

# Utilização dos **media sociais** em dispositivos móveis numa experiência **turística**

CHRISTELLE SOIGNÉ \* [ christelle.soigne@ua.pt ]

RUI RAPOSO \*\* [ raposo@ua.pt ]

## Objetivos |

Objetivo Geral:

- Refletir, de uma forma crítica, sobre as atividades realizadas nos média sociais em dispositivos móveis nas diversas fases de uma experiência turística, ou seja, no antes, no durante e no depois da mesma.

Objetivos Específicos:

- Aferir o papel dos dispositivos móveis numa experiência turística.
- Identificar os tipos de aplicações mais frequentemente utilizados em dispositivos móveis numa experiência turística.
- Identificar as atividades mais frequentemente realizadas em dispositivos móveis numa experiência turística.
- Perceber em que situações os turistas utilizam as ferramentas dos média sociais em dispositivos móveis.
- Tentar perceber a relação entre as atividades realizadas em dispositivos móveis numa experiência turística e o tipo de viagem efetuada.
- Perceber a possível influência da literacia tecnológica dos utilizadores nas atividades realizadas em dispositivos móveis numa experiência turística.
- Observar e analisar as atividades realizadas nos média sociais numa situação real.
- Enunciar propostas úteis para entidades turísticas recorrerem aos média sociais para a promoção de pontos turísticos de interesse.

**Metodologia** | A metodologia adotada neste trabalho de investigação está dividida em cinco momentos fundamentais que visam propiciar a resposta à pergunta de investigação: "Que diferenças podem ser estabelecidas a nível da partilha de informação em dispositivos móveis, nas atividades realizadas nas fases antes, durante e depois de uma experiência turística?".

– Momento 1: Construção do enquadramento teórico – revisão bibliográfica e análise crítica sobre o domínio da investigação e em particular sobre conceitos como dispositivos móveis, e-Tourism, experiência turística, média sociais, tourism 2.0 e Web 2.0. Serão também realizadas entrevistas exploratórias a especialistas de referência na área do turismo e de comunicação em dispositivos móveis.

– Momento 2: Revisão e consolidação do modelo de análise, com base no trabalho realizado no momento 1, com o resumo estruturado dos conceitos, das dimensões, dos componentes e dos indicadores fundamentais na presente investigação. Durante este momento serão afinados os instrumentos de observação a utilizar.

\* **Mestre em Gestão de Informação** pela Universidade de Aveiro.

\*\* **Doutorado em Ciência e Tecnologias da Comunicação** pela Universidade de Aveiro, **Professor Auxiliar** do Departamento de Comunicação e Arte, Universidade de Aveiro.

– Momento 3: Aplicação de um inquérito por questionário. Neste estudo a amostra será constituída por indivíduos que têm por hábito interagir com os média sociais em dispositivos móveis numa experiência turística. Trata-se de uma amostra aleatória simples. Através deste questionário pretende-se, entre outros objetivos, perceber de que forma os utilizadores interagem nos média sociais utilizando dispositivos móveis antes, durante e depois de uma experiência turística, bem como perceber os hábitos de utilização das tecnologias e média sociais numa experiência turística. Os resultados da análise aos dados recolhidos serão depois correlacionados com o conhecimento gerado no momento 1 deste estudo.

– Momento 4: Realização de um estudo sobre o cenário de uma experiência turística em Aveiro e análise das atividades realizadas através de uma aplicação desenvolvida na Universidade de Aveiro, chamada mesh-t, nas diferentes fases dessa experiência: no antes, no durante e no depois. Procurar-se-á correlacionar alguns dados colhidos antes, durante e após a experiência, com os obtidos nos momentos 1 e 3 do estudo, como forma de formular uma resposta à questão de investigação colocada e às hipóteses propostas.

– Momento 5: Elaboração das conclusões e formulação da resposta à questão de investigação colocada e às hipóteses propostas com aferição da importância ou contribuição dos resultados obtidos, das limitações do estudo e a sugestão de recomendações e propostas para investigações futuras.

**Principais resultados e contributos** | Pretende-se contribuir para o estudo e compreensão das atividades realizadas nos média sociais em dispositivos móveis nas diversas fases de uma experiência turística. Como consequência desta investigação obter-se-ão indicações, que se esperam úteis, sobre boas práticas e estratégias que podem ser adotadas por entidades turísticas com o objetivo de incluir os média sociais nas suas atividades de marketing e comunicação em dispositivos móveis. Espera-se que, com base nos resultados deste estudo, estas entidades possam adotar abordagens proativas, com vista à adoção futura deste tipo de práticas, ou então reativas, ao reverem as práticas em curso.

**Conclusões** | Dado que o estudo ainda se encontra numa fase inicial de implementação não existem conclusões que possam ser apresentadas neste momento. Considera-se, no entanto, que se pode afirmar que a presente investigação pode ser considerada, de acordo com parte da revisão bibliográfica já realizada, pertinente e válida dada a importância crescente dos média sociais e dos dispositivos móveis num espectro alargado de atividades ligadas ao turismo. Reforça-se ainda esta pertinência com o facto de não existirem estudos que analisem, desconstruam, correlacionem e sistematizem as dinâmicas estabelecidas entre as variáveis estudadas, ou seja, os média sociais, os dispositivos móveis e as atividades realizadas nas diversas fases da experiência turística.