, o momento é de aplicarmos o que foi definido na fase anterior. É a mais longa. Pode haver necessidade de fazermos várias leituras de um mesmo material. A terceira, em geral, [...] devemos tentar desvendar o conteúdo subjacente ao que está sendo manifesto. Sem excluir as informações estatísticas, nossa busca deve se voltar, por exemplo, para ideologias, tendências e outras determinações características dos fenômenos que estamos analisando.

A partir desse conceito de análise de conteúdo citado, as fases do mesmo foram aplicadas ao trabalho da seguinte maneira:

Na primeira fase, as 16 entrevistas foram analisadas a partir da definição da unidade de registro e unidade de contexto, isto é, por ser, a pesquisa, qualitativa, fragmentos do que os entrevistados dizem durante a entrevista são analisados a partir da decomposição da fala de cada indivíduo e seu respectivo isolamento como parte significativa. As análises de registro e de contexto são semelhantes, pois fazem o mesmo procedimento, porém, a segunda de maneira mais ampla, ou seja, deve abranger o contexto o cujo faz parte da mensagem; a definição de categorias foi importante, pois foi necessária a atribuição das unidades de registro e de contexto a conjuntos de significados já fixos (categorias), para assim, tornar a análise dos dados mais viável.

Segunda fase é a hora de por em prática o que fora definido. Essa fase só foi acionada a partir da definição da primeira, pois era arriscado analisar as entrevistas sem ter sido feito um planejamento de análise; por exemplo, as categorias gerais são definidas antes da aplicação das entrevistas, porém, existem as categorias mais específicas; estas, por suas vezes, só foram elaboradas a partir da formação das categorias gerais.



A terceira fase, por último, serviu para identificar características ideológicas dos entrevistados de maneira indireta, ou seja, o que estava por trás de seus discursos, na entrevista.

O Quadro 04 esquematiza como se deu o processo de análise de conteúdo realizado pelo pesquisador a partir das entrevistas:

Quadro 04: Etapas da Análise de conteúdo.

1ª Fase	2ª Fase	3ª Fase
Definição das unidades de registro; contexto; trechos significativos e categorias.	Aplicação do que fora definido na fase anterior.	Analisar o que está por trás do que fora falado pelos entrevistados.

Fonte: Elaboração própria.

A importância dessa etapa é mostrada em Marconi e Lakatos (1995, p. 108): “os dados colhidos pela pesquisa apresentar-se-ão ‘em bruto’, necessitando da utilização da estatística para seu arranjo, análise e compreensão”, portanto, a análise dos dados deve ser feita de maneira mais fidedigna possível, a fim de não mostrar a realidade da população estudada de maneira distorcida, ou seja, generalizar as informações colhidas na amostra de maneira inequívoca.

## 4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

### 4.1 Perfil da Amostra

Foram entrevistados dezesseis alunos da graduação do curso de Turismo da UFRN, sendo dois de cada período letivo: desde 2008.1 até 2011.2, somando-se oito períodos letivos. Dez pessoas do sexo feminino e seis pessoas do sexo masculino responderam às entrevistas, que foram aplicadas nos dias três e sete de novembro de 2011. A média das idades dos alunos entrevistados foi de 21,5 anos de idade, sendo numa abrangência de 19 a 26 anos.

### 4.2 Ferramentas de Busca na *Internet* Usadas pelos Alunos da Graduação de Turismo

Todos os alunos entrevistados sabem o que são motores de busca. Alguns não conheciam por esse termo, porém, todos tinham conhecimento sobre isso. Conheciam como ferramentas de busca, mas nem todos sabiam do termo “motor de busca” que, em Inglês, chama-se *Search Engine*. Segundo (MELO *et al* 2008, p. 3), “Na era da informação, a interatividade e a alta velocidade de pesquisa proporcionada pela internet, fazem com que este seja o meio escolhido pela maioria das pessoas no mundo inteiro”.

O autor fez menção ao fato de que a maioria das pessoas do mundo sabe utilizar um motor de busca na *Internet* para realizar pesquisas, tendo dificuldades ou não, pois a informação está acessível em escala mundial, graças à Rede Mundial de Computadores, tornando comum o uso da *Web* para resgatar informações que interessam ao pesquisador.

Quadro 05: Ferramentas de busca na *Internet* já usadas na academia

SEMESTRE DA ENTRADA	FERRAMENTAS DE BUSCA
2008.1	Google; Portal Capes.
2008.1	
2008.2	Google.
2008.2	
2009.1	Google; Google Acadêmico; Cadê; Portal Capes.
2009.1	
2009.2	Google; Google Acadêmico.
2009.2	
2010.1	Google; Wikipédia.
2010.1	
2010.2	Google; Wikipédia; Ministério do Turismo; Yahoo.
2010.2	
2011.1	Google; Yahoo; Bing.
2011.1	
2011.2	Google; Scielo.
2011.2	

Fonte: elaboração própria

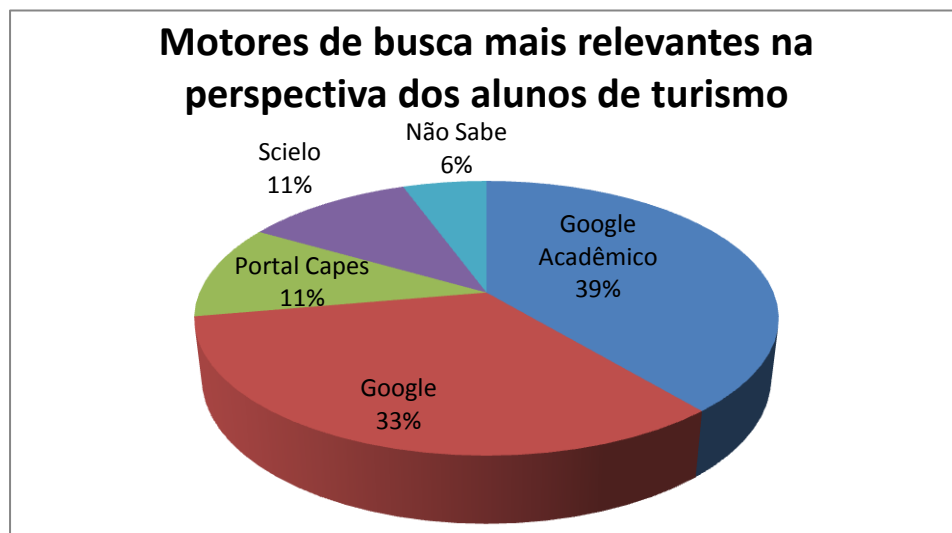
O Quadro 05 mostra os motores de busca que eles já utilizaram para fazer trabalhos acadêmicos. Como visto, todos citaram o Google, mas também houve a incidência de outras ferramentas de busca, como o Portal Capes, Scielo, Google Acadêmico, Cadê (comprado pela Yahoo), Wikipédia, o site do Ministério do Turismo, Yahoo e o Bing. Dentre a ferramenta de busca que eles mais usam dentro da academia, a grande maioria falou que era o Google, contra apenas três deles que citaram o Google Acadêmico, mais especificamente. Isso mostra que a maioria deles buscam informações em *sites* e poucos procuram artigos científicos para suas produções acadêmicas. De acordo com Pinudo (2010, p. 3) “[...] o Google pode ser considerado o mais expressivo mecanismo de busca da atualidade”. Portanto, é comum que o Google seja utilizado com tamanha expressividade dentro das universidades para se realizar pesquisas acadêmicas.

O Google, por não ser uma ferramenta de busca essencialmente acadêmica, a pesquisa a partir do uso desta deve ser feita de maneira cuidadosa, pois não há uma seleção sobre o que deve ou não ser postado, como acontece no Scielo, no Portal Capes, por exemplo. Muitos alunos buscam conteúdos em *sites*, cuja relevância teórica não é forte, e isso é oferecido pelo Google e, ainda, por ser, segundo Carvalho; Pereira (2005, p. 195), a ferramenta de busca mais difundida no mundo, atualmente. Essa característica traz facilidades na pesquisa dos usuários, pois, pelo fato de o Google ser uma ferramenta de busca popular, o seu uso é simples,

permitindo benefícios, como: acessibilidade e a quantidade considerável de material recuperado. No entanto, de acordo com Carvalho; Pereira (2005, p. 195) “[...] essa facilidade não se verifica na busca de informação, pois é muito frequente que o utilizador, sobretudo menos experiente, se sinta frustrado perante do número de resultados obtidos”. Outros problemas podem ser identificados, como: pouca relevância, ou até mesmo procedências pouco confiáveis.

Diante dessa realidade, entra em contraponto o fato de que os alunos de turismo tem a consciência da relevância que alguns motores de busca têm ao se fazer pesquisas acadêmicas. Entre as ferramentas de busca por eles citadas, estão: Google Acadêmico (sete alunos); Google (seis alunos); Portal Capes (dois alunos); e Scielo (dois alunos). Um aluno não soube responder.

Gráfico 02: Motores de busca mais relevantes percebidos pelos alunos de turismo



Fonte: elaboração própria

De acordo com o Gráfico 02, percebe-se que, mesmo em se tratando de relevância, o Google ainda tem forte influência na percepção dos usuários, porém, foi notado que a maior incidência, em questão de relevância, o Google Acadêmico ganhou mais reconhecimento, do que em comparação ao seu uso (*ver Quadro 05*).

Quadro 06: Relação dos motores de busca que os alunos de turismo da UFRN conhecem com os que usam.

	2008.1	2008.2	2009.1	2009.2	2010.1	2010.2	2011.1	2011.2	Médias								
Motores de busca que conhecem	4	2	3	5	1	5	2	4	2	2	11	11	5	5	2	2	4
Motores de busca que usam	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	4	6	1	2	2	2	2

Fonte: elaboração própria.

De acordo com o Quadro 06, o número de motores de busca conhecidos pelos alunos de turismo tem uma média de quatro. Houve apenas dois casos em que se conhecia mais de dez, porém, na grande maioria das entrevistas, o número não passava de cinco. Por outro lado, deve-se salientar que a relação feita é bastante forte, pois mais da metade das ferramentas de busca que os alunos de turismo conhecem, são utilizadas por eles: dos 3,5 motores de busca que eles conhecem, dois são utilizados por eles.

A percepção dos estudantes de turismo da UFRN sobre as ferramentas de busca na *Internet* mais relevantes, além do Google, foi: 22%, o Scielo ou o Portal Capes e 6% não sabem (estes representam uma pessoa). Porém, a versão acadêmica do Google é reconhecida, pela maioria dos estudantes, como a mais relevante ao fazer pesquisas para a universidade, representando 39% dos entrevistados e a versão comum do Google, 33%, como mostra o Gráfico 02. Esse resultado mostra que as pesquisas em idiomas estrangeiros são poucas. Apesar de a maioria dizer que a fazem, pois o Portal Capes, por exemplo, recupera trabalhos acadêmicos em outros idiomas, porém, ele é pouco utilizado pelos alunos.

#### 4.3 Formas de Uso das Ferramentas de Busca na Internet

A principal finalidade de um aluno de turismo ao utilizar uma ferramenta de busca na *Internet* dentro da academia é fazer pesquisas relacionadas a trabalhos acadêmicos, mas também, há um interesse sobre o que está acontecendo no mundo, pelo corpo discente do curso. Os alunos da graduação usam as ferramentas de busca tanto para conhecimento próprio, como também para trabalhos dentro do contexto acadêmico. Porém, nem todos disseram que usam para a primeira finalidade, enquanto que todos dizem usar para esta última. Como mostra o Quadro 07.

Quadro 07: utilização das ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico pelos alunos da graduação de turismo da UFRN.

	TRABALHOS ACADÊMICOS	CONHECIMENTO PRÓPRIO
2008.1	X	X
2008.1	X	X
2008.2	X	
2008.2	X	
2009.1	X	
2009.1	X	X
2009.2	X	
2009.2	X	X
2010.1	X	
2010.1	X	X
2010.2	X	
2010.2	X	X
2011.1	X	X
2011.1	X	
2011.2	X	
2011.2	X	

Fonte: elaboração própria.

Sobre a questão de pesquisas acadêmicas em outros idiomas, a maioria dos estudantes disse que faziam pesquisas usando outra língua além do português. Dez das entrevistas tiveram respostas positivas sobre esse aspecto e seis, negativas. Entre os que fazem pesquisas acadêmicas noutros idiomas, foi notado que nem sempre isso acontece, porém, não deixam de fazê-lo. Os idiomas utilizados nas pesquisas são Inglês e Espanhol.

Isso é importante para a pesquisa acadêmica, pois as publicações mundiais de maior fator de impacto são escritas em língua inglesa, o que dá maior respaldo aos trabalhos acadêmicos desenvolvidos pelos discentes. Trigo (2000, p. 250), além de falar sobre as publicações da área do turismo noutros idiomas, como Inglês, Francês e Espanhol ou Italiano, atenta para o investimento no aprendizado dessas línguas, que são importantes para uma pesquisa bibliográfica de qualidade, dentro da academia.

Atualmente várias editoras estão investindo em séries e publicações isoladas nas áreas de turismo e hotelaria. [...] Quem quiser se aprofundar precisa dominar o espanhol, o inglês ou o francês ou o italiano para ter acesso à imensa variedade de publicações da área. Trigo (2000, p. 250)

Isso significa que é importante que o aluno de turismo saiba algo sobre pelo menos outro idioma, para que se possa ter acesso a materiais publicados em

outras línguas. Assim, podendo enriquecer suas experiências tanto acadêmicas (mestrado, doutorado, especializações) como profissionais (ocupar bons cargos no mercado de trabalho de sua área), futuramente.

Em relação à facilidade de encontrar, com exatidão, o que se deseja, a partir da utilização de motores de busca na *Internet*, por parte dos alunos da graduação de turismo da UFRN, a maioria (onze) não tem dificuldades acerca disso. Cinco deles disseram ter relativa dificuldade, ou seja, nem sempre têm sucesso imediato ao realizar suas pesquisas acadêmicas. O Quadro 08 expõe melhor isso:

Quadro 08: facilidade de encontrar, com exatidão, o que se deseja na *internet*.

	FACILIDADE DE ENCONTRAR, COM EXATIDÃO, O QUE SE DESEJA NA <i>INTERNET</i> .	
	SIM	NEM SEMPRE
2008.1	X	
2008.1	X	
2008.2	X	
2008.2	X	
2009.1		
2009.1		X
2009.2	X	
2009.2	X	
2010.1		X
2010.1	X	X
2010.2	X	
2010.2	X	
2011.1		X
2011.1		X
2011.2	X	
2011.2	X	

Fonte: elaboração própria

As formas de uso da *Internet*, por parte dos alunos de turismo da UFRN são caracterizadas de maneira consideravelmente ampla, no sentido de que a maioria deles fazem pesquisas noutros idiomas, dentro da academia; além de maior parte deles não terem muitas dificuldades acerca do uso de ferramentas de busca na *Internet* e se mostrarem interessados com atualidades, ou seja, se preocupam com sua formação cultural, apesar de, segundo Trigo (2000, p. 250) não gostarem muito de ler.

#### 4.4 Vantagens e Desvantagens do Uso das Ferramentas de Busca na Internet

As vantagens percebidas pelos alunos de graduação do curso de turismo da UFRN foram, principalmente, o acesso a muito conteúdo e de maneira muito rápida. Disseram que, com a *Internet*, encontrar um determinado assunto ficou bem mais fácil, pois a rapidez os auxiliou para que se possam fazer pesquisas de maneira mais ampla, pela quantidade de opções que a *Web* disponibiliza a partir do acesso a um motor de busca. Alguns falaram, ainda, que os livros, muitas vezes, não têm o assunto que eles procuram e na *Internet*, por disponibilizar um conteúdo atualizado com mais rapidez, fica melhor utilizar esse recurso.

Sobre as desvantagens, as principais coisas que eles falaram foram: a falta de confiabilidade e do plágio. Tocaram na ausência, muitas vezes, de fonte, no conteúdo da *Web*; no fato de haver conteúdo errado disponível na rede; na falta de segurança ao visitar um *site* que pode ter vírus; na desorganização dos conteúdos, pelo fato da grande quantidade de armazenamento dos materiais postados; pela comodidade, a preguiça em fazer pesquisas acadêmicas; além de, também, muitas vezes, não haver divergência nas informações recuperadas pelas ferramentas de busca sobre determinado assunto.

A *Internet* nos possibilita ter acesso a informações de maneira fácil e rápida. Dentro dessas e outras características, há vantagens e desvantagens. O que mais chama atenção, no que os entrevistados falaram, foi o plágio; a falta de confiabilidade e, como fator positivo, a comodidade, que influencia também numa desvantagem que, por vezes, não é assumida pelos alunos: a preguiça.

A cópia de outros trabalhos acadêmicos é um fato que ocorre frequentemente dentro da academia, sendo, na maioria das vezes, percebidos pelos professores. Esse é um problema que não está somente nas relações dentro do ambiente cibernético, mas também, na relação aluno-*Internet*, causando o plágio. Toda pesquisa acadêmica requer uma relevância teórica, ou seja, uma fonte cuja confiabilidade deve ser alta.

A falta de confiabilidade nas informações recuperadas e dispostas na *Web* é um fator comum, principalmente quando a ferramenta de busca é aberta para postagens por qualquer pessoa e também tem um nível de popularidade consolidada. Isso afeta a relevância teórica dos trabalhos acadêmicos, resultando

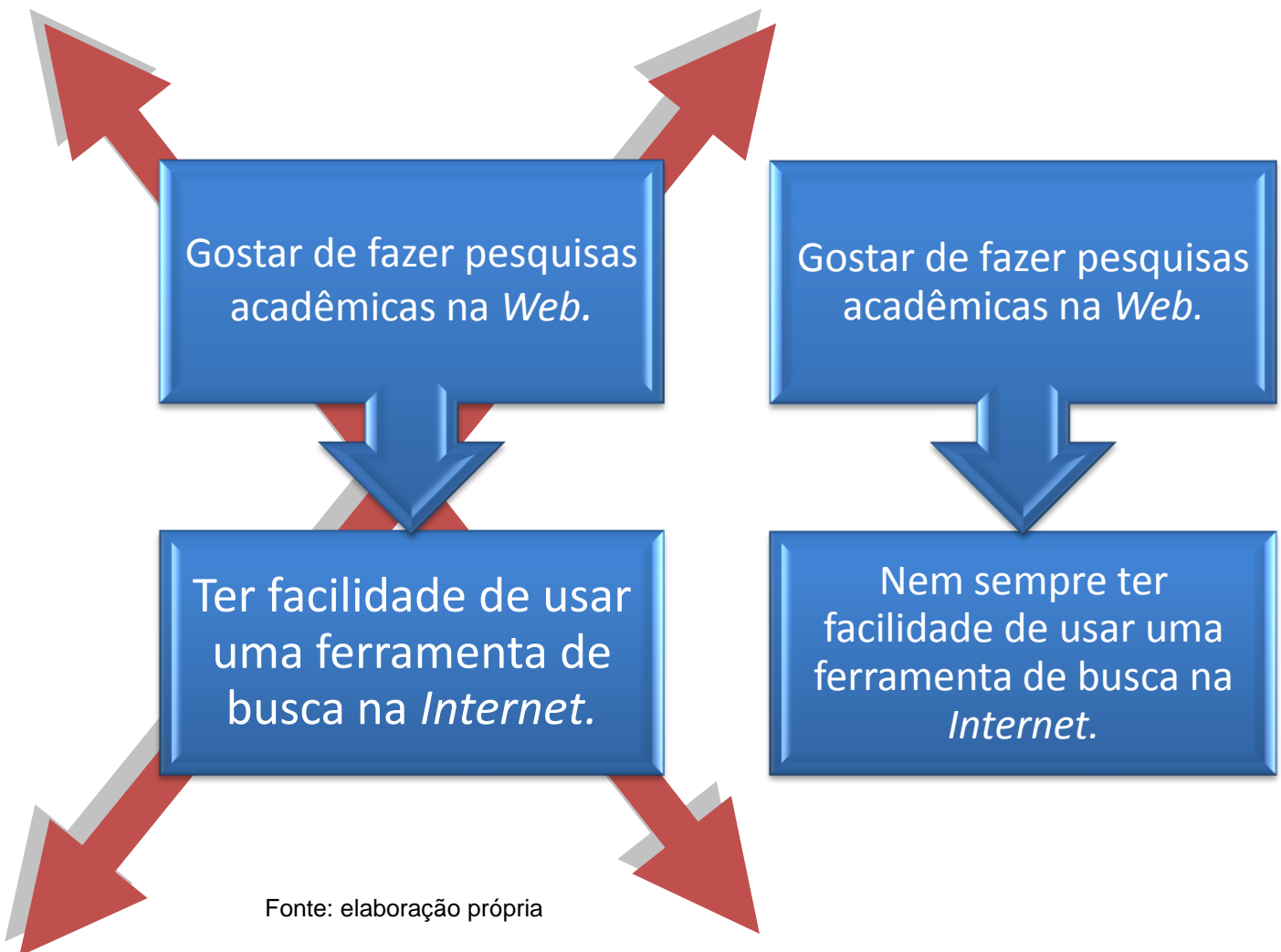


em informações superficiais e com pouco respaldo sobre o tema que está pesquisando.

A instantaneidade que a *Internet* proporciona aos usuários faz com que ocorra certa comodidade, e isso é reconhecido, principalmente, a partir do momento em que se deixa, às vezes, de ir a uma biblioteca para fazer uma consulta a um livro, por exemplo, e ficar em casa pesquisando na *Web*. A leitura é importante para se realizar pesquisas acadêmicas e a *Internet* não influencia nisso, pois os alunos vão diretamente para a parte da qual irão retirar o que lhes interessa num texto, por métodos de busca, e deixam de analisar o conteúdo que um livro apresenta, podendo comprometer o entendimento geral do assunto pesquisado.

A maioria dos estudantes entrevistados disse que gosta de fazer pesquisas acadêmicas na *Internet*. Somente dois dos entrevistados disseram não gostar. As dificuldades dos alunos, apontadas nas entrevistas, acerca disso são, principalmente, a de encontrar o que se quer; empregar as palavras-chave corretas na pesquisa e encontrar fontes de informações confiáveis. Os estudantes que não gostam de fazer buscas acadêmicas na *Internet* não fazem relação com o fato de possuírem dificuldades acerca disso, pois estes disseram que tinham facilidade em utilizar um motor de busca na *Web*, ou seja, o fato destes não gostarem de fazer pesquisas acadêmicas na *Internet* não tem relação com a falta de acesso à Rede Mundial de Computadores, mas sim, da falta de interesse nas pesquisas dentro da academia.

Figura 03: Relação da facilidade de usar um motor de busca na *Internet*.



Contudo, como mostra a Figura 03, foi constatado que a relação proposta na pesquisa de que gostar de fazer pesquisas acadêmicas na *Internet* é influência da facilidade que os alunos têm em relação a isso, na realidade, é empregada de maneira diferente, pois os alunos, por usarem bastante os motores de busca na *Web*, identificam suas dificuldades.

Apesar da incontestável utilidade destas ferramentas, alguns problemas podem ocorrer. Primeiro, a maioria dos usuários que utilizam as ferramentas de localização é inexperiente ou leiga, tanto no assunto que procuram quanto na utilização da ferramenta em si. Portanto, têm dificuldades em definir o contexto da informação que necessitam utilizando palavras e conetivos (WIVES; LOH; FRAINER, 1997, p. 2).

De acordo com esses autores, as dificuldades são caracterizadas tanto pela falta de conhecimento do assunto abordado na pesquisa, como também pela

inexperiência em usar ferramentas de busca na *Internet*. Visto isso, foi possível constatar que essa relação apresentada no Quadro 09 é verídica, embasada na citação destes autores, de que “Apesar da incontestável utilidade destas ferramentas [...]”, as dificuldades acontecem e, de acordo com o que foi coletado pelas entrevistas dessa presente pesquisa, o que determina a identificação das dificuldades em realizar pesquisas acadêmicas na *Internet* não é o fator de não gostar disso, e sim, do oposto, pois, desse modo, a partir do uso frequente dos motores de busca, é possível enxergar as dificuldades, tanto sobre o tema quanto sobre o manuseio das ferramentas de busca. Esta pesquisa auxilia no esclarecimento desses problemas, apontando a possível falta de conhecimento prévio sobre o assunto abordado na pesquisa e auxiliando como operacionalizar uma busca na *Internet*, a fim de que se possam fazer pesquisas acadêmicas de mais qualidade dentro do curso de turismo da UFRN.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

De acordo com o que foi estudado nesta pesquisa, foi observado o quão importante é a pesquisa no decorrer de um curso acadêmico, e também o papel da *Internet* em tudo isso. Esta rede mundial de computadores auxilia as pesquisas dentro do contexto acadêmico, pois reúne materiais que o pesquisador teria dificuldade de consultar pessoalmente, e este estudo procurou identificar as ferramentas de busca na *Internet* as quais os alunos do curso de turismo da UFRN mais utilizam no contexto acadêmico, analisar suas formas de uso – englobando suas principais dificuldades acerca do seu manuseio –, além de verificar as vantagens e desvantagens que esses motores de busca apresentam.

No decorrer da pesquisa, foram constatados alguns pontos importantes sobre os alunos do curso de turismo acerca do uso de motores de busca na *Internet*, como o fato de o Google ser a ferramenta de busca usada por cem por cento dos alunos entrevistados (amostra), porém, em se tratando dos mais relevantes, o Google Acadêmico é o mais reconhecido; as pesquisas acadêmicas em outros idiomas ainda são poucas, apesar de alguns se interessarem sobre autores estrangeiros, o que tem considerável relevância tanto acadêmica quanto profissional.

Outro ponto interessante do estudo foi a facilidade dos alunos em encontrar conteúdos, com exatidão, na *internet*, e a relação que isso faz com o fato de gostar de fazer pesquisas acadêmicas por meio da *Web*. Ter facilidade em fazer pesquisas acadêmicas na *Internet* não influencia do fato de gostar de fazê-lo. Na realidade, a pesquisa mostrou que, os alunos, por usarem bastante os motores de busca na *Web*, identificam melhor suas dificuldades, tornando mais suscetíveis ao esclarecimento de suas dúvidas e/ou dificuldades.

Nesse sentido, com os pontos principais da pesquisa, busca-se, então, contribuir com a realização de futuras pesquisas acadêmicas na *Internet* dos alunos do curso de turismo da UFRN, a fim de melhorar a qualidade destas pesquisas, auxiliando o processo de busca e expondo os principais pontos de dificuldades apresentadas pelos estudantes acerca disso.

## REFERÊNCIAS

ANSARAH, Marília Gomes dos Reis. **Turismo: como aprender, como ensinar**. 3.ed. São Paulo, SP: SENAC, 2003.

\_\_\_\_\_. **Turismo: segmentação de mercado**. São Paulo: Futura, 2000.

ANAC. **Anuário do Transporte Aéreo**. 2010. 1ª Ed.

BACCARELLI, Maria Regina Trevizan. **Manual para Elaboração de Projeto de Pesquisa**. Jaguariúna, 2009.

BANDEIRA, Milena Berthier. **Publicações Científicas em Turismo: uma análise dos periódicos científicos “online” no Brasil**. CULTUR. Revista de Cultura e Turismo. ano2, n.1, jan.2008.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 6. ed. São Paulo: Editora SENAC São Paulo, 2001.

BERTUZZO, Gleid Maria Pereira. 2004. **Produção científica: um estudo cienciométrico do periódico Turismo em Análise**. In: SEMINÁRIO DE PESQUISA EM TURISMO, II, 2004. *Anais do II Seminário de Pesquisa em Turismo do Mercosul*. UCS: Caxias do Sul.

BOLSON, Jaisa H. Gontijo. **A Crise nos Cursos Superiores de Turismo: De Quem é a Culpa?** Revista Turismo. 2004. Disponível em: <http://www.revistaturismo.com.br/artigos/crisecursosup.html>. Acesso em: 30/5/2011.

BRANDÃO, Cyntia Maria de Lima. FERREIRA, Wagner Emanuel da Silva. **A Percepção das Agências de Viagens Sobre o Comportamento do Consumidor On-line**. Monografia. João Pessoa-PB, 2009.

BRANT, Cássio Augusto Barros. **A evolução da internet no Brasil e a dificuldade de sua regulamentação**. Minas Gerais, 2003.

CARVALHO, Ana Amélia; PEREIRA, Luiz. **A pesquisa na Web através de ferramentas do motor de busca Google**. In: VII Simpósio Internacional de Informática Educativa – SIIE05, Novembro de 2005.

COOPER, Donald R. **Métodos de pesquisa em administração**. Porto Alegre: Bookman, 2001.

DENCKER, Ada de Freitas Maneti. **Métodos e técnicas de pesquisa em turismo**. 2. ed. São Paulo: Futura, 1998.

FERREIRA, Elisabete Lorensi. **Periódicos Científicos na Área de Turismo no Brasil: avaliação de seus aspectos formais e visibilidade**. Monografia. Porto Alegre, 2009.

GUARALDO, Tamara de S. Brandão. **Fontes Para o Estudo do Turismo**. Revista Científica Eletrônica Turismo Periodicidade Semestral – ano III edição Número 4 – Janeiro De 2006.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1985. 238 p.

\_\_\_\_\_. **Metodologia do trabalho científico**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1992.

\_\_\_\_\_. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

MENDONÇA, Gismália Marcelino. **Manual de normalização para Apresentação de Trabalhos Acadêmicos**. Salvador: Unifacs, 2009.

MIRANDA, Anderson Lourenço ;ZOUAIN, Deborah Moraes. In: Turismo - Visão e Ação. **A Aproximação entre o Estudo do Turismo e a Ciência da Administração a Luz do Modelo Tedqual: Caso São Luís**. vol. 10 - n.1 p. 113-132 jan. /abr. 2008.

MUGNAINI, Rogério; STREHL, Leticia. **Recuperação e Impacto da Produção Científica na Era Google: Uma Análise Comparativa Com o Google Acadêmico e a Web of Science**. **Encontros Bibli: Revista Eletrônica de Biblioteconomia e Ciência da Informação**, n. especial, 1º sem. 2008.

OURIQUES, Helton Ricardo. **Turismo em Florianópolis: uma crítica à «indústria pós-moderna»**. Florianópolis: Editora da UFSC. 1998.

PÁDUA, Jakeline Vilela de. **Fontes de Informação em Turismo**, Monografia, Brasília, 2006.

PACKER, Abel Laerte. *et al.* In Ci. Inf., Brasília, v. 27, n. 2, p. 109-121, maio/ago. 1998. São Paulo, 1998.

PINUDO, Fabíola da Silva. **Uso de Ferramentas de Busca em Pesquisas Acadêmicas.** In: XVI Seminário de Bibliotecas Universitárias; II Seminário de Bibliotecas Digitais – Brasil. 2010.

REJOWSKI, Miriam. **Turismo no Percurso do Tempo.** São Paulo: Aleph, 2002. 157 p. (Série Turismo).

\_\_\_\_\_. **Produção Científica em Turismo:** análise de estudos referenciais no exterior e no Brasil. Turismo em Análise. Vol. 21, n. 2, agosto 2010.

\_\_\_\_\_. **Turismo e pesquisa científica:** pensamento internacional x situação brasileira. 7.ed. Campinas: Papirus, 2003. 167p.

REVISTA ACB: Biblioteconomia em Santa Catarina. **Padronização de Periódicos Científicos On-Line Da Área de Biblioteconomia e Ciência da Informação:** Adequação As Normas Isso. Florianópolis, v.13, n.2, p.415-438, jul./dez., 2008.

SAKATA, Marici Cristine Gramacho. **Tendência Metodológica da Pesquisa Acadêmica em Turismo.** Dissertação (Mestrado em Ciências da Comunicação: turismo e lazer) USP, São Paulo, 2002.

SOARES, Magda. **Novas Práticas de Leitura e Escrita:** Letramento na Cibercultura. In: Educ. Soc., Campinas, vol. 23, n. 81, p. 143-160, dez. 2002.

SOUZA, Alexandre Pereira de. **Mapeamento da Produção Científica do Periódico Eletrônico PBCIB:** Um Estudo da Recuperação de Informação nos Resumos Publicados entre 2006-2008. Dissertação. João Pessoa, PB. 2010.

TRIGO, Luiz Gonzaga Godoi. **Turismo Básico.** São Paulo: SENAC. 2000.

\_\_\_\_\_. **Viagem na memória: guia histórico das viagens e do turismo no Brasil.** 2ª ed. São Paulo. Editora SENAC São Paulo. 2002.


\_\_\_\_\_. **A importância da educação para o turismo.** In: MILONE, Paulo, LAGE, Beatriz. **Turismo:** teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.

WEITZEL, Simone da Rocha. **“Fluxo da Informação Científica”**. In **comunicação e Produção Científica: Contexto Avaliadores e Avaliação**. São Paulo: Angellara, 2006.

WIVES, Leandro Krug; LOH, Stanley; FRAINER, Antônio Severo. **Uma Abordagem para Busca Contextual de Documentos na Internet**. Revista de Informática Teórica e Aplicada (RITA). Porto Alegre: CPGCC, v. IV, n. 2, p. 79-92, dez de 1997.



## APÊNDICES

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 1	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2008.1		
Data: 7/11/2011	Hora: 15:30	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

O Google é o principal, às vezes no Portal Capes.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

O Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Quatro

5) Quantos deles você costuma usar?

No máximo, dois.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Google, porque tem tudo; e o Portal Capes, que é muito interessante

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Pesquisar sobre tudo. Sobre qualquer coisa: trabalhos acadêmicos, sobre o que está acontecendo no momento.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Faço. Muito difícil, mas faço.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

As vantagens é que você pode ter acesso a muito conteúdo, de forma instantânea, muito rápida.

11) Quais são as desvantagens?


As desvantagens é que nem sempre as fontes são confiáveis.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Não tenho nenhuma.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 2	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2008.1		
Data: 7/11/2011	Hora: 15:40	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, só.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Acho que dois, só.

5) Quantos deles você costuma usar?

Um.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Google Acadêmico tem muita coisa interessante.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para tudo. Tudo que eu quero fazer, eu vou lá e olho. Tanto para a faculdade quanto para notícias, com o intuito de discutir em sala de aulas.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Que você tem várias opções; às vezes você tem vários pontos de vista sobre o mesmo assunto; e é rápido.

11) Quais são as desvantagens?


Além das fontes não serem confiáveis, você encontra várias páginas com a mesma informação. Às vezes é só copiado e colado. E além disso, às vezes nem tem a fonte, não é nem que a fonte não seja confiável, Às vezes não tem fonte; ninguém sabe que foi que escreveu, nada.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Gosto.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Não tenho.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 3	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2008.2		
Data: 7/11/2011	Hora: 15:30	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Masculino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, só.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Três

5) Quantos deles você costuma usar?

Normalmente, só um.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Seria o Google.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para várias coisas: pesquisas de trabalhos acadêmicos, seminários etc.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Facilita na busca do que a gente está procurando e que às vezes não é suficiente você só procurar um livro e estudar.

11) Quais são as desvantagens?


Que alguns não são tão confiáveis. Alguns sites, algumas pesquisas.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Acho que não tenho tanta dificuldade, não.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 4	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2008.2		
Data: 3/11/2011	Hora: 15:10	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Masculino
Idade: 26

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Cinco.

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois



6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Google Acadêmico.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Auxiliar, melhorar e incrementar a relevância teórica.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Tem mais informações do que numa biblioteca.

11) Quais são as desvantagens?


Nenhuma.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Nenhuma.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 5	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2009.1		
Data: 3/11/2011	Hora: 18:10	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Masculino
Idade: 20

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, de uma forma geral, aí tem Scholar Google que é o Google Acadêmico, para buscar artigos acadêmicos e tem outro, só que de cabeça, eu não lembro.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google Acadêmico.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Acho que só esse (Google Acadêmico)

5) Quantos deles você costuma usar?

Esse (Google Acadêmico)

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Acho que esse (Google Acadêmico) principalmente por que já tem uma certa credibilidade, já é bastante utilizado, bastante conhecido, justamente por apresentar resultados confiáveis, digamos assim.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para pesquisas, encontrar uma base de dados mais facilmente. Eu utilizo para tudo, na academia.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Às vezes, Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Rapidez, facilidade. Você não precisa, por exemplo, procurar as coisas a partir de uma categoria específica. Você coloca direto e os resultados são apresentados, são oferecidos a você. Basta você escolher. E, inclusive, quando você procura algo, você encontra várias opções dentro da mesma coisa que você está procurando, só que, sei lá, em versões diferentes, planos diferentes, por exemplo: em trabalhos acadêmicos.

11) Quais são as desvantagens?


As desvantagens é que, devido à facilidade, as pessoas acabam utilizando esses resultados e às vezes não especificam, por exemplo, de onde foi aquilo, então acaba prejudicando o desenvolvimento educacional das pessoas, por que as pessoas, sei lá, colocam as citações e não especificam que aquilo é uma citação e coloca como se fosse parte mesmo do que ele sabem, do que ele aprenderam.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Não

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Rapaz, eu acho que não tenho dificuldade, não.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 6	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2009.1		
Data: 3/11/2011	Hora: 18:20	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Masculino
Idade: 20

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

O Google, de uma forma geral, o Google Acadêmico, o Cadê, que é parecido com o Google. O Capes, eu já usei, mas é pouco.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

O Google Acadêmico é o mais comum.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Quatro a cinco.

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Capes e o Google Acadêmico.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para fazer trabalhos acadêmicos, notícias, também, que o professor manda pesquisar.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Às vezes, sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Às vezes.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

É mais rápido; você tem uma gama de possibilidades e, só isso.

11) Quais são as desvantagens?


É que acontece, em se tratando de pesquisa acadêmica, plágio; a descaracterização do acervo impresso e só isso.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Não, gosto não.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Acho que não tenho nenhuma. É fácil.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 7	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2009.2	Araújo Vaz	
Data: 7/11/2011	Hora: 15:50	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, Google Acadêmico que é a mesma coisa, né.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google Acadêmico

4) Quantos motores de busca você conhece?

Um

5) Quantos deles você costuma usar?

Um

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Google Acadêmico.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para trabalhos na universidade.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Que você encontra muita coisa atual, mas você tem que olhar se aquele site é realmente confiável. Mas o bom é que você encontra tudo atualizado sobre o que está acontecendo no momento.

11) Quais são as desvantagens?

É exatamente o que eu falei, que você pode jogar qualquer coisa e às vezes aquela informação não é correta.


12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Eu não tenho muita dificuldade não.



	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

<p>Nº do roteiro de entrevista: 8 Ano de entrada do aluno na IES: 2009.2</p>	<p>Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz</p>	
<p>Data: 7/11/2011</p>	<p>Hora: 15:50</p>	<p>Local: UFRN</p>
<p>Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO</p>		
<p>Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz</p>		

<p>Caracterização do Perfil</p>
<p>Sexo: Masculino</p>
<p>Idade: 23</p>

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Quatro

5) Quantos deles você costuma usar?

Só um.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Google Acadêmico.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Conhecimento e trabalhos acadêmicos.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sempre.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Facilidade de encontrar o artigo; qualquer pesquisa.

11) Quais são as desvantagens?


Não tem confiabilidade.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

A questão da confiabilidade; tem alguns que são meio complicados de se achar, só isso.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 9	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2010.1		
Data: 3/11/2011	Hora: 15:50	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Masculino
Idade: 20

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, Wikipédia

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Dois.

5) Quantos deles você costuma usar?

Um.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Google.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para fins de realização de atividade acadêmicas; para informações para trabalhos, para pesquisas etc.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Consideravelmente, sim. 80%.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

A vantagem é que ele simplifica sua busca; a questão da agilidade, não ter perda de tempo e a necessidade de você está procurando algo bem específico e ele abrange tudo e lhe dá uma busca de vários itens, que você pode não só fazer a relação de um ou que está relacionado com o assunto ou outro.

11) Quais são as desvantagens?


Que às vezes aparecem várias opções, mas às vezes não aparece a opção específica que você está procurando. Aparece um site e muitas vezes ele não abre ou por está contaminado com vírus e você não tem tanta segurança.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Eu acho que teria poucas. O fator determinante é o que você está buscando. Há uma dificuldade quando o assunto é pouco visado, quando ele é pouco conhecido. Depende muito do navegador, também; de fatores externos.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 10	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2010.1		
Data: 3/11/2011	Hora: 16:00	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Dois

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Google, pois é o que mais conheço.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para possivelmente, todos os campos, desde pesquisas acadêmicas à outras coisas mais simplórias, como seminários ou conhecimento próprio.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Eu acho que diria 90%.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

É um meio que nos facilita, porque quando você procura por nome, você vai achar tudo aquilo que é associado a esse determinado nome.

11) Quais são as desvantagens?


Ao mesmo tempo em que há uma organização, às vezes, há uma desorganização na hora que aparece trabalhos que você procura que não tem nada à ver com o que você está procurando. Como é uma rede em que são postadas muitas coisas, às vezes não conseguem organizar tudo.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Creio que não tenho tantas.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

<p>Nº do roteiro de entrevista: 11 Ano de entrada do aluno na IES: 2010.2</p>	<p>Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz</p>	
<p>Data: 7/11/2011</p>	<p>Hora: 18:00</p>	<p>Local: UFRN</p>
<p>Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO</p>		
<p>Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz</p>		

<p>Caracterização do Perfil</p>
<p>Sexo: Feminino</p>
<p>Idade: 20</p>

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, Wikipédia, o site do Ministério do Turismo.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

O Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Na faixa de dez, ou mais.

5) Quantos deles você costuma usar?

Uns três ou quatro



6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Google.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para fazer trabalho, para pesquisar, se tiver alguma dúvida.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Facilita nossa vida.

11) Quais são as desvantagens?


Eu acho que nenhuma, porque quanto mais a gente pesquisa, mais a gente aprende.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Eu não tenho dificuldade.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 12	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2010.2		
Data: 3/11/2011	Hora: 18:10	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 22

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google e o Yahoo.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

O Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Mais de dez.

5) Quantos deles você costuma usar?

Pelo menos, cinco.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

O Google.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para estudar, para me informar sobre coisas atuais.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Sim.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Facilita muito em relação ao tempo, porque hoje em dia a gente não tem tanto tempo para está procurando num livro e os motores de busca agem dessa forma, que tem mais facilidade para você pesquisar algum trabalho na Internet só digitando ali e já aparecem vários sites.

11) Quais são as desvantagens?


Você não ter esse tempo para ler e você acaba com um vocabulário menor, porque você está ali fazendo uma colagem do que tem no site e você não vai ler exatamente aquilo para escrever com suas palavras e no livro você vai ter que ter esse tempo para ler e conseguir identificar os objetivos da sua pesquisa.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Gostar, eu não gosto, mas tem que fazer, né.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Algumas vezes, quando os textos estão num formato diferente que não dê para abrir no computador. A maior dificuldade, seria essa. Mas, na pesquisa, em si, nenhuma, eu acho muito fácil.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 13	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2011.1		
Data: 7/11/2011	Hora: 16:20	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 19

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google

4) Quantos motores de busca você conhece?

Cinco.

5) Quantos deles você costuma usar?

Um.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

(Não soube responder).

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Pesquisa, informações ou curiosidades que eu tenho relacionadas à minha área, eu vou na Internet, então, tudo que eu quero eu acho lá.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Determinado tipo de conteúdo eu tenho dificuldade, mas, na grande maioria, sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

A facilidade de você não se locomover; é rápido; você consegue fazer buscas, na Internet, em pouco tempo.

11) Quais são as desvantagens?


É a preguiça das pessoas em buscar em outros locais. Acaba ficando certo comodismo, pois a Internet nos dá isso: comodidade, mas, ao mesmo tempo, a preguiça.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Achar publicações na Internet.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 14	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2011.1		
Data: 7/11/2011	Hora: 16:30	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 21

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google, Yahoo, Bing.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Cinco

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Google Acadêmico.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Fazer trabalhos que não precisam ter referências bibliográficas, porque o Google dá a referência, mas você tem que ir atrás do livro.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Acadêmicas, não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Muitas vezes, não.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

É mais rápido para você achar o que você está procurando.

11) Quais são as desvantagens?


Às vezes, pode não ser de fontes confiáveis.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

É bom, é sempre útil. Eu gosto.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

As palavras-chave, às vezes complicam a procura do que você quer.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 15	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2011.2		
Data: 3/11/2011	Hora: 16:00	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 19

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

O Google e outros sites dentro do Google mesmo, tipo o Scielo, só.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google.

4) Quantos motores de busca você conhece?

Dois.

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois.



6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Scielo.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para pesquisas de estudos e trabalhos.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

Todas, porque atualmente sem Internet a gente não consegue praticamente quase nada.

11) Quais são as desvantagens?


Porque a gente já acha pronto. Muitos alunos pegam *Ctrl C/Ctrl V*.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Achar o que eu quero, com exatidão.

	<p>UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS DEPARTAMENTO DE TURISMO CURSO DE TURISMO</p>
---	--

Nº do roteiro de entrevista: 16	Entrevistador: Wellington Medeiros De Araújo Vaz	
Ano de entrada do aluno na IES: 2011.2		
Data: 3/11/2011	Hora: 16:10	Local: UFRN
Pesquisa: FERRAMENTAS DE BUSCA NA INTERNET PARA PESQUISA EM TURISMO		
Pesquisador: Wellington Medeiros de Araújo Vaz		

Caracterização do Perfil
Sexo: Feminino
Idade: 19

1) Você sabe o que são motores de busca?

Sim

2) Qual(is) o(s) motor(es) de busca na Internet você já utilizou em seus trabalhos acadêmicos?

Google e Scielo.

3) Qual(is) (deles) você mais usa em seus trabalhos acadêmicos?

Google

4) Quantos motores de busca você conhece?

Dois.

5) Quantos deles você costuma usar?

Dois.

6) Qual(is) motor(es) de busca você acha mais relevantes(s) para pesquisas acadêmicas?

Scielo.

7) Para que fins você utiliza as ferramentas de busca na Internet dentro do contexto acadêmico?

Para pesquisas acadêmicas.

8) Você faz pesquisas acadêmicas em outros idiomas?

Não.

9) Você tem facilidade em encontrar, com exatidão, o que deseja na Internet?

Sim.

10) Quais são as vantagens que você percebe sobre o uso de motores de busca?

É bem mais prático. Você encontra, até mesmo porque em livros, na maioria das vezes, você não acha mais. Os professores até mesmo já repassaram que em livros, a gente não vai encontrar, somente nos motores de busca.

11) Quais são as desvantagens?

Não tem uma divergência das informações, não é com muita exatidão.

12) Você gosta de fazer pesquisas acadêmicas na Internet?

Sim.

13) Quais são suas principais dificuldades ao usar um motor de busca na Internet?

Não encontrar; ter que estar pesquisando bastantes itens, porque às vezes você entra num item e não é aquilo que você está procurando e tem que buscar em outros.