

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO UNIVERSITÁRIO POSITIVO
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**ATRIBUTOS FAVORÁVEIS À MOTIVAÇÃO PARA VISITAÇÃO DE UM SITE:
ESTUDO DE UM PORTAL EDUCACIONAL**

PATRICIA FAVORITO DORFMAN

Orientadora: Prof^a. Dra. Lilia Maria Vargas

Curitiba, junho de 2002.

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO SUL
CENTRO UNIVERSITÁRIO POSITIVO
ESCOLA DE ADMINISTRAÇÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO
DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

**ATRIBUTOS FAVORÁVEIS À MOTIVAÇÃO PARA VISITAÇÃO DE UM SITE:
ESTUDO DE UM PORTAL EDUCACIONAL**

Dissertação de Mestrado
apresentada ao Programa de Pós-
Graduação em Administração da
Universidade Federal do Rio
Grande do Sul, como requisito
para a obtenção de título de
Mestre em Administração.

PATRICIA FAVORITO DORFMAN

Curitiba, junho de 2002.

“Jamais considere seus estudos como uma obrigação,
mas como uma oportunidade invejável de aprender a conhecer
a influência libertadora da beleza do reino do espírito,
para seu próprio prazer pessoal e para proveito da comunidade
à qual seu futuro trabalho pertencer.”

Albert Einstein

Dedico este trabalho a pequena Yasmin,
que soube doar seu tempo e ter paciência
para que eu pudesse terminar este trabalho.

AGRADECIMENTOS

Muitas foram as pessoas que me auxiliaram no desenvolvimento desta dissertação, algumas que com apenas uma idéia ajudaram-me a dar rumo nesta caminhada, e outras, que com sua sabedoria me mostraram que mesmo tendo escolhido um caminho é preciso rever o rumo para se alcançar o objetivo. A essas pessoas, um agradecimento especial:

- . Ao Chico, sempre tão presente.
- . Aos meus pais.
- . Aos meus amigos do Positivo.
- . Aos diretores Hélio Rotenberg e Rogério Mainardes/Grupo Positivo
- . A minha orientadora, professora-doutora Lilia Maria Vargas.
- . Ao professor do PPGA, doutor Paulo Zawislak.

SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS	viii
LISTA DE QUADROS	ix
LISTA DE ANEXOS	x
RESUMO	xi
ABSTRACT	xii
1 INTRODUÇÃO	1
2 OBJETIVOS	4
2.1 Objetivo geral	4
2.2 Objetivos específicos.....	4
3 REVISÃO DA LITERATURA	5
3.1 Tecnologia da informação e Internet	5
3.1.1 Internet e Educação	9
3.1.2 Internet e Portais	11
3.2.Motivação	13
3.2.1 Motivação no processo ensino-aprendizagem	16
3.2.2 Atratividade e motivação para o uso da Internet	18
3.2.3 Motivação e Usabilidade	19
3.2.4 Atributos de motivação ..	20
3.2.4.1 Conveniência	21
3.2.4.2 Acessibilidade	21
3.2.4.3 Confiabilidade	22
3.2.4.4 Atualização	23
3.2.4.5 Atualidade	23
3.2.4.6 Variedade de serviços	23
3.2.4.7 Personalização	24
3.2.4.8 Interatividade	25
3.2.4.9 Navegação	26
3.2.4.10 Conteúdo	26
3.2.4.11 <i>Design</i>	27

4	METODOLOGIA	28
4.1	Fases da pesquisa	28
4.1.1	Fase inicial	32
4.1.2	Fase de desenvolvimento	34
4.1.3	Fase final	37
5	ANÁLISE DOS RESULTADOS	38
5.1	Análise das entrevistas	38
5.2	Análise do <i>benchmarking</i>	42
5.3	Análise dos dados obtidos na aplicação do instrumento de pesquisa.....	48
5.3.1	Sobre a Internet	49
5.3.2	Sobre o Portal Educacional	50
5.3.2.1	Análise dos atributos “Conveniência”, “Acessibilidade”, “Confiabilidade”, “Atualização” e “Atualidade”	50
5.3.2.2	Análise do atributo “Variedade de serviços”	52
5.3.2.3	Análise dos atributos “Personalização” e “Interatividade”.....	55
5.3.2.4	Análise do atributo Navegação”	56
5.3.2.5	Análise do atributo “Conteúdo”	57
5.3.2.6	Análise do atributo “ <i>Design</i> ”	59
5.3.3	Análise geral	62
6	CONCLUSÃO	66
6.1	Limites da Pesquisa	69
6.2	Perspectivas Futuras	69
7	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	71
8	ANEXOS	75

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Modelo do Processo de motivação segundo SCHIFFMAN E KANUF..15

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Demonstração do número de escolas públicas e privadas já conectadas à Internet	11
Quadro 2 – Fases da pesquisa	31
Quadro 3 – Distribuição da amostra de usuários/alunos respondentes do questionário de pesquisa	35
Quadro 4 – Quadro resumo das principais contribuições dos especialistas internos	39
Quadro 5 – Análise de <i>benchmarking</i> dos portais educacionais	43
Quadro 6 – Análise sobre a utilização da Internet	49
Quadro 7 – Análise sobre o uso do PE	51
Quadro 8 – Análise sobre os recursos oferecidos pelo PE	54
Quadro 9 – Análise da comunicação do PE	56
Quadro 10 – Análise dos aspectos técnicos do PE	57
Quadro 11 – Análise do conteúdo do PE	59
Quadro 12 – Análise do atributo <i>design</i> do PE	61
Quadro 13 – Resumo dos resultados	64
Quadro 14 – Avaliação geral	65

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1 – Carta de apresentação	74
Anexo 2 – Entrevistas informais com especialistas internos do PE	76
Anexo 3 – Instrumento de <i>benchmarking</i> para análise de PEs.....	82
Anexo 4 – Instrumento sobre o uso do PE (questionário)	84
Anexo 5 – Grade de resultados dos instrumentos de pesquisa..	88

RESUMO

Esta pesquisa tem como foco principal os atributos favoráveis à motivação de uso de um site, especificamente um portal educacional. Concentra-se no levantamento de atributos usuais para a construção de sites na Internet, sendo primeiramente levantados em bibliografias e, paralelamente, junto a profissionais responsáveis pela construção de um portal educacional para o mercado brasileiro. Com a definição dos atributos mais importantes, buscou-se a constatação de seu uso em três portais educacionais, dois deles concorrentes ao portal estudado, por meio do uso da ferramenta de *benchmarking*.

Com os dados sobre os atributos, partiu-se para a fase de avaliação de tais atributos com usuários finais de um portal educacional, para a verificação se tais atributos eram relevantes na busca e uso de tal site. A pesquisa concentrou-se em um grupo fechado de respondentes, por serem efetivos usuários do portal educacional e poderem, com suas respostas, colaborar de forma significativa para o avanço da pesquisa. Os resultados obtidos revelam importantes considerações sobre a construção de sites – especificamente portais educacionais – mas por serem atributos gerais podem formar uma base para análise de outros sites em construção.

ABSTRACT

This research focused primarily on the favorable attributes that motivate someone to access and use a website, specifically an educational portal. It concentrated on listing the usual attributes for educational website design. A bibliographical research was done and then specialists in charge of the development of an educational website for the Brazilian market were interviewed. Once the main attributes had been listed and defined, we researched their use in three educational websites, two of which are competitors to the studied portal, using the benchmarking tool as reference.

With relevant collected data about the defined attributes, we moved on to the phase when we evaluated their importance to the final user of an educational portal. We wanted to find out whether those attributes were relevant when one accesses and uses such a website. The research, then, focused on a restrict group of respondents – some who were customary users of the Portal Educacional and could, therefore, collaborate meaningfully to our study's goals. The results show important facts about website design – especially educational portals – and being those attributes general, they can altogether form an important analysis database for those who design educational websites.

1 INTRODUÇÃO

O que leva um indivíduo a procurar um objeto em detrimento de outro? A atração e, conseqüentemente, a motivação de um indivíduo por um produto ou serviço tem fundamentado as estratégias das empresas vencedoras, orientando-as para o mercado e deixando de lado a preocupação com a produção. Na verdade, a produção de produtos ou a oferta de um serviço, para essas empresas, passa a ser feita a partir daqueles que os consomem. São empresas voltadas à busca incessante das necessidades não satisfeitas de seus consumidores.

Para dar conta desse objetivo a ser cumprido, elas se preocupam com tudo o que possa dizer respeito aos seus clientes, isto é, qualquer manifestação ou informação que o consumidor forneça, seja por seus hábitos de consumo, seja por suas manifestações acerca do que consomem.

A atenção voltada para todos esses detalhes permite que as empresas hoje vencedoras no mercado estejam sempre evoluindo e oferecendo aquilo que seus consumidores não tinham consciência de terem necessidade. Na Internet, o processo de escolha é ainda mais elaborado, por ela ser um caminho que depende da busca do usuário pelo produto ou serviço, ou seja, o usuário tem a opção de acessar ou não um site. Conseqüentemente, o processo de criação e oferta de um site que ofereça aos usuários aquilo que nem eles tinham consciência de necessitar é ainda mais trabalhoso e detalhista. Assim, o processo de motivação passa a ser um importante estudo para permitir às empresas direcionarem seus produtos para a plena satisfação das necessidades de seus usuários. Por ser um amplo estudo, que demanda a investigação sobre as escolhas do ser humano – fator ligado às necessidades do homem –, esta pesquisa irá se concentrar apenas na identificação e análise de atributos favoráveis à motivação do uso de um site, no caso, um portal educacional.

A Internet, por possibilitar uma imensa variedade de temas a serem pesquisados, muitos ainda com pouca informação disponível, principalmente os relacionados à área de Educação, despertou o interesse da investigadora. Dentre

eles a questão da motivação do uso de portais educacionais, que permite a exploração de um tema rico em conteúdo e pouco explorado na área de Tecnologia da Informação. Com a definição do tema e do problema – atributos de motivação para visitação em portal educacional, o Portal Educacional (PE)¹ –, a pesquisa concentra-se no levantamento de dados secundários – revisão da literatura – que realmente embasem a importância e relevância do tema, e na pesquisa junto aos seus desenvolvedores e usuários.

O PE é um portal (portais são conhecidos na Internet como grandes *sites* que exploram diversos temas – os horizontais – ou apenas um, em profundidade – os verticais) desenvolvido pela Positivo Informática² para a área educacional, especificamente para as escolas brasileiras da rede privada, e serve como ferramenta complementar ao material didático utilizado no ambiente escolar, assim como uma extensão desse ambiente escolar, em casa, por exemplo.

A escolha do PE como objeto de estudo desta pesquisa deve-se ao fato de a Internet estar se transformando em uma importante ferramenta educacional para professores e alunos; visto ser uma ferramenta desenvolvida por um grupo empresarial que atua na área de educação há 30 anos – Grupo Positivo; pela relevância da Internet como facilitadora nos processos de comunicação; e, também, pelo PE, por meio de seus usuários, constituir uma fonte que permite o estudo dos atributos de motivação.

Porém, seria possível escolher qualquer um dos outros portais voltados à área de Educação. Assim, a escolha do PE como objeto de estudo também se deve ao fato de ser um portal estruturado, que conta com 392 mil usuários, dos quais 126 mil são alunos da Educação Infantil ao Ensino Médio das escolas conveniadas ao PE (dados do 1º semestre de 2001). Essa comunidade gera um fluxo de 4,8 milhões de *page views*³ por mês.

1. Referindo-se a portais de educação genéricos, serão usadas letras minúsculas. Referindo-se ao Portal Educacional, serão utilizadas letras maiúsculas na primeira letra ou indicado apenas por PE.

2. A Positivo Informática é uma das empresas do Grupo Positivo, grupo empresarial paranaense que há 30 anos atua no mercado nacional, em três áreas: educação, informática e gráfico-editorial. Investindo na área de Informática Educacional, a Positivo Informática oferece ao mercado desde softwares educacionais desenvolvidos por equipe própria, quanto representa produtos diversos. O Portal Educacional – PE – é mais um produto da Positivo Informática na área de educação.

3. *Page Views* é uma expressão da língua inglesa que denota o número de páginas acessadas em um determinado período em um site, na Internet.

Lançado em março de 2000, o PE foi planejado durante um ano por uma restrita equipe de desenvolvimento – cerca de 10 pessoas se envolveram nessa fase inicial – da Positivo Informática. Quando o projeto já estava formatado e uma primeira versão gráfica pronta, foi veiculado na Internet. Nesse período de atuação do PE a equipe responsável pelo desenvolvimento das cerca de 150 mil páginas que estão no ar cresceu para aproximadamente 120 profissionais, atuantes em diversas áreas.

Esta pesquisa visa, portanto: por meio de instrumento de *benchmarking* – desenvolvido com base nos atributos de motivação levantados na bibliografia – avaliar o PE ante seus concorrentes e por meio de pesquisa com os alunos usuários – Ensino Fundamental (6ª a 8ª séries) e Ensino Médio – do Portal Educacional nas escolas próprias do Sistema Positivo de Ensino – Colégio Positivo Júnior, Colégio Positivo Jardim Ambiental e Colégio Positivo, situados na cidade de Curitiba –, a verificação da importância destes mesmos atributos.

2 OBJETIVOS

2.1 Objetivo geral

Identificar e analisar quais os atributos de motivação no uso de um portal educacional.

2.2 Objetivos específicos

- Levantar os atributos pertinentes ao estudo de motivação no uso de portais educacionais.
- Identificar os atributos de motivação no uso do PE, relevantes do ponto de vista dos usuários.
- Estruturar um instrumento (questionário) para avaliar os atributos de motivação no uso de portais educacionais.
- Estruturar um instrumento ("*benchmarking*") para analisar portais educacionais.

3 REVISÃO DA LITERATURA

Para fundamentar esta pesquisa, parte-se da análise preliminar de conceitos sobre temas que envolvem as áreas de Tecnologia da Informação e Internet (3.1) e da Motivação (3.2), as quais formam a base teórica para levantamento e identificação dos atributos de motivação no uso do PE.

Estes temas serão apresentados porque fundamentam a investigação, já que a tecnologia da informação, ao apresentar novos recursos à sociedade, principalmente a Internet, permite que o acesso à informação seja mais rápido. Em tempos de globalização, isso garante ao usuário agilidade ao contatá-la, usufruindo do tempo que possui de uma forma mais dinâmica e útil. Em termos de Educação, sendo o PE um portal voltado a essa área, o contato mais dinâmico com a informação permite à comunidade escolar – pais, alunos, professores e escola – também agilizar as ações educacionais. Além disso, a Internet possibilita que contatos entre usuários sejam estreitos, criando um ambiente propício para o relacionamento entre grupos escolares estabelecidos em espaços físicos distintos. Essa propriedade da Internet facilita a integração e a troca de experiências importantes para, principalmente, uma experiência escolar positiva. Mas para que esses benefícios próprios da Internet sejam realmente comprovados, é preciso que o site escolhido pelo usuário venha a estimulá-lo para constantes visitas e conseqüentes utilizações dos serviços oferecidos.

3.1 Tecnologia da Informação e Internet

Em plena Era Digital, a área da Tecnologia da Informação parece se referir única e exclusivamente ao uso do computador. Porém, ela vai muito além e está relacionada (FURLAN, 1994) à toda e qualquer forma de gerar, armazenar, veicular, processar e reproduzir informações. Integralmente envolvida com a evolução da qualidade de vida do homem, a Tecnologia da Informação proporciona à sociedade facilidades, mas também gera desafios, principalmente

porque o homem está vivendo uma mudança de paradigma relacionado à Tecnologia da Informação (TAPSCOTT E CASTON, 1995) causada pelas exigências de novos e competitivos ambientes empresariais e, também, pela própria mudança na natureza dos computadores. É uma mudança de aplicação das tecnologias e de suas conseqüências para a rotina do ser humano.

A Internet, uma das principais ferramentas da Tecnologia da Informação é um dos fatores dessa mudança de paradigma que possibilita ao homem, em seu ambiente pessoal, profissional ou educacional, conectar-se de forma rápida para transmitir ou angariar informações, transformando-as em conhecimentos que irão gerar valor para si e para a instituição que representa. Esse poder que se encontra na mão do homem, característica básica da Era da Informação, gera um novo fator: a crescente competitividade. Com a abertura dos mercados, causada pela globalização, e o aumento do fluxo de informações, a competitividade (TAPSCOTT E CASTON, 1995; KOTLER, 2000; DRUCKER, 1999) está surgindo não apenas a partir de concorrentes tradicionais de mercados tradicionais, mas também de mercados antes isolados e protegidos. A competitividade surge de diversos lugares, fazendo com que as instituições tenham de inovar e se recriar continuamente. Desta forma, a Tecnologia da Informação está presente em diversos setores – da vida pessoal à empresarial – e a Internet é, nesse momento, seu carro chefe, pela possibilidade de interações reais, mediadas pelo computador, utilizando capacidades próprias do meio.

Porém, o uso da Internet gera mudanças na vida do homem, assim como aconteceu quando do início do uso do telefone. Apesar de inicial, o impacto da Revolução da Informação na Era Digital – que tem na Internet sua principal aliada – já começa a ser sentido, principalmente na forma de interação entre os homens. As possibilidades oferecidas pelas novas tecnologias da informação, especificamente pela Internet, permitem que dados sejam rápida e facilmente acessados em qualquer parte do mundo, dependendo apenas do homem a transformação desses dados em informação e em conhecimento (DRUCKER, 1999; TAPSCOTT, 1999). Na economia, as formas de distribuição de produtos, de estrutura de negociação e de investimento também são modificações que fazem

com que as instituições precisem se reorganizar e rever suas posições. Afinal, tudo – ou quase tudo – na Era Digital pode ser transformado em bits (NEGROPONTE, 1995). Não basta, então, apenas acompanhar as mudanças; é preciso fazê-las acontecer.

Além disso, a Era Digital possui grande importância na reestruturação da sociedade, da mesma forma que a Revolução Industrial teve seus efeitos no final do século XVIII e começo do século XIX (DRUCKER, 1999). A Internet, entre outras mudanças sociais, revela a forma como as pessoas se comunicam, já que o e-mail (SAVOLAINEN, 1999; KRAUT et al., 2001) é um dos principais motivos que levam um usuário a usar a Internet. Por ser uma comunicação ágil, o e-mail permite que o usuário atue com mais presença na sociedade, visto que a informação – principal moeda atual – pode ser obtida e trocada de forma rápida.

No Brasil, os efeitos da Era Digital – especificamente o uso da Internet – podem ser avaliados pela contínua expansão de usuários. Liberada em 1995 para uso nas empresas e nos lares brasileiros, a Internet vem, a cada ano, ganhando novos usuários e a tendência é de contínuo crescimento. Estima-se (JUPITER COMMUNICATIONS, 1999) que em 2003 serão 20,1 milhões de brasileiros conectados à Internet, o que representará cerca de 11,1% da população. Parecem números baixos se comparados aos 37% dos usuários de Internet da população norte-americana no ano 2000. Apesar de, em um primeiro momento, esta comparação desfavorecer o Brasil, em um segundo momento é possível verificar que o Brasil é o maior mercado da América Latina; previsões (JUPITER COMMUNICATIONS, 1999) mostram que a Argentina deverá ter, em 2003, 10,3% de sua população conectada; o Chile, apenas 9,1%; a Colômbia, 5,8%; e a Venezuela, 5,5%. Esta estatística cita apenas alguns dos países mais importantes economicamente da América Latina e, por isso, considerados, como mercados em expansão.

Esses usuários da rede têm propiciado, também, o crescimento do número de URLs⁴. São as URLs que levam os usuários a encontrarem *sites* que exploram

4. *Universal Resource Locator*: endereços dos *sites* na Internet

todos os tipos de temas na Internet. De *sites* de busca – os iniciais na rede, como Yahoo (www.yahoo.com) e Cadê? (www.cade.com.br) – a Internet passou a expor todos os tipos de conteúdos e idéias. De *sites* pessoais – desenvolvidos sobre uma determinada pessoa – passando pelos corporativos ou institucionais – que mostram uma empresa e sua estrutura – a *sites* de comércio eletrônico – que utilizam a Internet para vender produtos e serviços.

Entre os muitos assuntos explorados por eles na Internet, está o de “Educação”. Assunto principal do site ou como um dos assuntos explorados dentro dele, a “Educação” parece estar relacionada à Internet desde seu início, quando ainda era uma rede de troca de informações entre instituições de ensino nos Estados Unidos.

Hoje, um dos principais temas de “Educação” na Internet é o relacionado à “Educação à Distância” ou “E-learning”. Segundo pesquisas do IDC⁵ (2001), em 2001 o mercado brasileiro deverá investir R\$ 45 milhões em E-learning, contra os R\$ 10 milhões de 2000. Se comparado ao mercado mundial de E-learning, o Brasil ainda tem muito a crescer. Em 2000, o mercado mundial movimentou U\$ 3,4 bilhões; 60% desse montante foi proveniente dos EUA, que tem o ensino à distância estabelecido desde 1997. A expectativa de receita desse mercado para 2001 é de U\$ 6,3 bilhões. Os EUA devem continuar contribuindo com 60%.

Apesar de não atuar especificamente no mercado de “Educação à Distância”, o Portal Educacional – PE – lançado pela Positivo Informática é uma ferramenta de TI que atende, especificamente, às escolas, os pais, os alunos e os professores com informações relacionadas à Educação, concentrando a atenção dessa comunidade educacional, fazendo-a relacionar-se também com esse novo espaço, que é a Internet.

5. IDC: International Data Corporation, Brasil. O IDC é uma empresa americana, com filiais em diversos países, que trabalha na área de pesquisas sobre TI. Ela provê as empresas de informações sobre o uso da TI e o crescimento de mercado.

Oferecendo o PE, a Positivo Informática faz com que esses quatro públicos usem a Tecnologia da Informação para seu crescimento pessoal e para a integração a uma nova realidade, facilitando a troca de informações.

3.1.1 Internet e Educação

Caracterizando um ambiente dinâmico e que só é acessado quando há o interesse do usuário em buscar informações que deseja ou necessita, a Internet pode ser considerada um instrumento a ser utilizado pelas escolas que acreditam na “Teoria Construtivista” como um dos fundamentos de sua prática pedagógica.

Isto porque a “Teoria Construtivista” pressupõe que o aprendizado é uma ação, um processo contínuo no qual os aprendizes buscam a informação em seu ambiente e constroem interpretações pessoais baseadas prioritariamente no conhecimento e na experiência (KOZOLIN, 1998). A apropriação dessas informações irá levar o aluno a construir o seu conhecimento, baseado nas suas experiências de vida. É por esse, dentre outros motivos, que a educação não pode ser um processo fechado em si. É preciso incorporar ao processo educacional as evoluções naturais do homem, as construções desse homem sobre o conhecimento já estabelecido.

A evolução da TI, entre elas a Internet e seu formato *World Wide Web*⁶, abriu a possibilidade de acessar uma quantidade irrestrita de informações sobre os mais diversos assuntos, sem que o usuário tenha que se deslocar de seu espaço físico para outro. É a informação ao alcance do usuário por meio apenas de um comando na tela do computador. Essa possibilidade abre novos rumos para a área educacional, do momento em que a Internet passa a ser uma ferramenta no processo educacional. Porém, o uso de novas tecnologias na área educacional poderá ser um perigo, se for cometido o erro de se propagar modelos didáticos da “idade da pedra” com a ajuda da tecnologia da “idade do espaço” (HARDISTY E

6. *World Wide Web* – www – “teia mundial de computadores” que oferece um serviço gráfico, com recursos multimídia. É a área gráfica da Internet.

WINDEATT,1989), ou seja, utilizar o computador apenas para reproduzir o que já existe, divulgando os mesmos conteúdos anteriores (McLUHAN, 1964), sem questioná-los ou sem adequá-los à nova realidade. Se a “Teoria Construtivista” parece ser uma realidade nas escolas e se a Internet passou a ser considerada uma ferramenta no processo educacional, as interações dessa ferramenta com a comunidade educacional passam a ser alvo de discussões e análises (WEININGER, 1996). Afinal, o uso da Internet permite ao aluno, usuário da Internet, encontrar nos *sites* as informações que o levarão à solução de problemas no momento em que aparecerem, otimizando seu aprendizado e permitindo a construção do conhecimento.

Por isso, é importante compreender que a utilização de novas tecnologias da informação, em especial a Internet, na área educacional, tem a possibilidade de criar uma nova cultura e modificar as formas de produção e apropriação do saber. Segundo BOCK (1999), na atual sociedade marcada por rápidas mudanças, os correntes modos de aprendizagem não são adequados às tarefas de aprendizado do novo século. O aprendizado à distância aparenta ser a possibilidade para o mundo, mas ainda se tem muito que aprender para dizer que ele é adequado para a tarefa, pois apresenta muitas formas. Além disso, a educação à distância é um dos temas do assunto “Educação” na Internet, existindo outras formas de exploração do tema. O fato é que a escola precisa desenvolver uma nova competência de seleção e distribuição de informação, criando um novo tipo de treinamento educacional. O uso do computador, em sala de aula, pelo professor parece ser uma ferramenta para esse processo de agilização do aprendizado e sua estimulação.

Entre ações que vêm sendo desenvolvidas pelas escolas para aproximar a TI dos professores, fazendo-os também estarem mais próximos de seus alunos, está o projeto Proinfo do Ministério da Educação. Segundo dados do próprio Ministério da Educação, do Censo Educacional de 1999, seguem alguns números sobre a informatização das escolas brasileiras:

Quadro 1: Demonstração do número de escolas públicas e privadas já conectadas à Internet (MEC, 1999)

Escolas Públicas	Ensino Fundamental	Ensino Médio
Conectadas	3,2%	10%
Escolas Particulares	Ensino Fundamental	Ensino Médio
Conectadas	39,2%	58,9%

Essa informatização das escolas gera um processo de adequação que leva professores e alunos, usuários da Internet, a buscarem recursos na rede para se informarem e, conseqüentemente, construírem conhecimento. Os portais educacionais entram neste contexto tendo que conquistar não apenas seus usuários principais – os alunos –, mas também as escolas e os professores, que passam a aceitar e aprender a utilizar a Internet em sala de aula e serem, então, incentivadores de seu uso como ferramenta que auxilia a construção do conhecimento.

Ao oferecer diversos serviços e produtos relacionados à educação, o PE, foco de observação da presente pesquisa, busca transformar-se em mais uma ferramenta pedagógica para uso em sala de aula e em outras situações extra-classe. Ao apresentar o PE, a Positivo Informática o faz como um instrumento pedagógico que pode somar-se ao trabalho desenvolvido pela escola e pelo professor, transformando-se em um novo e ágil canal de comunicação, além de um novo recurso de consulta, que auxilia e incentiva a aprendizagem.

3.1.2 Internet e Portais

O uso do termo “portal” não possui uma única definição, sendo empregado para designar diversos tipos de *sites* na Internet.

Para ANGULO e ALBERTIN (2000) “portal na Internet é um *web site* muito visitado que, além de ser a porta de entrada para a Internet, oferece diversos serviços nas categorias conteúdo, comunicação, comunidade, comércio eletrônico e provedor, com o objetivo de atender à grande maioria das necessidades dos

usuários na Internet.” PÓVOA (1999) diz que um portal é a página de partida do *browser* para a experiência na Internet, seja ela uma experiência de pesquisa, de comércio, de entretenimento, ou de comunicação. A mesma opinião é compartilhada por KLEINSCHMIDT e GOODMAN (2000) ao mencionarem que um portal é a primeira página que aparece no *browser* quando o usuário entra na Internet ou ponto de entrada para a Internet. Já a consultoria USWEB/CKS (1999) indica 4 definições: a porta de entrada para o conteúdo on-line, a porta de entrada que reflete interesses e desejos individuais, um conjunto de produtos e serviços que proporcionam conveniência e valor e, finalmente, um centro de vendas para comércio eletrônico e distribuição de produtos. Segundo DE CASTRO (2000), um portal é um mega-site com interatividade, serviços, comércio eletrônico, entre outros.

Porém, ao utilizar o termo portal, muitos outros termos são aglutinados e passam a definir diversos tipos de *sites*. Além dos termos “portal horizontal” e “portal vertical”, ou seja, o primeiro definindo um site que explora diversos temas e congrega usuários com diversos interesses e o segundo, um site que explora um único tema em profundidade, reunindo usuários com interesses comuns, existem outros termos associados como “micro portal”, “portal industrial”, “portal *business to business*”, “portal de afinidade”, entre outros. Na pesquisa exploratória feita por ANGULO e ALBERTIN (2000), com 30 *sites* brasileiros, americanos e ingleses – sendo 10 de cada – foram encontrados 20 tipos de portais, ou seja, 20 termos agregados à palavra “portal”, muitos deles significando a mesma coisa. Como por exemplo “portal corporativo” e “portal de informações empresariais”, termos usados para designar portais desenvolvidos por empresas, oferecendo informações sobre seus negócios a fornecedores, clientes e funcionários, para uma melhor integração desses usuários. Como não existe uma nomenclatura clara e reconhecida para o tema “portal”, os mais variados termos são utilizados, dependendo de quem constrói o site e de como quer apresentá-lo aos seus usuários e demais visitantes na Internet.

Ao utilizar o termo portal, a busca feita por seus desenvolvedores é para atrair e motivar o seu uso por um número cada vez maior de usuários. É o caso do

PE. Ao ser desenvolvido como um portal educacional, com estrutura para atender à necessidade da escola, dos pais, dos alunos e dos professores, sendo efetivamente uma ferramenta pedagógica de complemento às atividades desenvolvidas em sala de aula, ele procura oferecer recursos – os atributos de motivação – que estejam de acordo com os desejos desses usuários. Porém, apesar do PE, assim como qualquer portal, pretender atrair a atenção de seu usuário, buscando transformar, com seu site, a experiência de navegação na Internet, nem sempre o objetivo é alcançado. Esse é o objetivo dessa pesquisa: buscar identificar e analisar a partir dos desenvolvedores do PE e de seus usuários quais são os atributos de motivação – recursos – e se eles estão de acordo com as necessidades geradas para acesso ao site. Assim, da simples página de partida para essa experiência, ou seja, de apenas ser a página que serve de entrada para todo o conteúdo existente na Internet, os portais pretendem atrair e motivar a visita do usuário para suas páginas internas, tornando-se o caminho quase que exclusivo de navegação do usuário pela Internet. Se as páginas oferecidas atendem às necessidades do usuário, ele não precisará buscar outros endereços – ou URLs. Segundo PÓVOA (1999), “o conceito consiste em fazer com que o portal passe a ser literalmente a Sua Página. Através desse valor proposto ao usuário, pode-se criar lealdade ao *brand* (à marca), formar oportunidade de vendas, prover serviços de comunicação e gerar aumento de tráfego”.

3.2 Motivação

Segundo FREUD⁷, em seus tratados sobre Psicanálise, a busca por um objeto nunca pode ser considerada a procura por algo desconhecido, mas sim por um objeto já conhecido. Nunca será um encontro, mas um reencontro com algo perdido.

7. FREUD *apud* BATEMAN e HOLMES, 1995

Ao se deparar, nesse reencontro, com algo que lhe é conhecido, o homem passa a expressar a atração por esse objeto que corresponde ao conceito que ele tem ou que gostaria de ter de si mesmo. É por esse motivo que o estudo do comportamento do consumidor é uma ferramenta fundamental para as empresas que se orientam para o mercado e buscam satisfazer as necessidades que seus clientes, na maioria das vezes, não imaginam possuir. É a análise desse comportamento, do que motiva o homem, o consumidor – no caso desse estudo, o usuário – nessa busca que permite desenvolver produtos e serviços mais adequados e, conseqüentemente, mais aceitos no mercado.

Para dar conta dessa análise, é fundamental entender a relação do homem com o objeto, pois é essa relação que o estimula a procurá-lo. A busca por esse objeto perdido e reencontrado nunca trará plena satisfação ao homem, devido ser, justamente, um objeto reencontrado e nunca um objeto perdido. Nessa ambivalência, surge a frustração. A frustração (LACAN, 1995) diz respeito a algo desejado e não obtido, mas que é desejado sem nenhuma referência a qualquer possibilidade de satisfação nem de aquisição.

Esse desejo por um objeto perdido motiva o homem na sua constante busca. Assim, a motivação (SCHIFFMAN E KANUF, 1997) pode ser descrita como uma força motriz interna que leva o homem à ação. Essa força é produzida por um estado de tensão que surge de uma necessidade não-satisfeita. Assim, o homem, de forma consciente ou inconsciente, busca satisfazer essa necessidade e diminuir a tensão. O grau de satisfação dessa necessidade irá depender dos processos de pensamento e aprendizagem prévia, que são processos cognitivos. Porém, ao reencontrar o objeto de desejo, que motivou a busca, uma nova necessidade será percebida e uma nova tensão estimulará outro processo motivacional.

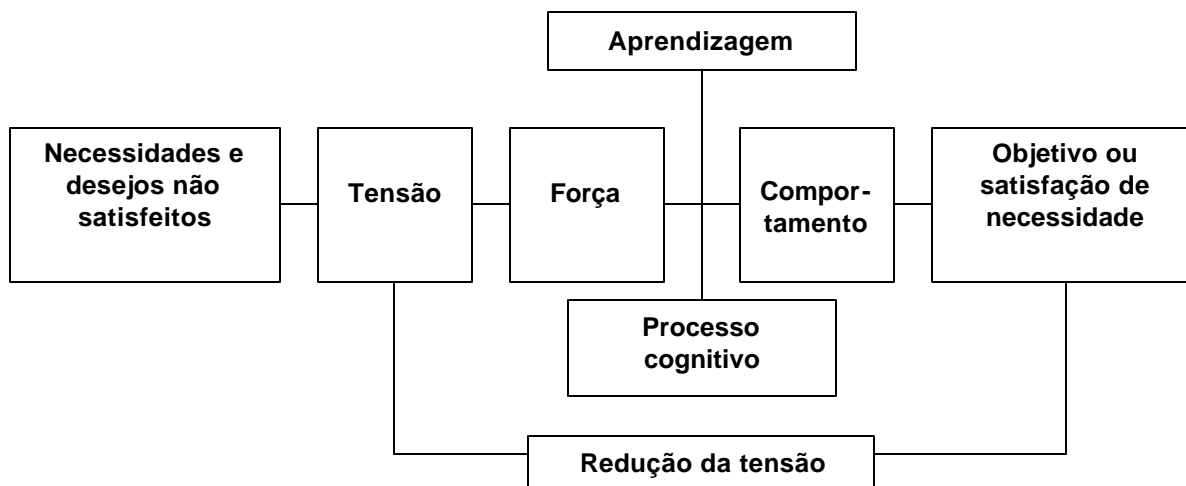


Figura 1 – Modelo do Processo de Motivação segundo SCHIFFMAN E KANUF (1997)

As necessidades podem ser classificadas como primárias e secundárias: as primárias são inatas, fisiológicas, enquanto as secundárias são psicológicas. Estas são necessidades adquiridas em resposta à cultura e ao meio ambiente em que o homem vive. Elas não vão além da satisfação de uma necessidade básica, mas sim buscam o que a satisfação agrega ao indivíduo. É nesse limiar que surgem os objetivos a serem satisfeitos na busca por um objeto, que variam de indivíduo para indivíduo, porque estão relacionados às experiências pessoais, à capacidade física, às normas culturais e aos valores dominantes, e à acessibilidade no ambiente físico e moral. Por isso, os indivíduos podem ter as mesmas necessidades, mas os objetivos a serem alcançados com a satisfação dessas necessidades variam. É mais fácil ao indivíduo perceber seus objetivos do que suas necessidades.

Para que o processo de busca pelo objeto que irá satisfazer a necessidade possa ser iniciado, é preciso que o usuário a reconheça. Para ENGEL, BLACKWELL E MINIARD (1999), o reconhecimento da necessidade acontece quando há um desequilíbrio entre o estado desejado e o estado real do usuário e que ultrapasse o nível de limiar. Porém, nem sempre o reconhecimento da necessidade irá incitar a ação pelo objeto, já que essa ação depende de outros fatores, como o grau de importância que o usuário dá a essa necessidade e se possui os meios para satisfazê-la. Alguns fatores podem incentivar o seu

reconhecimento. Entre eles está o fator tempo, mudança de circunstância – mudanças relacionadas à vida do usuário –, aquisição de produto – que pode motivar a busca por outros –, o consumo de produto – pela falta de um produto regularmente consumido –, as diferenças individuais e as influências de marketing.

Por viver em uma sociedade dinâmica, o homem está constantemente alterando suas necessidades e seus objetivos. A influência que sofre, seja do ambiente ou de suas próprias experiências, faz com que a motivação para a satisfação seja um processo dinâmico, porque, nele, ao buscar o objeto e não o encontrando, não existe a satisfação; ao reencontrar o objeto, uma nova tensão é causada, ou seja, o sucesso e a frustração também influenciam seus objetivos. Essa é a dinâmica do processo motivacional, que faz com que o homem esteja em busca permanente.

O despertar desses motivos ocorrem de várias formas, entre elas, pelos fatores cognitivo e ambiental. Estes são amplamente usados pelas empresas em sua forma de apresentar e motivar o uso de seu produto ou serviço pelo consumidor – no caso desse estudo, o usuário. Mas a motivação é um processo complexo e não possui formas exatas de medição. Por depender de fatores internos e externos e por ser a ação de um indivíduo relacionada a um objeto, não existem processos precisos para sua confirmação. Existem, no entanto, combinações de atributos que são usados em processos de aferição da motivação humana.

No caso do PE, o processo de motivação para uso do site está relacionado ao processo de ensino-aprendizagem.

3.2.1 Motivação no processo ensino-aprendizagem

Na área específica da educação, a motivação do aluno para o processo ensino-aprendizagem é fundamental. Porém, é preciso que este processo proporcione ao aluno uma necessidade e um objetivo a serem alcançados, já que para estar motivado o indivíduo precisa de uma necessidade a ser satisfeita e de um objetivo a ser alcançado.

Para VYGOTSKY⁸, as relações entre aprendizagem e desenvolvimento não podem ser dissociadas, porque o indivíduo, que está imerso em um contexto cultural, tem seu desenvolvimento movido por mecanismos de aprendizagem acionados externamente. Assim, o indivíduo precisa dos estímulos externos para se desenvolver. Nesse sentido, a escola – onde se encontram o professor e os colegas – torna-se um espaço especial de estímulo ao desenvolvimento, pois privilegia o contato social e seus membros passam a ser mediadores da cultura.

Sendo a escola o grande espaço para que o indivíduo seja estimulado para a aprendizagem e, conseqüentemente, para o desenvolvimento, ferramentas utilizadas nesse ambiente irão favorecer o estímulo desse crescimento. É dessa forma que a Internet – por meio de portais educacionais – deve ser vista: como uma ferramenta de grande utilidade ao professor, que dela poderá se apropriar para estimular a aprendizagem e o desenvolvimento de seu aluno. Se é certa a necessidade de um objeto adequado para a satisfação do indivíduo, em relação ao processo ensino-aprendizagem, a escola não pode deixar de se apropriar das novas tecnologias, como a Internet – que muitas vezes estão inseridas na vida do indivíduo antes de ele ingressar no ambiente escolar –, e que podem ser, aliadas a outros, um dos objetos de satisfação que promove a motivação do indivíduo para a aprendizagem.

8. VYGOTSKY *apud* TELFORD e SAWREY, 1973

3.2.2 Atratividade e motivação para uso da Internet

Em estudo realizado por SAVOLAINEN (1999), a grande atratividade da Internet é a possibilidade de utilizar a mesma ferramenta para diversas finalidades, e a principal motivação que leva as pessoas a usarem a rede é o trabalho e o estudo. De acordo com STEFIK (1996), a atratividade da Internet pode ser explicada pelas habilidades do usuário em adotar os desempenhos de comunicador, negociante e aventureiro, ou seja, em poder ser o responsável pela comunicação, por negociar produtos e serviços e atuar para buscar o que melhor lhe convier, em um único canal, de uma única vez. Ainda, destacam-se outras motivações, tais como: a facilidade de transações – *homebanking*, por exemplo – , a possibilidade de entrar em contato com outras pessoas e um novo hobby. Porém, existe um número grande de outros fatores culturais e sociais que levam o indivíduo a utilizar a Internet, dependendo muito de quanto o computador e a Internet possuem de valor na sociedade em que essa pessoas está inserida. Se para CASTELLS (1996), a sociedade do futuro será caracterizada pelo “capitalismo informacional” em nível global e a Internet será a infraestrutura dessa sociedade, o uso do computador e, conseqüentemente, da Internet, deverá ser cada vez mais atrativo.

Para chegar à Internet, é preciso que o indivíduo use, primeiro, o computador. A TAM – Technology Acceptance Model – (DAVIS et al., 1989), sugere que a utilização do computador seja explicada pela intenção comportamental do uso e de atitudes voltadas ao uso. A TAM, por sua vez, é baseada na Theory Reasoned Action (TRA) – Teoria da Razão da Ação (FISHBEIN E AJZEN, 1975 *apud* DAVIS et al., 1989): o comportamento pessoal é determinado pela intenção em realizar o comportamento. As atitudes e crenças consistem nas conseqüências das ações que influenciam as intenções. A intenção é, também, influenciada pela crença normativa de outra pessoa, por exemplo, amigo ou colega. Os fatores da TAM são determinados pela vantagem percebida e pela facilidade de uso percebido. Se as vantagens não estão suficientemente evidentes, o prazer por usar o serviço – no caso o computador e a Internet – não será suficiente para o processo de motivação de uso.

Ao estar motivado para o uso do computador e também para o uso da Internet, o indivíduo – no caso desse estudo, o usuário – , por ser um ser social e cognitivo, espera que a sua experiência, ao navegar pelos *sites*, seja positiva e amigável. O termo amigável ou “pleasant”, usado por diversos autores (NIELSEN, 1999; RAJANI E ROSENBERG, 1999; BLACK, 1997; VENETIANER, 1999) sobre o uso de ferramentas de composição de *sites* na Internet, leva a considerações sobre diversos atributos que influenciam a recorrente navegação na rede. A grande maioria delas está agrupada sob a ótica da “usabilidade” ou “usability”. Para RAJANI E ROSENBERG (1999), os projetos de *design* para a *web* baseados em mídias devem incluir considerações psicológicas ao lado dos aspectos de *design* computacional. Por ser a *web* uma interface primeiramente visual, é preciso considerar como as informações visuais são processadas, manipuladas e interpretadas pelo usuário. É preciso, então, saber como o uso desses recursos pode tornar ou não a navegação agradável, amigável.

3.2.3 Motivação e usabilidade

A palavra “usability” ainda não possui uma tradução específica para a Língua Portuguesa, apesar de estar sendo usada pelos profissionais da área de Internet como “usabilidade”. “Usability”, do termo em inglês “usable”, com tradução para o Português como usável ou utilizável, revela uma característica dos *sites* da Internet, ou seja, *sites* que são usados de forma fácil e simples por usuários, fator que aparentemente favorece a motivação de uso. Esses *sites* apresentam características que facilitam a navegação pelas páginas e permitem que a interação que o usuário faz com eles seja clara, rápida e satisfaça suas necessidades (NIELSEN, 1999). Para NIELSEN (1999), “usability” assumiu a mais poderosa importância na economia da Internet justamente porque os usuários primeiro vivenciam a experiência de “usabilidade” do site para depois comprar o serviço ou o produto. É diferente da economia tradicional, porque primeiro se pagava por um produto ou serviço e só depois se experimentava a sua “usabilidade”.

Para RAJANI e ROSENBERG (1999), o *design* para a *web* inclui considerações psicológicas que devem ser levadas em conta, haja vista que a Internet é uma interface visual e é fundamental considerar como essa informação visual é processada, manipulada e interpretada pelo usuário. É preciso considerar as muitas possibilidades de incluir o uso de cores, efeitos ilusórios, posição da informação na página, tamanho e distância dos textos, luz, contraste e tamanho de imagens, indicação do caminho de navegação, barras de navegação fáceis e sempre à mão, poucos *hot links* (BLACK, 1997). Entre elas está, também, o conteúdo editorial apresentado ao usuário que precisa estar disposto adequadamente, em sua forma e linguagem, ao público a que se destina. Segundo KAPLAN (1993), a linguagem do conteúdo precisa estar em sintonia com o público, para que ele a tome como sua própria linguagem.

Todos esses detalhes devem ser levados em conta na hora do desenvolvimento gráfico de um site, visando sempre facilitar a experiência do usuário com o site. Enfim, considerar sempre os vários atributos, dentre eles o de usabilidade, que poderão ou não motivar o usuário na navegação, já que o fato depende da percepção do usuário sobre o site. Nem sempre as regras são únicas e podem ser usadas para alcançar públicos distintos, devido dependerem da experiência do usuário para serem reais.

Não importa o tema a que se dedicam (BLACK, 1997; NIELSEN, 1999), os *sites* precisam dominar os princípios de “usabilidade”, para serem mais facilmente aceitos pelos usuários da Internet. No caso do Portal Educacional que, segundo a Positivo Informática, busca ser o site escolhido por escolas, professores, pais e alunos como endereço certo na Internet, a preocupação com a “usabilidade” deve ser levada em conta, pois é um dos pontos que, como em outros *sites*, irá gerar visitação.

3.2.4 Atributos de motivação

Os indivíduos podem ter as mesmas necessidades, mas os objetivos a serem alcançados com a satisfação dessas necessidades variam. Como foi visto,

a motivação é um processo complexo e possui diferentes formas de medição. O que é levado em conta para essa aferição é a combinação de atributos, assumidos nesta pesquisa como características importantes que um site deve possuir para motivar seu uso.

No ambiente virtual, segundo RAVINDRAN et al. (1996), é onde as pessoas de lugares completamente diferentes se comunicam, compram produtos e serviços, utilizando como infra-estrutura a rede mundial de computadores. A aferição da motivação de uso de um site na Internet é ainda mais complexa. Porém, para esse meio ambiente, com características próprias, existem atributos relevantes e que serão levados em conta para a análise da motivação de navegação de um portal educacional, no caso o PE. São eles:

3.2.4.1 Conveniência

O atributo Conveniência consiste na facilidade de se obter o que se deseja, desde que haja as condições mínimas para essa satisfação, ou seja, que exista um computador conectado à Internet (VENETANIER, 1999; TAPSCOT, 1999). A Internet, por si só, se caracteriza por este atributo, pois permite o acesso às informações, conversas com outras pessoas, aquisições de bens e realização de uma série de outras ações sem que o usuário precise se deslocar de seu espaço físico, durante as 24 horas do dia.

3.2.4.2 Acessibilidade

O atributo Acessibilidade consiste na possibilidade de acessar as informações que se deseja no momento oportuno, por meio da Internet. Porém, um dos principais problemas enfrentados pelos usuários da Internet é, nem sempre, poderem acessar a URL, endereço do site, no momento em que desejam. A acessibilidade é um fator importante no processo de motivação de uso, pois se não houver esta disponibilidade no momento da consulta, não se suprem as

necessidades do usuário (DE CASTRO, 2000). Ou seja, sempre que for acessado o endereço do site, ele deve estar disponível para consulta.

3.2.4.3 Confiabilidade

O atributo Confiabilidade se caracteriza pela confiança depositada pelo indivíduo ou usuário no produto ou serviço que será adquirido e consumido via Internet. Assim, todo processo de decisão de compra de um produto ou serviço envolve o usuário de forma significativa, porque ele irá analisar as opções existentes a partir de seus critérios de avaliação e de suas necessidades, depositando sua confiança no que foi escolhido. Na Internet, esse processo torna-se mais criterioso, já que a transação é toda feita virtualmente.

Quando o que está sendo consumido está diretamente relacionado a um processo de vida, como é o caso da compra de serviços educacionais – já que esses serviços educacionais são também responsáveis por preparar o indivíduo para enfrentar a vida dentro dos padrões estabelecidos pela sociedade, principalmente em termos de competitividade e crescimento pessoal –, o usuário se encaixa no que KOTLER (1998) chama de comportamento complexo de compra. *“O consumidor apresenta um comportamento complexo de compra quando está muito envolvido em uma compra e percebe as diferenças significativas entre as marcas. Ele tem um alto envolvimento quando o produto é caro ou arriscado, quando é uma compra esporádica ou bastante auto-expressiva.”* Nesse caso, a confiança depositada no produto ou serviço escolhido é ainda maior.

O PE, por ser um serviço educacional, se encaixa nesse comportamento complexo de compra apontado por Kotler, porque a sua aquisição é bastante expressiva, já que o que está sendo comprado irá auxiliar o usuário na construção de seus conhecimentos. Ao fazer uso do PE, o usuário está confiando na marca escolhida e irá testar, a cada novo acesso, se a sua confiabilidade está sendo correspondida pelo PE com a oferta de bons serviços. Para VASSOS (1997), por ser difícil se estabelecer a curto prazo políticas de comercialização que venham a

obter a confiança do usuário “on-line”, as empresas tradicionais no mercado e com marcas já estabelecidas são as que possuem maior possibilidade de sucesso no meio virtual. Assim, a Confiabilidade também está diretamente ligada à marca do Positivo como Sistema Educacional.

3.2.4.4 Atualização

A Atualização é o atributo caracterizado pela agilidade que um site possui em se manter constantemente atualizado, seja em termos de informações – levando em conta os diferentes tipos de seções – ou de tecnologias.

A Internet, pela agilidade com que possibilita as interações, possui como característica forte a atualização e o site na Internet que não esteja atualizado em termos de uso de tecnologias – linguagens e recursos técnicos – ou de conteúdo tende a não motivar seu uso.

3.2.4.5. Atualidade

A Atualidade é a capacidade que um site possui em manter atuais as informações disponibilizadas, de acordo com a realidade dos acontecimentos mundiais, um importante fator de motivação para uso constante. Integrado ao conteúdo que apresenta, o site deve manter a atualidade de suas informações, permitindo que os usuários possam realmente alcançar seus objetivos ao acessá-lo.

3.2.4.6 Variedade de serviços

O atributo “Variedade de Serviços” é entendido nessa pesquisa como a capacidade do site em oferecer exatamente aquilo que o usuário quer, com qualidade e agilidade. Isso porque a Internet é um veículo que permite às empresas estarem mais próximas de seus usuários e, por isso, elas precisam perceber as diferenças que a Internet possui em comparação a outros modos de

interação, para que seu relacionamento com o usuário não cause frustração. Com base nesse princípio, é fundamental para uma empresa, ao entrar na Internet, saber exatamente o que quer com o site que está oferecendo e a quem ele se dirige. É preciso definir as finalidades e objetivos do site (VENETIANER, 1999), para que a experiência do usuário seja positiva.

Assim, é preciso valorizar o tempo que o cliente tem disponível para navegar, oferecendo a ele exatamente o que ele quer, seja em termos de produtos, seja em termos de serviços. A empresa precisa lembrar-se de quem é o seu usuário (SEYBOLD, 2000) e quais são as relações que os mantêm. A experiência em um site exclusivamente de serviços, como é o caso do PE, precisa reforçar essa relação e oferecer sempre serviços que sejam úteis e necessários. Ser pró-ativo nesse sentido mantém o site vivo e constantemente utilizado, valorizando o relacionamento com o usuário.

Para poder avaliar o atributo “Variedade de Serviços” no PE, foram selecionados com base no *benchmarking* alguns dos principais serviços oferecidos pelos três *sites* analisados e colocados na pesquisa feita com os usuários do PE. São eles: professor on line; profissionais on line; e-mail; participação de articulistas; desenvolvimento de projetos; extratificação de conteúdos para os públicos-alvo; indicação de novos *sites* com classificação de conteúdo – quando do uso da ferramenta “pesquisa” –; boletim; comunicações de sala de aula; acompanhamento da vida escolar; facilidade, variedade e profundidade na ferramenta “pesquisa”; promoções; eventos de integração, discussão e promoção da Educação e desenvolvimento de projetos educacionais.

3.2.4.7 Personalização

O atributo Personalização é entendido nessa pesquisa como a capacidade que um site possui de falar diretamente e de forma personalizada com o seu usuário. Isso porque, a Internet permite a utilização de uma linguagem interativa com o usuário, personalizando a comunicação, ou seja, ela permite que a empresa “fale” com cada um de seus clientes, no caso, usuários, de forma única e

exclusiva. O marketing tradicional, falado para as massas, está cedendo espaço ao marketing um para um, pois permite às empresas ouvirem e oferecerem aos seus clientes produtos e serviços feitos sob medida. Segundo KOTLER (1998), a tomada de decisão do consumidor passa pelos estágios de consciência, conhecimento, simpatia, preferência, convicção e, então, o ato da compra. Ao falar diretamente ao cliente, de forma personalizada, esse processo de tomada de decisão pode ser apressado, pois o cliente torna-se mais receptivo à mensagem. Ao personalizar a comunicação (SEYBOLD, 2000), a empresa está consolidando o relacionamento com seu cliente, pois está mostrando que o conhece e sabe com quem está falando.

3.2.4.8 Interatividade

O atributo Interatividade é a capacidade que um site possui de oferecer ao usuário interação com outros usuários, com a empresa ou com o conteúdo disponibilizado no site (VENETANIER, 1999; TAPSCOT, 1999). A Internet é, por excelência, um canal interativo. Pelos recursos que oferece, é possível ao usuário realizar diversas interações que outras mídias e veículos não permitem, como é o caso da televisão. Na Internet, o usuário escolhe por onde quer navegar, com quem quer se relacionar, quais conteúdos quer ver. Todas as decisões são dele e, por isso, busca aqueles *sites* que conseguem dominar de forma mais expressiva as possibilidades de interatividade que a Internet disponibiliza. Em um Portal essa interatividade pode ocorrer por meio do uso do e-mail entre usuários, entre usuários e profissionais atuantes no Portal, nas salas de bate-papo e nas listas de discussão. No caso específico do PE podem ainda acontecer nos projetos educacionais on-line, no relacionamento com os professores que respondem aos questionamentos feitos na seção “Professor On-Line”, na comunicação entre escolas e usuários, na forma de apresentar o conteúdo, permitindo que o usuário/aluno interaja com o conteúdo utilizando recursos impossíveis de serem manipulados em um meio impresso, por exemplo.

3.2.4.9 Navegação

O atributo Navegação é o rumo dado ao usuário quando acessa o site, ou melhor, são os direcionamentos que vão permitir ao usuário utilizá-lo de forma ordenada sem se perder entre as páginas que o compõem. Saber se locomover dentro das diversas páginas de conteúdo oferecidas pelo site irá depender da estrutura definida para o ele. Para VENETANIER (1999), *“nem mesmo Ariadne conseguiria fazer um pobre cibernauta Teseu sair dos labirintos construídos por aí em muitos sites. Sua navegação é simplesmente desastrosa. São páginas e mais páginas interconectadas por hiperlinks ilógicos, frames que amarram o navegante, terminando em becos sem saídas”*.

NIELSEN (1999) afirma que a *web* é um sistema de navegação, com uso básico de clicks em *link* de hipertextos para se mover em um enorme espaço de informações, de milhares de páginas. Por isso, é importante criar uma estrutura de navegação que permita ao usuário locomover-se com facilidade, sem se perder e, principalmente, sabendo onde está e como pode voltar ou acessar outras informações a partir do ponto de origem. A interface de navegação criada pelo site precisa responder a três perguntas (NIELSEN, 1999) básicas dos usuários: Onde eu estou? Por onde eu estive? Para onde posso ir? Serão testados como itens importantes para um processo de navegação: facilidade para encontrar conteúdos, botões e *link* que demonstram sua finalidade, barras de navegação visíveis e informações dispostas de forma organizada e de fácil compreensão.

3.2.4.10 Conteúdo

Conteúdo é um dos principais atributos de um site, pois é por meio dele que o usuário pode mensurar os serviços e produtos que estão sendo disponibilizados. Portanto, conteúdo é tudo o que está contido no site em termos de informação. No caso de portais educacionais, como o PE, o conteúdo possui uma importância ainda maior, pois o que está sendo oferecido é justamente um serviço educacional baseado em conteúdos curriculares para dar suporte às atividades escolares formais. Para ELTZ (1994), *“o conteúdo é a base para o processo de comunicação*

ser eficaz. Se ele não estiver adequado, dificilmente a comunicação se completará. É preciso consistência no conteúdo, conhecimento e habilidade para correlacionar informações, bem como sintonia de interesse entre as partes". Para que esse atributo possa ser analisado em profundidade, são pesquisados os itens: variedade de conteúdo, profundidade de conteúdo e conteúdo de interesse do público a que se destina.

3.2.4.11 "Design"

A Internet é, primeiramente, uma interface visual (RAJANI E ROSENBERG, 1999). Por esse motivo, a primeira impressão causada no usuário ao acessar o site é fundamental para prender sua atenção e motivá-lo para a continuidade da navegação. Assim, o atributo "design" está relacionado aos recursos gráficos utilizados pelos profissionais que desenvolvem um site e que assume um importante papel no processo de motivação de seu uso. Entre esses recursos gráficos utilizados nessa pesquisa para analisar o caso do uso do PE, estão: uso de fontes adequadas para leitura, uso de cores para a navegação, ícones para identificação de conteúdo, utilização de recursos gráficos que facilitem a navegação, conjunto gráfico de acordo com o conteúdo (NIELSEN, 1999; black, 1997).

Com a definição dos atributos, feita por meio da revisão da literatura e do uso do *benchmarking*, foi possível orientar a continuidade da pesquisa, feita com um grupo de usuários do PE, por meio de um instrumento de pesquisa. A seguir, é explicada a metodologia utilizada e apresentados os resultados obtidos.

4 METODOLOGIA

A presente pesquisa envolveu o estudo do Portal Educacional – PE – desenvolvido pela Positivo Informática. Segundo YIN (1990) o estudo de caso é adequado para a condução de pesquisa que pretende descrever ou explicar intervenções, como as que foram feitas para se chegar aos resultados dessa pesquisa.

Trata-se, portanto, de um estudo feito no PE que se deteve no exame dos fenômenos que envolvem a utilização do portal por usuários-alunos das escolas próprias do Sistema Positivo de Ensino. Ainda, este estudo torna-se adequado por ser feito um estudo exploratório de assunto pouco referenciado e que precisa ser analisado em seu ambiente de ocorrência. É também de natureza exploratória, pois tem como característica a flexibilidade e a engenhosidade na investigação e considera a relação entre análise do comportamento e do sentido (BRYMAN, 1995).

Para melhor compreender e estudar essa realidade, a pesquisa passou por várias fases e utilizou diferentes métodos, explicados a seguir.

4.1. Fases da pesquisa

A presente pesquisa foi desenvolvida seguindo a ordem das seguintes fases:

- a) Fase de Levantamento e Revisão: levantamento dos dados secundários e revisão da literatura;
 - . atividades realizadas: pesquisa e seleção de material;
 - . finalidade dessas atividades: subsidiar a pesquisa de campo;
 - . resultados – Capítulo 3

b) Fase de contato com profissionais conceptores do PE: entrevistas informais com profissionais atuantes no desenvolvimento do PE;

. atividades realizadas: definição de roteiro para entrevista, entrevistas e discussão com os profissionais do PE;

. finalidade dessas atividades: levantar dados primários para acrescentar à revisão de literatura, com o objetivo de fundamentar o instrumento de pesquisa aplicado aos alunos usuários; e dados para fundamentar a pesquisa;

. resultados – Capítulo 5, item 5.1 e Anexo 2.

c) Fase de *Benchmarking* de Portais Educacionais: estruturação e aplicação do instrumento de *benchmarking* para análise de portais, verificação da veracidade dos atributos selecionados na revisão de literatura e nas entrevistas informais com os profissionais do PE e complementação de itens dos atributos selecionados;

. atividades realizadas: visita aos portais educacionais selecionados, prévia análise dos portais e dos dados levantados na revisão de literatura – Capítulo 3, item 3.2.4, estruturação do instrumento de *benchmarking*, aplicação do instrumento nos portais selecionados e análise dos dados obtidos;

. finalidade dessas atividades: coletar dados primários para servirem como fontes a serem cruzadas com os dados das entrevistas e com o instrumento de pesquisa;

. resultados – Capítulo 5, item 5.2 e Anexo 3.

d) Fase de Estruturação do Instrumento de Pesquisa: estruturação do instrumento de pesquisa aplicado ao grupo de usuários do PE;

. atividades realizadas: análise dos dados secundários levantados na revisão de literatura, cruzados com os dados coletados nas entrevistas informais e na aplicação do instrumento de *benchmarking*, para estruturação do instrumento de pesquisa;

. finalidade dessas atividades: estrutura do instrumento de pesquisa para coletar dados junto aos usuários alunos do PE;

. resultados – Capítulo 3, item 3.2.4, Anexo 4.

e) Fase de Pré-Teste: aplicação do pré-teste do instrumento de pesquisa;

. atividades realizadas: escolha de um aluno usuário do PE com idade intermediária entre as idades definidas como interessantes para responder à pesquisa e aplicação da mesma;

. finalidade dessas atividades: verificação da compreensão do instrumento de pesquisa por aluno usuário pré-selecionado e ajustes necessários para a fase de aplicação definitiva;

. resultados – Capítulo 5, item 5.3.

f) Fase de Pesquisa de Campo: aplicação definitiva do instrumento de pesquisa no grupo de usuários do PE e análise dos resultados;

. atividades realizadas: aplicação do instrumento definitivo de pesquisa, tabulação e análise dos dados;

. finalidade dessas atividades: coletar os dados com a pesquisa de campo para, junto com os dados secundários, proceder às análises e conclusões;

. resultados – Capítulo 5, item 5.3 e Anexo 4.

Quadro 2: Fases da pesquisa

Atividade	Propriedade	Recurso
Fase de Levantamento e Revisão	Busca por literaturas adequadas ao desenvolvimento do tema-problema	Literatura científica
Fase de Contato com Profissionais Conceptores do PE	Realização de entrevistas informais	Entrevistas
Fase de <i>Benchmarking</i> de Portais Educacionais	Utilização da ferramenta de <i>benchmarking</i> no PE e em dois outros portais educacionais	<i>Sites</i> (Internet)
Fase de Estruturação do Instrumento de Pesquisa	Desenvolvimento do instrumento de pesquisa a ser aplicado aos alunos usuários	Dados secundários: <ul style="list-style-type: none"> . literatura . entrevistas . <i>benchmarking</i>
Fase de Pré-Teste	Aplicação do instrumento de pesquisa	Pré-Teste
Fase de Pesquisa de Campo	Aplicação definitiva do instrumento de pesquisa, tratamento e análise dos dados coletados com o instrumento de pesquisa	Pesquisa estruturada, Questionário Software (Excell)

4.1.1 Fase inicial

A definição do tema-problema foi o ponto de partida para todo o desenvolvimento subsequente da dissertação. A partir dele foi realizado o levantamento dos dados secundários, que passaram a dar subsídio e profundidade ao tema, exposto no capítulo 3 – REVISÃO DA LITERATURA –, e à busca por dados junto aos especialistas que atuam diretamente na confecção do PE – foco desse estudo – e que auxiliaram no direcionamento sobre quais atributos são especialmente importantes para serem levados em conta na hora de se construir um portal – nesse caso um portal educacional – para motivar o uso por parte de usuários – no caso, alunos. A escolha pelo levantamento de dados junto aos profissionais que atuam no PE foi feita por serem especialistas envolvidos diretamente com a Internet e por produzirem material que é utilizado diariamente pelo usuário focado nessa pesquisa. O conhecimento desses especialistas permitiu a complementação dos dados levantados na revisão da literatura e na escolha dos atributos que motivam visitas ao PE. Esses atributos foram utilizados para construir um instrumento de pesquisa destinado a coletar a impressão dos usuários escolhidos para respondê-la, sendo, junto ao material colhido com os especialistas internos e o resultado do *benchmarking*, as informações de análise para a conclusão da pesquisa.

As entrevistas com os especialistas internos, ao todo seis profissionais que atuam ou atuavam no PE, foram feitas em encontros informais, sem o uso de um instrumento estruturado para coleta de dados. As entrevistas foram gravadas, para que as impressões dos especialistas internos fossem usadas em sua concepção original, garantindo a fidelidade das informações. Esses encontros – com profissionais das áreas comercial, administrativa, de produção e desenvolvimento do PE – foram realizados ainda no primeiro semestre de 2000, com o objetivo de melhor conhecer o PE e saber como ele é estruturado e produzido para ser visitado pelos usuários. Nesses encontros, realizados no ambiente de trabalho dos especialistas, a investigadora buscou saber dos profissionais qual era o direcionamento para a produção do PE, sendo que os questionamentos feitos eram condizentes às áreas de atuação dos especialistas mencionados –

comercial, administrativa, de produção e desenvolvimento. Dessa forma, cada entrevista foi direcionada pela investigadora para que o especialista oferecesse conteúdo para complementar os dados levantados na revisão de literatura e que auxiliaram na confecção do instrumento de *benchmarking* e de pesquisa.

Com os dados fornecidos pelos especialistas internos do PE foi feita a complementação com os já levantados na revisão da literatura, que permitiram a estruturação do instrumento de *benchmarking*. Segundo MARTINS E LAUGENI (1998), o *benchmarking* é um processo que avalia os produtos da empresa diante dos líderes de mercado. Usado inicialmente no processo de produção, a técnica de *benchmarking* passou a fazer parte de outros setores da empresa, principalmente marketing, por possibilitar a avaliação não só de produtos, mas também de serviços, buscando comparar o que a empresa oferece ao mercado com os concorrentes diretos e mesmo indiretos. Para SLACK et al. (1996), a principal função do uso da técnica de *benchmarking* é incentivar a criatividade e proporcionar um estímulo que possibilite aos setores da empresa que fazem uso da técnica, utilizarem os dados coletados para melhor atenderem às necessidades de seus consumidores. Por isso, o *benchmarking* pode ser usado para comparar a empresa com seus concorrentes diretos e indiretos, assim como aplicá-lo dentro da própria empresa. No caso dessa pesquisa, o uso da técnica de *benchmarking* antes do desenvolvimento e aplicação do instrumento de pesquisa propriamente dito aos usuários/alunos foi feito com o objetivo de verificar se os atributos de motivação já selecionados – com base na revisão de literatura e nas entrevistas com os especialistas internos – apresentavam-se no PE e nos dois principais concorrentes e como eles estavam sendo utilizados pelos três portais educacionais selecionados – em grau de intensidade para a motivação de uso por parte dos usuários. Também, para verificar se existiam outros atributos que não estavam sendo contemplados ou complementar os já selecionados.

4.1.2 Fase de desenvolvimento

Para aplicação do instrumento de *benchmarking*, conforme anexo 3, foram escolhidos, além do PE, dois concorrentes diretos: os portais **KlickEducação** e o [Escol@24horas](#) . Esses portais são reconhecidos pela equipe de especialistas internos como os portais educacionais que atuam na mesma linha do PE e que competem pelos mesmos usuários, ofertando serviços muito parecidos às escolas – sendo elas as responsáveis em colocar à disposição os portais como ferramenta pedagógica à comunidade escolar. A construção do instrumento de *benchmarking* foi baseado no conteúdo levantado na revisão da literatura e nas informações colhidas nas entrevistas, que permitiram selecionar os atributos.

Por meio do *benchmarking*, foi possível verificar se os atributos escolhidos para fazerem parte dessa ferramenta estavam adequados à realidade e se existiam atributos que não estavam sendo contemplados. Para fazer essa verificação, a investigadora aplicou o instrumento de pesquisa em três acessos distintos a cada um dos *sites*. Para acessar certas partes desses *sites* foi preciso recorrer a senhas, fornecidas pelos mesmos por tempo determinado e com o único objetivo de análise dos serviços oferecidos. Esses acessos foram feitos em diferentes horários e dias da semana, para que se pudesse analisar certos atributos, como o de “Acessibilidade”.

Com os dados do instrumento de *benchmarking* colhidos e integrados aos demais, passou-se à fase de construção do instrumento de pesquisa a ser aplicado na amostra de usuários/alunos do PE. A construção desse instrumento foi feito com o objetivo de verificar de que maneira os atributos selecionados como importantes para o processo de motivação de uso de um portal educacional eram analisados pelos usuários/alunos em relação ao PE. Ainda, o instrumento de pesquisa foi desenvolvido utilizando-se apenas perguntas fechadas, com dois formatos de respostas: aquelas que utilizam as possibilidades “sim” ou “não”, permitindo apenas uma alternativa de resposta possível, e aquelas que utilizam a Escala de Likert, com possibilidades que vão do “muito bom” ao “muito ruim”. A Escala de Likert (SAMARA e BARROS, 1997) foi usada por possibilitar ao respondente indicar o grau de concordância ou discordância, de acordo com as

variáveis e atitudes relacionadas ao objeto, tendo sempre um ponto de equilíbrio. A opção por perguntas fechadas foi feita para possibilitar melhor análise das respostas oferecidas pelos usuários/alunos, devido existir uma certa dificuldade em obterem respostas a perguntas abertas de respondentes na faixa etária utilizada na amostra – alunos de Ensino Fundamental e Médio, de 12 a 16 anos – sem que um aplicador acompanhe a pesquisa e esteja disponível para solucionar dúvidas quanto às perguntas ou mesmo estimular a resposta. A primeira versão do instrumento de pesquisa foi aplicado a um aluno do Ensino Fundamental do Positivo (6ª série), para que a investigadora tivesse a certeza do entendimento do instrumento pelos usuários/alunos. Esse pré-teste teve por objetivo específico verificar a compreensão da linguagem utilizada na abordagem das questões, pelos mesmos motivos aplicados à escolha das perguntas fechadas: instrumento respondido por alunos do Ensino Fundamental e Médio, sem o auxílio de um aplicador. Esse pré-teste obteve sucesso, visto que o instrumento de pesquisa foi respondido pelo usuário/aluno sem qualquer tipo de dúvida em relação às questões apresentadas.

Com o resultado positivo desse pré-teste, foi possível dar início à aplicação do instrumento de pesquisa na amostra selecionada para fazer parte da pesquisa. Foram selecionados para a aplicação do instrumento de pesquisa – perguntas fechadas – 30 usuários do PE, todos alunos do Colégios Positivo Júnior, Colégio Positivo Jardim Ambiental e do Colégio Positivo. A amostra foi dividida conforme o quadro seguinte:

Quadro 3: Distribuição da amostra de usuários/alunos respondentes do questionário de pesquisa

Escola	Ensino Fundamental		Ensino Médio	
	6ª série	7ª série	1ª série	2ª série
Colégio Positivo Júnior e Colégio Positivo Jardim Ambiental	4	11		
Colégio Positivo e Colégio Positivo Jardim Ambiental			2	11

Foi feita a escolha pela Amostra Não-Probabilística por Conveniência – 30 alunos – pelos seguintes critérios: a) variação constante da população do PE; b) impossibilidade da investigadora de enviar o instrumento de pesquisa para uma amostra maior – com base em estudo estatístico para definição de amostra representativa da população dos usuários/alunos integrantes das mais de 100 escolas já usuárias do PE em todo o Brasil – por motivos de custo; c) impossibilidade da investigadora em treinar aplicadores ou mesmo professores das escolas usuárias do PE em todo o Brasil para condução do processo de aplicação do instrumento de pesquisa por questões de custo e de locomoção para outras cidades do País, conforme idéia inicial da pesquisa ; d) possibilidade de utilização das escolas próprias do Sistema Positivo de Ensino, situadas em Curitiba, cidade na qual reside a investigadora; e) possibilidade de escolha de usuários/alunos dessas escolas que sabidamente fazem uso freqüente do PE, ou seja, alunos que são comprovadamente usuários dos serviços ofertados pelo PE. Este último critério foi o mais importante e decisivo para a escolha da amostra de 30 usuários/alunos. Assim, a amostra utilizada seguiu os critérios de conveniência da investigadora (SAMARA e BARROS, 1997). Das 30 pesquisas aplicadas aos usuários do PE, 28 retornaram para tabulação e análise – sendo 15 do Ensino Fundamental e 13 do Ensino Médio. É um retorno positivo, pois os usuários selecionados, apesar de reconhecidamente utilizarem o PE em sua rotina escolar, não possuíam nenhum vínculo com a investigadora nem obrigação em devolver as pesquisas, principalmente por terem sido levadas para casa, com um prazo de 48 horas para seu retorno à própria escola.

A aplicação do instrumento de pesquisa foi executado pela investigadora em dois momentos: o primeiro, reuniu-se os usuários/alunos do Ensino Fundamental do Colégio Positivo Júnior e Colégio Positivo Jardim Ambiental, para solicitar a participação deles na pesquisa, explicar os motivos por que ela estava sendo realizada e expor o instrumento de pesquisa para primeira avaliação e análise, a fim de solucionar possíveis dúvidas. O segundo, realizado da mesma forma que o primeiro, porém com os alunos do Ensino Médio do Colégio Positivo e Colégio Positivo Jardim Ambiental. Foi estipulado o prazo de três dias para retorno

dos instrumentos de pesquisa à escola, quando a investigadora retornou para recolhê-los e prestar algum auxílio para respostas às perguntas que não haviam ficado claras. Nesse retorno, não houve nenhum caso de não entendimento do instrumento de pesquisa ou de alguma pergunta específica não compreendida pelos usuários/alunos. Da amostra inicial definida, apenas dois instrumentos de pesquisa não foram respondidos, limitando a amostra a 28 usuários/alunos, como demonstrado no Quadro 5. O retorno obtido é uma primeira demonstração da motivação desses usuários/alunos pelo uso do PE.

4.1.3 Fase final

Envolveu o processo de análise dos resultados do instrumento de pesquisa. Após tabuladas as pesquisas e analisados os dados – apresentados no tópico ANÁLISE DOS RESULTADOS – foi realizada a conclusão – constante no tópico CONCLUSÕES – , como fechamento de todo o trabalho realizado nesta pesquisa.

5 ANÁLISE DOS RESULTADOS

5.1 Análise das entrevistas

As entrevistas (ver Anexo 2) abordaram as principais áreas de desenvolvimento do PE, bem como as áreas de interesse da própria pesquisa – multimídia educacional, design, conteúdo, autoria, administração e contato com as escolas usuárias do PE. Essas áreas de desenvolvimento foram relacionadas com os dados levantados na revisão da literatura, que apresenta – principalmente no item que se refere aos “Atributos de Motivação” – itens importantes para o desenvolvimento de um site – no caso portal educacional – e constante motivação no uso do mesmo.

Os entrevistados afirmaram que itens como “conteúdo”, “recursos multimídia”, “atualidade” precisam estar integrados para promover um site interessante, que desperte o interesse do usuário e faça com que ele recorra constantemente ao endereço na Internet para solucionar suas necessidades. Cada entrevistado colocou como importantes certos itens que, ao serem cruzados com os dados levantados na revisão de literatura, proporcionaram recursos para a produção dos instrumentos de *benchmarking* e de pesquisa. Esses itens podem ser observados no quadro seguinte:

Quadro 4: Quadro resumo das principais contribuições dos especialistas internos

Area dos Especialistas	Atributos Identificados	Contexto
Multimídia educacional	<ul style="list-style-type: none"> • Interatividade • Navegação • Design 	<p><i>“... na Internet, onde utilizamos recursos multimídia – uso de som, cores, movimentos, textos e outros recursos ao mesmo tempo – possibilitamos ao professor e ao aluno uma ferramenta dinâmica e interativa.”</i></p> <p><i>“... é preciso levar em conta o equilíbrio entre som, cores, textos, movimentos e demais recursos.”</i></p> <p><i>“... é preciso primeiro pensar qual a melhor tecnologia a ser empregada.”</i></p>
Design	<ul style="list-style-type: none"> • Interatividade • Navegação • Design 	<p><i>“Pela interatividade que ela possibilita entre o usuário e o site, o design precisa ser pensado levando em conta como aquele usuário irá navegar pela página, como ele irá procurar a informação que ele deseja, ao entrar naquele site. Assim, o design do site precisa levar em conta a praticidade de se buscar a informação, tornando aquela interatividade entre usuário e site amigável e motivadora.”</i></p> <p><i>“Levamos muito em conta a questão das cores, dos recursos de movimento, do som, do desenho propriamente dito, do tamanho da fonte utilizada nos textos, na disposição dos textos pelas páginas para facilitar a leitura, a localização das barras de navegação. Enfim, considerou-se uma gama de recursos integrados que produzem um todo agradável na visualização.”</i></p>
Conteúdo	<ul style="list-style-type: none"> • Atualização • Atualidade • Conteúdo • Design 	<p><i>“Primeiro, por sermos um portal educacional, nosso conteúdo deve estar adequado e correto. Não pode haver erros de conteúdo quando se fala em educação.”</i></p> <p><i>“... o Educacional possui muitas outras seções, todas relacionadas à Educação, as quais precisam utilizar uma linguagem própria de Internet. Se os textos precisam ser longos, eles terão pausas, subtítulos, parágrafos mais curtos, hiperlinks, enfim, recursos que facilitem o entendimento e a leitura. Além disso, precisamos adequar os conteúdos às partes corretas do site, próprias para cada usuário que irá acessá-la. Como abrangemos um público variado, nossa linguagem também é própria</i></p>

		<p><i>para cada uma dessas partes.”</i></p> <p><i>“... pensamos no conteúdo como a chave motivadora para o contínuo acesso.”</i></p>
Autoria	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidade • Interatividade • Atualidade • Conteúdo 	<p><i>“O que é diferente é a forma de apresentar esse conteúdo...”</i></p> <p><i>“O que precisa ser levado em conta é não extrapolar no uso de recursos para não sobrecarregar o conteúdo e tirar a finalidade do material, que é de ser uma ferramenta pedagógica para uso de professores e alunos para aprofundamento dos conteúdos.”</i></p>
Administrativo	<ul style="list-style-type: none"> • Conveniência • Acessibilidade • Confiabilidade • Atualização • Atualidade • Variedade de serviços • Personalização • Interatividade • Navegação • Conteúdo • Design 	<p><i>“Procuramos formar uma equipe formada por profissionais de diversas áreas com conhecimento profundo em cada uma delas: designers, autores, especialistas em educação e em multimídia, programadores, jornalistas e tantos outros.”</i></p> <p><i>“Os profissionais que atuam no Portal Educacional possuem ampla experiência em suas áreas, muitos já direcionados para a área de tecnologia, porém, sempre com uma visão voltada para a educação.”</i></p>
Atendimento às escolas usuárias	<ul style="list-style-type: none"> • Confiabilidade • Atualização • Variedade de serviços • Personalização • Interatividade • Conteúdo • Design 	<p><i>“As escolas gostam muito dos projetos apresentados para desenvolvimento em sala de aula, da possibilidade que os alunos têm de consultar o Professor on-line, como também a ferramenta de Pesquisa e do Boletim.”</i></p> <p><i>“Se existissem problemas na apresentação do Portal na questão de design ou qualquer outra coisa, tenho certeza de que elas iriam citar como desfavorável para a compra.”</i></p>

A Internet, por unir recursos multimídia, como som, imagem, movimento, e permitir a troca entre usuários, é uma mídia interativa por natureza. TAPSCOTT (1999) e VENETANIER (1999) afirmam que essa natureza da Internet é um importante fator para despertar o interesse do homem, tornando-o usuário dos recursos disponibilizados por essa mídia. Nas entrevistas realizadas com os especialistas do PE, o atributo “Interatividade” está presente em todos os depoimentos, mesmo sendo os entrevistados profissionais que atuam em áreas diferentes no PE. O que permite, nesse caso, afirmar que, para o PE, o atributo “Interatividade” é fator fundamental para o desenvolvimento do site, integrando todas as áreas de atuação.

Outro fator de destaque nas entrevistas é o atributo “Design” citado por cinco dos seis entrevistados como importante no momento de desenvolvimento do site. Para os profissionais das áreas de “Multimídia Educacional”, “Conteúdo”, “Administrativo” e “Atendimento às escolas usuárias”, além da própria área de “Design”, a forma de apresentação do PE ao público usuário é um importante fator motivador e, por isso, de grande relevância no momento de sua estruturação. “Interatividade” e “Design” juntos, segundo a opinião dos especialistas, formam a base de desenvolvimento de todo o site e orientam o trabalho da equipe interna do PE. Ainda, pela análise das entrevistas, integrado a esses dois atributos, está o do “Conteúdo”, indicado como fator de sustentação do site, por oferecer soluções às necessidades dos usuários. Assim, após estruturado em sua forma e recursos de interatividade, o conteúdo é o fator que agrega o valor significativo para sustentar o site perante seus usuários.

Agregados a esses atributos principais, estão os demais que são de relevância para áreas específicas de desenvolvimento do PE e, no todo, formam o site que é oferecido às escolas, pais, professores e alunos. Cada entrevistado, em análise específica de sua área, prioriza alguns dos demais atributos e confirma a relevância dos que são selecionados como importantes na motivação do uso de um portal educacional.

5.2 Análise do *benchmarking*

Com os dados levantados na literatura e com as entrevistas realizadas com os especialistas internos do PE, foi possível construir o instrumento para aplicação da técnica de *benchmarking*. Por meio dela analisou-se o PE e seus dois concorrentes diretos no ambiente Internet e verificado se os atributos especificados como favoráveis à motivação de uso realmente se faziam presentes.

A grande maioria dos itens selecionados no capítulo 3º, tópico 3.2.4 – “Atributos de motivação” – foi verificada nos três *sites* analisados, como pode ser observado no quadro seguinte. Por ser a técnica de *benchmarking* própria para análise do cenário de concorrência, foi possível verificar na construção e aplicação desse instrumento que o PE oferece praticamente o mesmo perfil de seus principais concorrentes, com pequenas variações. Aqueles itens não encontrados em alguns dos portais são diferenciais que cada portal apresenta sobre seu concorrente.

O principal diferencial, e que serve como argumento para apresentação do PE às escolas privadas do País para que se tornem integrantes, é ser o PE um portal feito por uma instituição de ensino, no caso, o Sistema Positivo de Ensino. No caso, esse diferencial se refere ao atributo “Confiabilidade – Ser um portal de um sistema educacional”. Esse atributo, avaliado como importante pelos usuários do PE, traz como valor agregado o *know how* de uma equipe que vivencia educação em sala de aula e transporta para a Internet os conhecimentos e necessidades verificados no ambiente escolar. A argumentação usada junto às futuras escolas usuárias é que, sendo feito por uma instituição de ensino, todo o conteúdo apresentado está respaldado em pesquisas profundas na área de educação e são colocadas em prática nas escolas próprias desse sistema educacional. Este argumento não pode ser utilizado pelos concorrentes analisados.

Quadro 5: Análise de *benchmarking* dos portais educacionais

Atributo	Portal Educacional www.educacional.com.br	Escol@24Horas www.escola24horas.com.br	Klick Educação www.klick.com.br
1. Conveniência	Sim	Sim	Sim
2. Acessibilidade	Sim	Sim	Sim
3. Confiabilidade	Sim	Não	Não
Ser um Portal de um sistema educacional	Sim	Não	Não
4. Atualização	Sim	Sim	Sim
5. Atualidade	Sim	Sim	Sim
6. Variedade de serviços	Sim	Sim	Sim
Professor on-line	Sim	Sim	Sim
Profissionais on-line	Não	Não	Sim
E-mail	Sim	Sim	Sim
Participação de articulistas	Sim	Sim	Sim
Desenvolvimento de projetos	Sim	Sim	Sim
Extratificação de conteúdos para públicos-alvo	Sim	Sim	Sim
Indicação de novos <i>sites</i> com classificação de conteúdo	Sim	Indicação sim, classificação não	Impossível avaliar
Boletim	Sim	Sim	Sim
Comunicações de sala de aula	Sim	Sim	Sim
Acompanhamento da vida escolar	Sim	Sim	Sim
Facilidade, variedade e profundidade na ferramenta de pesquisa	Sim	Não	Impossível avaliar
Promoções	Não	Não	Sim
Eventos de integração, discussão e promoção da Educação	Sim	Sim	Sim
Desenvolvimento de projetos educacionais	Sim	Sim	Sim
7. Personalização	Sim	Sim	Sim
8. Interatividade	Sim	Sim	Sim
9. Navegação			
Facilidade para encontrar conteúdos	Sim	Não	Não
Botões e <i>link</i> que demonstram sua finalidade	Sim	Não	Sim
Barras de navegação visíveis	Sim	Sim	Sim
Informações dispostas de forma organizada e de fácil compreensão	Sim	Sim	Não
10. Conteúdo			
Variedade de conteúdo	Sim	Sim	Sim
Profundidade do conteúdo	Sim	Não	Sim
Conteúdo de interesse do público	Sim	Sim	Sim

11. Design			
Uso de fontes adequadas para leitura	Sim	Sim	Sim
Uso de cores agradáveis para navegação	Sim	Não	Não
Ícones de identificação de conteúdo	Sim	Sim	Não
Lay out agradável	Sim	Não	Não
Conjunto gráfico agradável	Sim	Não	Não
Conjunto gráfico de acordo com o conteúdo	Sim	Sim	Não

A seguir são analisados os atributos conforme os resultados encontrados no *benchmarking* realizado nos portais educacionais selecionados.

1. Conveniência

O atributo é inerente à Internet, devido sua disponibilidade para qualquer usuário que tenha acesso a um computador conectado à rede mundial de computadores. Assim, o atributo “Conveniência” foi verificado nos três portais educacionais, pois eles existem apenas para estarem na Internet, já que são um produto específico para o meio.

2. Acessibilidade

Ao definir que o acesso aos *sites* analisados pelo *benchmarking* seria feito em três momentos distintos, o objetivo era de verificar se os mesmos poderiam ser acessíveis aos usuários, independente do dia ou do horário. Em todos os momentos os *sites* foram acessados com facilidade, não apresentando nenhum tipo de dificuldade à investigadora. Para fins dessa pesquisa, o atributo “Acessibilidade” foi analisado como satisfatório, facilitando o acesso do usuário às informações e serviços que deseja.

3. Confiabilidade

O atributo “Confiabilidade” está associado à confiança que o usuário possui nas informações e serviços disponibilizados para ele, no caso dessa pesquisa, via Internet. Para os portais educacionais, a oferta dessas informações e serviços está relacionada, também, ao trabalho que é desenvolvido em termos

de *know how* na área de educação. No caso dos concorrentes do PE – Klickeducação e [Escol@24horas](#) – são portais que não possuem nenhum vínculo com a educação em sala de aula, pois não fazem parte de um sistema educacional ou não desenvolvem ações educacionais relacionadas à sala de aula. São serviços existentes apenas no meio virtual, sem estarem ligados a um trabalho educacional mais profundo. Por esse motivo, os dois concorrentes do PE analisados pelo *benchmarking* não possuem o atributo “Confiabilidade”.

4. Atualização

Pelo perfil da Internet, de ser um meio ágil e de acesso contínuo, o atributo “Atualização” é um fator de relevância no momento de motivar os usuários. Pela análise realizada, os *sites* apresentaram constantes atualizações, principalmente nas seções relacionadas a notícias sobre educação e artigos. Também as home pages dos portais são espaços de divulgação dos conteúdos e apresentaram, nos acessos realizados, novidades para atrair os usuários, além das atualizações nas diversas seções do site.

5. Atualidade

O atributo “Atualidade” foi analisado dentro das premissas de assuntos atuais apresentados aos usuários. Sendo portais relacionados à educação, os conteúdos, principalmente nas seções de notícias, reportagens, artigos e mesmo de conteúdos programáticos, deveriam fazer relações com acontecimentos do dia-a-dia, o que foi comprovado, por exemplo, com o simulador de gasto de energia elétrica disponibilizado pelo PE (relacionado ao racionamento da mesma); pela cobertura feita pelo Klickeducação sobre os atentados terroristas aos EUA e a explicação sobre as questões políticas que envolviam o tema; e a discussão no [Escol@a24horas](#) sobre as táticas e estratégias que geraram a crise na Seleção Brasileira, na campanha rumo à Copa do Mundo. Dessa forma, o atributo “Atualidade” pode ser comprovado nos portais.

6. Variedade de Serviços

No atributo “Variedade de Serviços”, o *benchmarking* auxiliou na seleção dos principais serviços ofertados pelos portais aos seus usuários e na avaliação desses serviços. Ao analisar cada um dos portais, foram verificadas algumas diferenças entre os três *sites* e que fazem diferença ao usuário. No serviço dos “Profissionais on line” apenas o site Klickeeducação os possui. No serviço “Indicação de novos *sites* com classificação de conteúdo”, apenas o Educacional demonstrou ter esse diferencial, já que o Klickeeducação não permitia acesso a essa parte do site. O mesmo acontecia no serviço “Facilidade, variedade e profundidade na ferramenta de pesquisa”. E o serviço “Promoção” não existe no Educacional, mas faz-se presente em seus concorrentes.

7. Personalização

Os três *sites* demonstraram tratar de forma personalizada seu usuário, ou seja, ao acessar as partes restritas a cada um deles, o usuário é tratado pelo nome e reconhecido pelo site. Porém, não foi possível avaliar de maneira mais profunda se trabalham de outras formas essa personalização, como, por exemplo, enviar informações que estejam de acordo com o perfil do usuário, com sua idade ou preferências, por exemplo.

8. Interatividade

A interatividade é fundamental na Internet e os três *sites* demonstraram saber usar os recursos para estimular seu usuário. Principalmente nas questões referentes à apresentação de conteúdos didáticos, como exemplos de exercícios de física ou química.

9. Navegação

Nesse atributo também os *sites* demonstraram variações que favorecem o Educacional, como nos itens “Facilidade para encontrar conteúdos” e “Botões e *link* que demonstram sua finalidade”. Apenas o Educacional demonstrou ter essas facilidades na navegação.

10. Conteúdo

Na análise, os três *sites* demonstraram propor conteúdos variados e de interesse do público a que se destinam. Apenas o Escol@24horas não apresentou profundidade nos conteúdos apresentados.

11. Design

No atributo Design, o Educacional novamente demonstrou estar melhor apresentado que seus concorrentes. Nos itens que compõem o atributo como “Uso de cores agradáveis para navegação”, “Lay out agradável” e “Conjunto gráfico agradável”, apenas o Educacional os apresentou. Seus concorrentes demonstraram não saber fazer uso adequado desse importante atributo que favorece a motivação de uso.

O *benchmarking* foi um importante recurso para visualizar como o PE está diante dos seus concorrentes, permitindo uma ampla visão sobre os atributos selecionados como importantes no processo de motivação de uso, isto é, perante seus concorrentes, o PE está em equilíbrio na questão da oferta dos atributos selecionados como importantes para motivação de uso. Entre os 11 atributos – e seus subitens – pesquisados e selecionados como importantes para a motivação, o PE deixou de apresentar apenas dois deles: os serviços “Profissionais on-line” e “Promoções”. Sem dúvida, dois serviços importantes dentro do atributo “Variedade de Serviços” que, conforme os usuários/alunos pesquisados, gostariam de contar também com esses serviços no PE, principalmente o que se refere a “Promoções” para os usuários/alunos do Ensino Médio.

Apesar desses dois serviços não contemplados pelo PE, os demais atributos selecionados e pesquisados permitem-lhe ter vantagens sobre seus dois principais concorrentes – KlickEducação e [Escol@24Horas](#) – sendo que muitos desses atributos, após a análise das pesquisas feitas com os usuários/alunos do PE, são importantes no momento do uso e da escolha do portal a ser utilizado como ferramenta de apoio escolar. Sem dúvida, o diferencial apresentado pelo PE – ser um portal de um sistema educacional - faz diferença, comprovado pelo

retorno dado pelos usuários/alunos na pesquisa. Isso porque, esse é o atributo de “Confiabilidade” que, na Internet, revela-se como um dos atributos mais importantes. Lembrando o que KOTLER (1998) salientou sobre o comportamento complexo de compra, o consumidor, no caso o usuário/aluno, irá perceber mais facilmente as diferenças entre as marcas, porque existe um maior envolvimento na compra, que se refere a um serviço de alto valor, que é a Educação. Nesse caso, não existe a possibilidade de se correr riscos com a opção de uma recompra, já que o serviço refere-se à formação educacional de um indivíduo e o que for consumido possui efeitos importantes sobre essa formação. Assim, o atributo “Confiabilidade”, que nessa pesquisa está diretamente relacionada à ligação do PE a um sistema educacional, possui grande peso na análise feita pelo instrumento de *benchmarking* sobre a concorrência.

Com os resultados e cruzamento das informações da revisão de literatura, entrevistas e o *benchmarking*, foi possível definir com maior precisão o instrumento de pesquisa (vide Anexo nº 4), aplicado à amostra de 30 usuários do PE.

5.3 Análise dos dados obtidos pela aplicação do instrumento de pesquisa

Para que a aplicação do instrumento de pesquisa fosse feita aos alunos usuários da amostra definida e assim fossem obtidos os resultados referenciados abaixo, foi realizado um pré-teste do instrumento com um aluno da 6ª série do Colégio Positivo Júnior. O objetivo desse pré-teste foi verificar se tal aluno compreendia as questões propostas e, se não, que fosse possível, então, proceder às alterações para a aplicação definitiva. A aplicação do pré-teste aconteceu sem imprevisto, com a compreensão de todas as questões apresentadas pelo aluno usuário.

São apresentados, a seguir, os dados obtidos pela aplicação do instrumento de pesquisa. Obteve-se a resposta de 28, para um total de 30 instrumentos aplicados.

5.3.1 Sobre a Internet

A Internet está na casa dos usuários/alunos e faz parte de suas atividades semanais. Se não a acessam de casa, eles acessam-na da escola, mas nunca apenas desta. Sua frequência e seu uso variam entre os alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio. Os usuários/alunos do Ensino Fundamental acessam a Internet preferencialmente para realizar pesquisas para trabalhos escolares e o fazem mais de uma vez por semana; os usuários/alunos do Ensino Médio, no entanto, utilizam a Internet para entretenimento e para conversar com colegas, todos os dias da semana.

Quadro 6: Análise sobre a utilização da Internet

Sobre a Internet	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Você acessa a Internet?	Acesso da escola e de casa.	Acesso da escola e de casa.
Quando você navega na Internet?	Usuários menos frequentes. (+ de 1 vez por semana)	Usuários mais frequentes. (todos os dias)
Qual o uso mais freqüente que você faz da Internet?	Internet para suporte ao ensino.	Internet para interação com o grupo de amigos.

5.3.2 Sobre o Portal Educacional

Esta parte da pesquisa foi dividida em 14 tópicos, avaliando cada um dos atributos e sua importância para motivação no uso do PE.

5.3.2.1 Análise dos atributos “Conveniência”, “Acessibilidade”, “Confiabilidade”, “Atualização” e “Atualidade”

Todos os respondentes já haviam acessado o PE, porém, diferente do uso intenso que esses usuários/alunos fazem da Internet, o PE é acessado com menos frequência, ou seja, eventualmente, entre os endereços escolhidos. Entre os usuários/alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio, os do Ensino Fundamental acessam-no mais frequentemente, ou seja, pelo menos uma vez por semana.

Essa frequência nada tem a ver com a indisponibilidade do endereço na hora do acesso, já que 27 dos usuários/alunos respondentes afirmam que é importante o endereço do PE estar sempre disponível e 26 deles declararam que sempre que buscaram o endereço ele estava disponível. Assim, os atributos “Conveniência” e “Acessibilidade” foram avaliados positivamente no PE, como também os atributos “Confiabilidade” e “Atualização”, tendo em vista que 27 dos usuários/alunos afirmaram que confiam no que o PE oferece e acreditam nele por ser feito pelo Sistema Positivo de Ensino; além disso, 26 deles afirmaram que o PE apresenta atualizações constantes. O atributo “Atualidade”, no entanto, foi avaliado positivamente por 25 usuários/alunos respondentes que afirmaram ser atual o conteúdo apresentado pelo PE.

Com base nas respostas positivas aos itens 1 a 8 do instrumento de pesquisa dadas pelos usuários/alunos, confirma-se a importância de um portal educacional, no caso o PE, visto possuir esses atributos e oferecê-los aos seus usuários.

Quadro 7 – Análise sobre o uso do PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Você já acessou o Portal Educacional?	Unanimidade de acesso.	Unanimidade de acesso.
Com que frequência você acessa o Portal Educacional?	Acesso eventual para consulta.	Acesso eventual para consulta.
Você acha importante o Portal Educacional estar disponível todos os dias, a qualquer hora do dia, para suas consultas?	Disponibilidade aprovada por unanimidade.	Grande maioria aprova a disponibilidade.
O endereço do Portal Educacional está sempre acessível, disponível, no momento em que você deseja?	Acessibilidade aprovada pela maioria.	Acessibilidade aprovada pela maioria.
Você confia no que o Portal Educacional lhe oferece?	Unanimidade quanto à confiabilidade.	Grande maioria confia no PE.
Para você, é importante o Portal Educacional ser feito pelo Sistema Positivo de Ensino?	Confiabilidade é um atributo importante para o acesso.	Confiabilidade é um atributo importante para o acesso.
O Portal Educacional apresenta atualizações constantes em suas páginas?	Mais usuários visualizam as atualizações.	Menos usuários visualizam as atualizações.
Você acha que o conteúdo do Educacional é atual?	Mais usuários confirmam a atualidade do conteúdo.	Menos usuários confirmam a atualidade do conteúdo.

5.3.2.2 Análise do atributo “Variedade de Serviços”

Sobre o atributo “Variedade de Serviços”, constante do tópico 9 do instrumento de pesquisa, existem diferenças de avaliação feitas nos 13 subitem pelos usuários/alunos respondentes do Ensino Fundamental e os do Ensino Médio.

Para os alunos do Ensino Fundamental, que utilizam a Internet e conseqüentemente o PE com a finalidade de realizar “trabalhos escolares”, o subitem “Professor on-line” é um recurso aprovado e utilizado, agregando valor ao atributo como motivador de acesso e uso. Praticamente a mesma avaliação foi feita em relação ao subitem “Profissionais on-line”.

O “e-mail” foi um serviço avaliado no PE como “muito bom” por sete usuários alunos do Ensino Fundamental e “bom” por sete do Ensino Médio, e a maior motivação de uso da Internet pelos usuários/alunos do Ensino Médio é a possibilidade de “conversar com amigos”. Assim, o serviço “e-mail” do PE não parece motivá-los 100%, o que demonstra que o PE não utiliza esse serviço para conquistar definitivamente esse usuário em potencial. Uma outra importante informação é que três usuários/alunos do Ensino Fundamental e dois do Ensino Médio avaliaram o serviço como razoável e um do Ensino Médio como “muito ruim”, avaliações que não foram usadas para tópicos anteriores. Isso reforça a noção de que o serviço de “e-mail” não está recebendo a devida atenção do PE para tornar-se um importante atributo de motivação para o uso global de seus serviços.

Na continuidade, o subitem “Textos escritos por diversos profissionais” foi avaliado como “bom” pelos usuários/alunos de ambos os níveis e o “Projetos sobre assuntos diversos desenvolvidos no Portal Educacional” foi o subitem melhor avaliado pelos usuários/alunos do Ensino Fundamental, o que leva a uma importante informação sobre esses usuários/alunos: a adesão aos projetos desenvolvidos pelo PE e a estreita ligação com a utilização que os usuários/alunos do Ensino Fundamental fazem da Internet, que é o de “trabalhos escolares”. São

serviços que vão ao encontro das necessidades dos usuários e os deixam satisfeitos com o que encontram.

Com relação ao subitem “Entrevistas” apresentado pelo PE aos seus usuários, ele foi melhor avaliado pelos usuários/alunos do Ensino Fundamental do que pelos do Ensino Médio. Isso mostra que os assuntos ou mesmo os entrevistados disponibilizados pelo PE estão atendendo mais às necessidades dos alunos do Ensino Fundamental, quadro que se reverte no subitem “Conteúdo específico para cada série”. Esse subitem é melhor avaliado pelos usuários/alunos do Ensino Médio do que pelos do Ensino Fundamental, demonstrando que o conteúdo apresentado aos usuários do Ensino Médio estão recebendo mais atenção por parte do PE e deixando os usuários do Ensino Fundamental sem a mesma atenção, sendo esses usuários os que mais buscam na Internet o recurso para seus “trabalhos escolares” e não os do Ensino Médio.

A “Ferramenta de Pesquisa” disponibilizada pelo PE foi bem avaliada pelos usuários/alunos do Ensino Médio. Porém, a avaliação feita pelos usuários/alunos do Ensino Fundamental demonstra que esse recurso pode ser melhor explorado, tendo em vista a finalidade de uso da Internet por esses usuários. Complementando essa avaliação, um subserviço da ferramenta de Pesquisa, “a indicação de outros *sites* com qualificação da qualidade do conteúdo que será encontrado”, recebeu avaliações que vão do “bom” ao “ruim”, demonstrando que esse é um fator de desmotivação dos usuários/alunos no uso do PE.

Ter à disposição, na Internet, as suas notas e frequência às aulas parece ser um serviço que agrada aos usuários/alunos de ambos os níveis, pois a avaliação feita do subitem “Oferta de boletim on-line” foi positiva pela maioria dos usuários/alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio.

Sobre o subitem “Comunicações que sua escola faz sobre as atividades em sala de aula” , ou seja, o uso que a escola faz da possibilidade que o PE oferece de interatividade da escola com seu público interno foi avaliado como “bom”, com tendência ao ruim. O subitem “Comunicações que sua escola faz sobre as atividades escolares”, no mesmo sentido da questão anterior, foi avaliado como

razoável pelos alunos do Ensino Médio, permitindo analisar que a escola não está sabendo aproveitar as ferramentas disponibilizadas pelo PE para uma comunicação mais efetiva e dirigida.

O último subitem desse tópico “Variedade de Serviços”, “Promoções feitas pelo Portal Educacional” foi avaliado como “razoável”, “ruim” e “muito ruim” pelos usuários/alunos do Ensino Médio, demonstrando que não existe um aproveitamento efetivo desses recursos por parte do PE como atributo motivador de uso.

Quadro 8: Análise sobre os recursos oferecidos pelo PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Professor on-line	Serviço utilizado e considerado bom.	Serviço utilizado e considerado de bom a muito bom.
Profissionais on-line	Serviço utilizado e considerado bom.	Serviço utilizado e considerado de bom a muito bom.
E-mail	Serviço utilizado e considerado muito bom.	Serviço a ser melhor explorado.
Textos escritos por diversos profissionais	Serviço utilizado e considerado bom.	Serviço utilizado e considerado bom.
Projetos sobre assuntos diversos desenvolvidos no Portal Educacional	Serviço melhor avaliado pelos alunos/usuários.	Serviço bom para a maioria dos usuários/alunos.
Entrevistas	Serviço considerado muito bom pela maioria dos usuários/alunos	Opiniões divididas em muito bom e razoável.
Conteúdo específico para cada série	Item deve ser melhor explorado pelo PE.	Muito bom é o conceito dado pela maioria dos usuários/alunos ao conteúdo.
Sobre a ferramenta de	Considerada boa pela maioria	Considerada muito boa pela

Pesquisa	dos usuários/alunos.	maioria dos usuários/alunos.
Oferta de boletim on-line	A grande maioria dos usuários/alunos utiliza e avalia como muito bom.	Muito bom é a avaliação para esse serviço.
Na Pesquisa, indicação de outros sites com classificação de qualidade do conteúdo que será encontrado	Serviço que deve ser melhor explorado pelo PE.	Opinião varia entre muito bom e bom.
Comunicações que a sua escola faz sobre as atividades em sala de aula	Usuários/alunos avaliam como boa a comunicação.	Opiniões equilibradas entre os conceitos razoável, bom e muito bom.
Comunicações que a sua escola faz sobre as atividades escolares	Escola não utiliza o serviço de acordo.	Escola não utiliza o serviço de acordo.
Promoções feitas pelo Portal Educacional	Usuários/alunos avaliam como boas.	Avaliação negativa, com a maioria avaliando como razoável, ruim e muito ruim.

5.3.2.3 Análise dos atributos “Personalização” e “Interatividade”

O atributo “Personalização” é um dos grandes trunfos da Internet, pois permite que se fale diretamente ao usuário, sabendo quem é ele e o que quer saber. Porém, para chegar a essa comunicação personalizada, é preciso que os sites na Internet conheçam seus usuários e utilizem as tecnologias existentes para promover essa comunicação. Para 15 usuários/alunos do Ensino Fundamental, o PE comunica-se de forma personalizada, opinião compartilhada por 11 dos usuários/alunos do Ensino Médio, o que demonstra que o PE está se comunicando de forma efetiva e personalizada com seu público de usuários/alunos.

Sobre o atributo “Interatividade”, que é outro ponto marcante da Internet – já que suas vias de comunicação e seus recursos permitem que tanto os usuários interajam entre si, quanto o próprio site interaja com seus usuários –, 14

usuários/alunos do Ensino Fundamental acreditam que o PE permite interações; 11 usuários/alunos do Ensino Médio compartilham da mesma opinião.

Quadro 9: Análise da comunicação do PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Na sua opinião, o Portal Educacional se comunica com você de forma personalizada?	Comunicação Personalizada	Comunicação Personalizada
O Portal Educacional permite que você interaja com outros internautas, com o conteúdo do site e com profissionais que nele trabalham?	Interatividade Integral	Interatividade Integral

5.3.2.4 Análise do atributo “Navegação”

O tópico que avalia o atributo “Navegação” possui quatro subitens. O primeiro “Facilidade para encontrar conteúdos”, foi avaliado pela maioria dos usuários/alunos como “bom” e “muito bom”, o que demonstra que o site é de fácil navegação e que os usuários não sentem dificuldades em encontrar o que precisam. Sobre “Botões e *link* demonstram qual é a sua finalidade”, a maioria dos usuários/alunos avaliou como “muito bom”, dando continuidade à opinião sobre a facilidade de navegação pelo site.

Sobre o subitem “As barras de navegação são visíveis”, a avaliação da maioria dos usuários/alunos foi “muito bom”, mesma avaliação feita para o subitem “As informações estão dispostas de forma organizada e de fácil compreensão”.

Os *sites*, por serem caminhos interativos, que permitem ao usuário navegar entre informações inseridas nas páginas, precisam dar um direcionamento para que o usuário não se perca e possa alcançar seu objetivo ao acessar aquele endereço. Por isso, o atributo “Navegação” foi confirmado como importante e avaliado positivamente no PE pelos usuários/alunos. Pelas respostas ao instrumento de pesquisa, os usuários/alunos avaliam-no como sendo um site fácil de navegar, que permite interação rápida, facilitando o acesso às informações.

Quadro 10: Análise dos aspectos técnicos do PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Facilidade para encontrar conteúdos	Conteúdos fáceis de serem encontrados.	Conteúdos muito fáceis de serem encontrados.
Botões e <i>link</i> demonstram qual é a sua finalidade	Botões e <i>link</i> facilitam a navegação.	Botões e <i>link</i> facilitam a navegação.
As barras de navegação estão visíveis	Informações muito fáceis de serem acessadas pelas barras de navegação.	Informações fáceis de serem acessadas pelas barras de navegação.
As informações estão dispostas de forma organizada e de fácil compreensão	Informações dispostas de forma organizada e de fácil compreensão.	Informações dispostas de forma organizada e de fácil compreensão.

5.3.2.5 Análise do atributo “Conteúdo”

Três subitens permitiram aos usuários/alunos do PE avaliar o atributo “Conteúdo”. No subitem “Variedade de conteúdo”, a maioria dos usuários/alunos avaliaram como “bom”, o que demonstra que os usuários/alunos não estão

encontrando no PE um verdadeiro apoio para suas pesquisas escolares, sua principal finalidade.

No subitem “Profundidade dos conteúdos”, nove usuários do Ensino Fundamental avaliaram como “muito bom”, enquanto 10 do Ensino Médio avaliaram como “bom”. Por serem usuários/alunos mais velhos, os do Ensino Médio demonstraram nessa avaliação que os conteúdos disponibilizados no PE não estão atendendo às necessidades. Por ser um portal educacional de um sistema educacional, esse item deveria ter sido melhor avaliado pelos usuários/alunos, demonstrando que o *know how* educacional do Positivo está sendo integralmente transferido para a Internet.

No “Conteúdo de interesse do aluno”, nove usuários/alunos do Ensino Fundamental avaliaram como “bom”. No Ensino Médio, quatro usuários/alunos avaliaram como “muito bom” e seis, como “bom”. Novamente aqui percebe-se que o atributo “Conteúdo” está deixando a desejar. Se o usuário/aluno está buscando informações no PE e não as está encontrando, gera o fator inverso da motivação: a desmotivação e busca por outros *sites* da mesma linha.

No geral, o conteúdo apresentado pelo PE aos seus usuários foi avaliado positivamente, porém, em nível “bom” e não “muito bom”. Por ser um site voltado exclusivamente à área educacional, com o forte propósito de ser uma ferramenta de apoio à comunidade escolar e tendo em vista que os usuários do Ensino Fundamental buscam informações na Internet para seus trabalhos escolares, o atributo “Conteúdo” deveria ter sido mais bem avaliado, para que realmente fosse considerado um atributo de motivação de uso do PE, principalmente no que se refere ao subitem “Conteúdo de interesse do aluno”. Assim, o atributo “Conteúdo” deixou a desejar e torna-se um forte indício de que o PE não está oferecendo aquilo a que se propõe: ser uma das ferramentas de apoio escolar, pois seu conteúdo disponível não está atendendo às necessidades dos usuários/alunos, principalmente daqueles do Ensino Fundamental. A avaliação do atributo “Conteúdo” pode estar diretamente relacionada com a afirmação feita pelos usuários/alunos sobre o uso eventual do PE, ou seja, o uso não é mais freqüente

porque um dos seus principais motivadores de uso não está atendendo às necessidades dos usuários/alunos.

Quadro 11: Análise do conteúdo do PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Variedade de Conteúdo	Conteúdo variado.	Conteúdo pouco variado.
Profundidade dos conteúdos	Conteúdos muito profundos.	Conteúdos profundos, podendo melhorar.
Conteúdo de interesse do aluno	Conteúdo interessante.	Divergência no conteúdo de interesse, variando do ruim ao muito bom.

5.3.2.6 Análise do atributo “Design”

O atributo “Design”, último a ser apresentado como importante no processo de motivação de uso de um site, no caso o PE, foi analisado na pesquisa com seis perguntas respondidas pelos 28 usuários/alunos do PE. A primeira diz respeito ao “Uso de fontes adequadas para leitura de conteúdos”. Sete usuários/alunos do Ensino Fundamental avaliaram esse item como “bom”, e nove usuários/alunos do Ensino Médio deram o mesmo conceito. Porém, para seis usuários/alunos do Ensino Fundamental, destacaram-no como “muito bom”, demonstrando que os usuários/alunos pesquisados não possuem problemas com a leitura dos textos apresentados pelos PE, já que as fontes utilizadas são avaliadas de forma satisfatória.

O item “Sobre o uso das cores para tornar o site agradável” também demonstra agradar aos usuários/alunos: oito do Ensino Fundamental e seis do Ensino Médio avaliaram como “bom” e seis do Ensino Fundamental e cinco do Ensino Médio, como “muito bom”.

No item “Sobre os Ícones para identificação dos conteúdos”, há um certo desequilíbrio entre a avaliação dos usuários/alunos do Ensino Médio e do Ensino Fundamental. Para 11 do Ensino Fundamental, esse item é “muito bom”; opinião compartilhada por apenas quatro do Ensino Médio. Entre esses usuários/alunos ainda há a opinião de que cinco avaliaram como “bom” e outros quatro, como “razoável”, o que permite avaliar que os ícones usados pelo PE para a faixa dos usuários alunos do Ensino Fundamental são mais adequados do que aqueles utilizados para os do Ensino Médio. Esse foi um fator importante na análise, pois a linguagem da Internet, por ser dinâmica, é feita baseada também em símbolos, o que pode significar um melhor domínio na linguagem dirigida aos usuários/alunos do Ensino Fundamental. Por outro lado, o não domínio da linguagem gráfica para os usuários/alunos do Ensino Médio pode significar a não identificação desses usuários com o PE e, conseqüentemente, a desmotivação no uso.

No item “Sobre o uso de recursos gráficos que facilitam a navegação pelo Portal Educacional”, novamente ocorre uma discordância entre os usuários/alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio. Para 13 usuários/alunos do Ensino Fundamental esse item é “muito bom”, opinião compartilhada por apenas seis do Ensino Médio. Outros três usuários/alunos do Ensino Médio avaliaram como “bom”, três como “razoável” e um como “ruim”. A questão continua sendo gráfica, ou seja, uso de recursos gráficos para identificação de objetos, confirmando a hipótese levantada no item anterior de que o PE domina este tipo de linguagem voltada para usuários/alunos do Ensino Fundamental, deixando a desejar na apresentação aos do Ensino Médio. Novamente um indício para a desmotivação de uso, que aliada a outras avaliações negativas, gera um contexto para a falta de uso do PE.

No item “Sobre o desenho geral das páginas do Portal Educacional”, a avaliação feita por nove usuários/alunos do Ensino Fundamental é “bom”, opinião compartilhada por seis do Ensino Médio. Entretanto, quatro usuários/alunos do Ensino Fundamental e seis do Ensino Médio avaliaram como “muito bom”. Nesse subitem os usuários/alunos do Ensino Fundamental é que se manifestam de forma não tão positiva sobre o design utilizado no PE.

No último item do atributo “Design” foi perguntado aos usuários/alunos a respeito do “Sobre o uso de recursos gráficos para apresentar os conteúdos” e a avaliação feita foi “muito bom” para oito usuários/alunos do Ensino Fundamental e “bom” para sete do Ensino Médio.

Quadro 12: Análise do atributo design do PE

Sobre o Portal Educacional	15 respondentes do Ensino Fundamental	13 respondentes do Ensino Médio
Uso de fontes adequadas para leitura de conteúdos	Uso de fontes adequadas para leitura.	Uso de fontes adequadas para leitura.
Sobre o uso das cores para tornar o site agradável	Bom uso de cores.	Bom uso de cores.
Sobre os ícones para identificação dos conteúdos	Ícones utilizados de forma correta para identificar conteúdos.	Ícones não agradam à maioria dos usuários/alunos.
Sobre o uso de recursos gráficos que facilitam a navegação pelo Portal Educacional	Recursos gráficos facilitam a navegação.	Divergência nas opiniões sobre o uso dos recursos gráficos.
Sobre o desenho geral das páginas do Portal Educacional	Design geral aprovado.	Design geral aprovado.
Sobre o uso de recursos gráficos para apresentar os conteúdos	Recursos gráficos identificam os conteúdos.	Recursos gráficos identificam os conteúdos.

5.3.3 Análise Geral

A aplicação do instrumento de pesquisa mostrou que, no geral, os atributos selecionados como favoráveis para motivação de uso de um portal educacional, no caso do PE, foram bem avaliados pelos usuários/alunos. Porém, em atributos específicos, que se relacionam com o uso que os usuários/alunos fazem da Internet e, conseqüentemente, do PE, deixam a desejar e não atendem às necessidades. Sendo a motivação uma força motriz interna que leva o homem à ação, causada por um estado de tensão que surge de uma necessidade não-satisfeita, atributos específicos relacionados ao uso que cada grupo de usuários/alunos faz da Internet e que não atendam às necessidades não geram novas motivações.

Conforme os 15 usuários/alunos do Ensino Fundamental e os 13 do Ensino Médio, os atributos são, em sua maioria, avaliados como bons e muito bons. Os usuários/alunos demonstram que é importante terem uma ferramenta na Internet que os auxilie em suas atividades escolares, principalmente por ela estar disponível a qualquer hora e ser de uma instituição educacional, dando maior confiabilidade ao conteúdo exposto no site. Porém, apesar da opinião positiva sobre a existência do PE, ela não garante o uso contínuo do site pelos usuários/alunos. Essa é a primeira questão em aberto dessa pesquisa, porque todas as questões apresentadas aos usuários/alunos foram fechadas e pediam a opinião apenas sobre certas questões do próprio PE. Não foi colocado ao usuário/aluno, em uma pesquisa complementar à primeira, o porquê do não-uso do site já que a grande maioria dos atributos favoráveis à motivação foram bem avaliados, o que pode se tornar uma nova questão de pesquisa.

Ficou bastante evidente, também, que existem diferentes opiniões entre os usuários/alunos do Ensino Fundamental e do Ensino Médio quanto a alguns atributos pesquisados. Como a finalidade de uso da Internet por esses públicos é diferenciada – os do Ensino Fundamental fazem uso mais freqüente da Internet para realizar trabalhos escolares e os do Ensino Médio, para entretenimento e conversar com amigos –, o PE deixa a desejar em serviços específicos para esses

usuários/alunos em relação ao uso que fazem da Internet. Se para os usuários/alunos do Ensino Fundamental, o principal uso da Internet é para trabalhos escolares, itens como “Professor on-line”, “Conteúdo específico para cada série”, “Ferramenta de pesquisa”, “Qualidade do conteúdo” deveriam ser serviços avaliados como “muito bons”, para que realmente motivasse o uso constante do PE, sem que o aluno navegasse por outros *sites* para complementar, ou mesmo, realizar todo seu trabalho escolar. Se os serviços do PE nessa área fossem avaliados, em sua grande maioria, como “muito bom” e não “bom”, as necessidades dos usuários/alunos estariam plenamente satisfeitas, motivando-os a um uso mais freqüente.

O mesmo ocorre com os usuários/alunos do Ensino Médio. Por ser a Internet uma das formas de entretenimento e de comunicação com amigos, serviços como “E-mail”, “Entrevistas”, “Comunicações que a sua escola faz sobre atividades escolares” e “Promoções” deveriam ser igualmente avaliadas em sua grande maioria como “muito bom”. Nesse grupo foi possível verificar, inclusive, avaliações como: “regular”, “ruim” e “muito ruim”. Segundo VENETIANIER (1999) e SEYBOLD (2000), é preciso definir de forma clara as finalidades e objetivos do site, tendo em vista quem é o usuário e que relações ele manterá com o site, para que esse realmente possa suprir as necessidades de quem o utiliza e seja, então, um endereço – URL – constantemente procurado e utilizado.

Por outro lado, o PE tem avaliação positiva em dois atributos fundamentais na Internet: a “Personalização” e a “Interatividade”, ou seja, ele comunica-se de forma personalizada com seu público de usuários/alunos e permite que haja interatividade, seja com o próprio site ou com quem dele faz parte, tornando-se, então, um meio de integração da comunidade escolar.

Se por um lado, atributos como “Acessibilidade”, “Atualidade”, “Personalização”, “Interatividade” e “Navegação” são positivamente avaliados, por outro os atributos “Variedade de Serviços”, “Conteúdo” e “Design” deixaram a desejar, sendo esses, entre os demais, atributos realmente importantes para a motivação de uso do PE, e por ser ele é um portal que oferece, em sua

prerrogativa básica, serviços educacionais como ferramenta de auxílio em sala de aula e fora dela. Para que essa perspectiva realmente se concretize, os serviços ofertados pelo PE e o conteúdo, deveriam ser atributos avaliados pela grande maioria dos usuários como “muito bom”. Além disso, a avaliação pouco positiva do atributo “Design”, principalmente pelos usuários/alunos do Ensino Médio, contribui para que a resposta à pergunta sobre o acesso ao PE tenha demonstrado que os usuários o fazem eventualmente. Levando-se em consideração que o PE busca ser uma ferramenta de apoio escolar, esses atributos necessariamente precisariam ser mais bem avaliados para garantir uma presença mais efetiva dos usuários/alunos em suas páginas.

A avaliação feita possui limitações, já que o instrumento de pesquisa foi respondido por uma amostra selecionada conforme a conveniência da investigadora e não representa, estatisticamente, a opinião da população que utiliza o PE, pois essa população é mutável e formada por usuários/alunos de escolas particulares de todo o País. Assim, as inferências feitas com base nos 28 instrumentos de pesquisa que retornaram para análise da investigadora representam um universo restrito e representativo apenas das escolas próprias do Positivo, situadas em Curitiba.

Quadro 13: Resumo dos resultados

Instrumento	Resultados
Entrevista com especialistas	Interatividade, design e conteúdo são os principais atributos de motivação
Benchmarking	PE está alinhado com os seus dois principais concorrentes, tendo como principal diferencial ser um portal desenvolvido por escola (Sistema Positivo de Ensino)
	PE está em desvantagens perante seus concorrentes nos

	atributos de “Variedade de Serviços/profissionais on-line” – Kliceducação; e “Variedade de Serviços/promoção” – em ambos
	O PE está em vantagem sobre seus concorrentes nos atributos: “Variedade de Serviços/ferramenta de pesquisa”, “Navegação/facilidade para encontrar conteúdos”, “Navegação/botões e <i>link</i> que demonstram a finalidade”
Pesquisa com usuários/alunos	PE é um site conveniente, acessível e confiável
	As atualizações e a atualidade das informações são percebidas pelos usuários/alunos
	O atributo “Variedade de Serviços” deixa a desejar em qualidade nos usos específicos dos usuários/alunos do E.F. e E.M.
	O PE é percebido como um site interativo e que atende de forma personalizada o usuário
	O site é de fácil navegação
	O atributo “Conteúdo” recebeu avaliações de bom a ruim pelos usuários-alunos
	O PE é um site graficamente voltado aos usuários do E.F.

Quadro 14: Avaliação geral

O PE domina os atributos gerais de um site na Internet - conveniência, acessibilidade, confiabilidade, interatividade, navegação
O PE não domina os atributos específicos de um site na Internet – serviços, conteúdo, linguagem gráfica

6 CONCLUSÃO

Ao dar início ao trabalho de pesquisa sobre atributos favoráveis à motivação de navegação de usuários por um site, no caso específico desta pesquisa, por um portal educacional, o PE, buscava-se saber com quem faz o referido portal e com quem mais o utiliza, o usuário/aluno, que atributos são esses e se eles estão presentes e são bem avaliados no PE.

A fase de levantamento dos atributos, primeiramente nos dados secundários – revisão da literatura – e, em seguida, nas pesquisas informais com os especialistas internos do PE, demonstrou que o caminho tomado pela investigadora estava correto, isto é, que os atributos levantados nas bases científicas eram compartilhados pelos especialistas internos, formando um conjunto coeso de atributos, a fim de ser exposto para avaliação dos usuários/alunos.

Com essa compatibilidade, foi alcançado o primeiro objetivo dessa pesquisa, o de levantar os atributos pertinentes ao estudo de motivação no uso de portais educacionais, o que possibilitou atingir outros dois objetivos que dependiam do levantamento dos mesmos. São eles: estruturar um instrumento para análise de portais educacionais (ver Anexo 3) e um instrumento para avaliar atributos de motivação no uso de portais educacionais (ver Anexo 4).

Com três, dos quatro objetivos propostos alcançados, a pesquisa caminhou para a fase de interação com os usuários/alunos do PE e que subsidiaram o estudo para o atingimento do quarto objetivo específico – identificar quais os atributos de motivação no uso do PE relevantes do ponto de vista dos usuários – e, conseqüentemente, do objetivo geral de identificar e analisar quais são os atributos de motivação no uso de um portal educacional.

Porém, com os resultados obtidos nesta fase e que constam no item 5 “Análise dos Resultados” – subitem 5.3 – é possível verificar que apesar da literatura apontar um caminho de atributos favoráveis à motivação de uso de um

site, que foram compartilhados pelos especialistas do PE, não basta a um portal educacional, no caso o PE, possuí-los para que favoreçam a motivação de uso por parte dos usuários/alunos. Isso porque o resultado da pesquisa efetuada demonstra que mesmo fazendo uso freqüente da Internet e terem avaliado o PE de forma positiva na grande maioria dos atributos apresentados, o PE não é acessado com freqüência. Mesmo tendo participado da pesquisa somente usuários/alunos que faziam uso do PE.

O distanciamento entre o uso freqüente da Internet e o pouco uso do PE pelos usuários/alunos pesquisados demonstra que existem questões alheias à parte de concepção técnica e pedagógica do site que influenciam seu uso, são eles: a) a Internet ainda não seria um recurso totalmente integrado às atividades escolares; b) o uso de portais educacionais não ser uma prioridade como ferramenta pedagógica nas escolas e por isso deixa de se incentivar seu uso; c) os professores ainda desconhecem como utilizar de forma adequada os portais educacionais em suas atividades profissionais, não incentivando o uso pelos alunos.

Tais questões foram levantadas, subsidiadas por informações fornecidas pelos usuários/alunos na primeira parte do questionário. Porém, além das questões acima, existem outras relevantes e que estão diretamente ligadas ao uso do PE pelos usuários/alunos. Com os resultados das pesquisas verificou-se claramente atributos em que o PE precisa concentrar esforços para conquistar o usuário/aluno segundo seus objetivos em relação à Internet. Para os alunos do Ensino Fundamental é preciso reforçá-los no sentido da pesquisa escolar, do atendimento dos professores on-line e do conteúdo específico para cada série. Para os alunos do Ensino Médio, está a questão do relacionamento, nos itens e-mail e promoção.

Segundo SCHIFFMAN E KANUF (1997), é possível explicar essa disparidade no uso da Internet e do PE é evidenciada pelo fato de ser mais fácil ao indivíduo, no caso o usuário/aluno, perceber seus objetivos do que suas necessidades, e a tensão que leva à motivação é causada por uma necessidade

não satisfeita. Sendo que o PE é um site voltado à complementação educacional, um recurso pedagógico que permite aprofundar conhecimentos ligados ao conteúdo de sala de aula, ou seja, satisfaça essa necessidade específica. Porém, como sugere SCHIFFMAN E KANUF (1997), é mais fácil ao indivíduo perceber seus objetivos em relação à Internet do que suas necessidades satisfeitas por um site específico. No caso dos usuários/alunos do Ensino Médio – leia-se Análise dos Resultados, item 5.3 – o objetivo da navegação pela Internet é a possibilidade de relacionamento com amigos e não a satisfação da necessidade de obter mais informações para seu aperfeiçoamento escolar. Para esses alunos, esse objetivo não é satisfeito no PE já que o item “E-mail”, do atributo “Variedade de Serviços”, não satisfaz esse objetivo.

Retomando a TAM – Technology Acceptance Model – (DAVIS et al, 1989), que é baseada na Teoria da Razão da Ação (FISHBEIN E AJZEN, 1975)⁹ é preciso haver vantagens e facilidade de uso percebidas para que o usuário/aluno faça uso daquele serviço, no caso o PE. Se as vantagens não estão evidentes, o estímulo para seu uso não será suficiente para uma visita constante e, conseqüentemente, pelo processo de motivação de uso.

Apesar de aberta a questão do porque o PE não ser utilizado mais freqüentemente pelos usuários/alunos, visto que essa questão só ficou evidenciada quando da tabulação das pesquisas e que pode servir como sugestão para a sua continuidade, a identificação e análise de atributos que favorecem a motivação de uso de um portal educacional foi realizada (vide itens 3.2.4.1 a 3.2.4.11 desta dissertação).

Com essa pesquisa foi possível selecionar atributos que fazem diferença na hora de se construir um site, especificamente os voltados para a área educacional, mas que também podem servir de base para a construção de site sobre outros

9. FISHBEIN E AJZEN, 1975 **User acceptance of computer technology**. A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 1989. *apud* DAVIS et al., 1989

temas. Dispersos pela literatura, foi possível por meio dessa pesquisa aglutinar os atributos, que servem como base para o aprofundamento do estudo sobre a Internet e da interação de *sites* com usuários.

6.1 Limites da pesquisa

As limitações referem-se ao número restrito de usuários/alunos participantes – apenas 28 – sendo possível, em uma nova abordagem, estender a aplicação do instrumento de pesquisa a um número de usuários/alunos que representem a população usuária do PE ou de *sites* educacionais; ao perfil do usuário/aluno respondente dessa pesquisa que se refere apenas a de usuários/alunos das escolas próprias do Sistema Positivo de Ensino, em Curitiba e a utilização de apenas um público usuário do PE em detrimento de outros três – pais, professores e escola.

Muito embora existam as limitações, os resultados obtidos foram conquistados com base em literatura e conhecimentos da pesquisadora, que permitiram as conclusões, muito em função de ser essa uma pesquisa exploratória. Assim, o procedimento aqui adotado não é definitivo, mas pode, por sua conduta criteriosa, embasar pesquisas futuras sobre o tema.

6.2 Perspectivas futuras

Pelas limitações apresentadas e pela importância do tema, pode-se indicar caminhos para pesquisas futuras que podem confrontar dados aqui expostos, completá-los ou mesmo, aprofundá-los. São eles:

- Aplicar o instrumento de *benchmarking* em outros portais educacionais, em períodos pré-definidos, para uma análise mais aprofundada de tais recursos pedagógicos.
- Aplicar o mesmo instrumento de pesquisa para usuários/alunos que representem o universo do PE ou mesmo de *sites* educacionais;

- Desenvolver uma segunda fase dessa pesquisa, abordando especificamente a questão do não uso do PE ou de portais educacionais por parte de usuários/alunos que são o público específico desses *sites*.

7 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BATEMAN, A; HOLMES, J. **Introduction to Psychoanalysis: contemporary Theory and Practice.** Routledge. 1995.
- BEEMER, C. B., SHOOK, R. L. **Marketing Estratégico.** Tudo o que mega e microempresários devem saber para conquistar novos clientes. São Paulo: Futuro. 1998.
- BLACK, R. **Web Sites que funcionam.** São Paulo: Quark do Brasil, 1997.
- BRIMAN, A. **Research methods and organization studies.** Routledge: 1995.
- BOCK, A.M.B.; FURTADO, O.; TEIXEIRA, M. de L. T. **Psicologias: uma introdução ao estudo de Psicologia.** São Paulo: Saraiva, 1999.
- BOYD,H.; WESTFALL, W. **Pesquisa mercadológica.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 1971.
- CASTELLS, M. **The information age.** Economy, society and culture. Volume I. The rise of the networked society. Oxford: Blackwells, 1996.
- CHLEBA, M.. **Marketing Digital.** Novas tecnologias e novos modelos de negócio. São Paulo: Futura. 1999.
- DAVIS, F. et al. **User acceptance of computer technology.** A comparison of two theoretical models. Management Science, 35(8), 1989.
- DE CASTRO, A. **Propaganda e mídia digital.** Rio de Janeiro: Qualitymark Editora, 2000.
- DOWNING, D.; CLARK, J. **Estatística Aplicada.** São Paulo: Saraiva, 1999.
- DRUCKER, P. **Os desafios gerenciais para o século XXI.** São Paulo: Pioneira, 1999.
- ELLSWORTH, J. H.; ELLSWORTH, M. V. **Marketing na Internet.** São Paulo: Berkeley Brasil.
- ELTZ, F.. **Qualidade na comunicação.** Salvador: Casa da Qualidade, 1994.
- ENGEL, J.F.; BLACKWELL, R.D.; MINIARD, P.W. **Comportamento do consumidor.** Rio de Janeiro: Livros Técnicos e Científicos Editora S.A, 1999.
- FURLAN, J.D. **Reengenharia da informação: do mito à realidade.** São Paulo: Makron Books, 1994.
- GHOSH, S. Making bussines sense of the Internet. **Harvard – Business Review.** v. 76, n. 2, p.126-135, March-April,1998.
- GODIN, S. **Marketing de permissão.** Rio de Janeiro: Campus, 2000.
- HARDISTY, D; WINDEATT, S. **CALL.** Oxford: Oxford, 1989.
- HIGGINS, J. **Language, learners and computers.** Longman, London, 1988.
- HOLLAND, J.G.; SKINNER, B.F. **A análise do comportamento.** São Paulo: Editora da Universidade de São Paulo, 1975.
- JANAL, D.S. **Como fazer marketing na Internet: como anunciar, promover e vender produtos e serviços na Internet e nos serviços de informações “on-line”.** Rio de Janeiro: Infobook, 1996.
- KANNAN, P.K.; CHANG, A.; WHINSTON, A.B. Marketing information on the I-way. **Communications of the ACM.** V. 41. N. 3. March, 1998. P. 35-43.
- KAPLAN, B. **Comunicação estratégica.** Rio de Janeiro: LTC – Livros Técnicos e Científicos, 1993.

KOTLER, P.; ARMSTRONG, G. **Princípios de marketing**. Rio de Janeiro: Prentice-Hall do Brasil, 1998.

KOTLER, P. **Administração de marketing: análise, planejamento, implementação controle**. São Paulo: Atlas, 1998.

KOTLER, P. **Marketing para o século XXI**. São Paulo: Futura, 2000.

KOZOLIN, A. **Psychological tools: a sociocultural approach to education**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1998.

LAKATOS, E.M.; MARCONI, M. de A. **Metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 1986.

LACCAN, J. **O seminário: a relação do objeto**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1995.

LACQUEY, T.; RYER, J.C. **O manual da Internet: um guia introdutório para acesso às Redes Globais**. São Paulo: Campus, 1994.

LEWIS, L. **Site unseen**. Progressive Grocer. Aug.1998. p. 83-88.

LYNCH, D.C.; LUNDQUIST, L. **Dinheiro digital: o comércio na Internet**. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

MARTINS, P.; LAUGENI, F.P. **Administração da produção**. São Paulo: Saraiva, 1998.

MATTAR, F.N. **Pesquisa de marketing**. São Paulo: Atlas, 1994.

MCLUHAN, M. **Understanding media: the extensions of man**. McGraw-Hill, New York, 1964.

NEGROPONTE, N. **A vida digital**. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

NIELSEN, J. **Designing web usability**. Indianapolis: New Riders, 1999.

PALMER, J.M.; GRIFFITH, D. A. An emerging model of web site design for marketing. **Communications of the ACM**. V. 41. N. 03. Mar. 1998. P. 45-51

RAO, H.R.; SALAM, A.F.; DOS SANTOS, B. Marketing and the Internet. **Communications of the ACM**. V. 41. N. 3. Mar. 1998.p. 32-34.

RAVIDRAN, S.; BARUA, A.; LEE, B.; WHINSTON, A.B. Strategies for smart shopping in cyberspace. **Journall of Organizational Computing and Eletronic Commerce**, V. 6, n. 1, 1996, Nov/Dez. 1995.

SAVOLAINEN, R. **Embarking on the Internet: what motivates people?** 1999.

SCHIFFMAN, L.G.; KANUK, L.L. **Comportamento do consumidor**. Rio de Janeiro: LTC: 1997.

SCHWARTZ, E. I. **Webeconomia: nove princípios essenciais para aumentar sua participação e negócios na world wide web**. São Paulo: Makron Books, 1998.

SLACK, N. et al. **Administração da produção**. São Paulo: Atlas, 1996.

SEYBOLD, P. B. **Clientes .com: como criar uma estratégia empresarial para a Internet que proporcione lucros reais**. São Paulo: Makron Books, 2000.

SHAPIRO, C.; VARIAN, H.R. **A economia da informação**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

STEFIK, M. **Internet dreams. archetypes, myths and metaphors**. Cambridge, Mass: MIT Press, 1996.

TAPSCOTT, D.; CASTON, A. **Mudança de Pparadigma: a nova promessa da tecnologia da informação**. São Paulo: Makron-McGraw-Hill, 1995.

TAPSCOTT, D. **Economia digital**. São Paulo: Makron Books, 1997.

TAPSCOTT, D. **Geração digital**. São Paulo: Makron Books, 1999.

TELFORD, C.W.; SAWREY, J.M. **Psicologia: uma introdução aos princípios fundamentais do comportamento**. São Paulo: Cultrix, 1973.

VASSOS, T. **Marketing estratégico na Internet**. São Paulo: Makron Books, 1997.
VENETIANER, T. **Como vender seu peixe na Internet: um guia prático de marketing e comércio eletrônico**. Rio de Janeiro: Campus, 1999.
WALLACE, T. F. **A estratégia voltada para o cliente: vencendo através da excelência operacional**. Rio de Janeiro: Campus. 1994.
WATSON, R.; AKSELSSEN, S.; PITT, L. F. Building mountains in the flat Landscape of the world wide web. **California Management Review**, v.10. n. 2. 1998. p. 336-56
YIN, R. **Case study research**. Ed. Sage, 1990.

ANGULO, M.J.; ALBERTIN, A. L. **Portais ou labirintos?** Disponível em < http://www.fgvsp.br/eventos/enanpad/PDF/adi_portais_ou_labirintos.pdf > Acesso em 17 nov. 2001.

DE CASTRO, A. **Vertical ou horizontal**. In WebWorld. Disponível em < <http://www.uol.com.br/webworld/marketing/wegmarketing/alvaro006.html> > Acesso em 17 nov. 2001.

[Escol@24horas](http://www.escola24horas.com.br). Disponível em <http://www.escola24horas.com.br> Acesso no período de fev 2000 a abril2002.

IDC-BRASIL. **E-learning**. Disponível em < <http://www.idc-brasil.com> > Acesso em: 25 jul. 2001.

JUPITER COMMUNICATIONS. Disponível em < <http://www.jmm.com> > Acesso em: set. 2000.

KLEINSCHMIDT, C.; GOODMAN, A. **Portal Frequently Asked Questions**. Disponível em < <http://www.traffick.com> > Acesso em: 15 nov. 2001.

KlickEducação. Disponível em < <http://www.klickeducacao.com.br> >. Acesso no período de fev. 2000 a abril 2002.

KRAUT, R; LUNDMARK, V; KIESLER, S; MUKHOPADHYAY, W. S. **Why people use the Internet**. In Home Net [on-line]. Pittsburgh (PA): In Home Net. Disponível < <http://homenet.hcii.cs.cmu.edu/progress/purpose.html> > Acesso em 21 mai. 2001.

LEMONS, P. **Internet: portais na América Latina e Brasil**. Disponível em < <http://www10.amcham.com.br> > Acesso em 15 nov. 2001.

MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO. **Censo 1999**. Disponível em < <http://www.inep.gov.br> > Acesso em mai. 2000.

PE. Portal Educacional. Disponível em <http://www.educacional.com.br> Acesso no período de out. 1999 a abril 2002.

PÓVOA, M. **Portais da percepção.** Disponível em < <http://www.uol.com.br/webworld/negocios/estrategia/marcello002.htm> > Acesso em 15 nov. 2001.

RAJANI, R.; ROSENBERG, D. **Usable?..Or Not?...** Factors Affecting the Usability of *Web Sites*. In CMC Magazin. Disponível em: < <http://www.december.com/cmc/mag/1999/jan/rakros.html> > Acesso em 19 set. 2000.

TARDIN, V. **Jupiter divulga novos números para o Brasil.** In *Web World* [on-line]. Disponível em: < http://www.uol.com.br/webworld/marketing.estat/estat_111199.htm > Acesso em 16 set. 2000.

USWEB/CKS. **Understanding the Internet Landscape.** Disponível em < www.usweb.com > Acesso em 15 nov. 2001.

WEININGER, M.J. **O uso da Internet para fins educativos.** In CCE [on-line]. Disponível em: < <http://www.cce.ufsc.br/le/alemao/markus/internet.html> > Acesso em 02 jul. 2001.

8 ANEXOS

. ANEXO 1 – Carta de apresentação

Curitiba, julho de 2000.

At. do
Sr. Hélio Rotenberg
MD. Diretor da Positivo Informática

Ref.: Pesquisa para elaboração de projeto de dissertação sobre o Portal Educacional

Prezado Diretor:

Conforme nossos contatos informais sobre a elaboração do meu projeto de pesquisa de dissertação a ser apresentado à Universidade Federal do Rio Grande do Sul – Programa de Pós-Graduação em Administração – e ao Centro Universitário Positivo para obtenção do título de mestre – Mestrado em Administração – venho por meio desta formalizar meu pedido.

O objetivo de meu trabalho é estudar e analisar o uso do Portal Educacional pelo público-alvo. Sabedora de que este público se subdivide em quatro *clusters* – alunos, pais, professores e escola –, faltam-me dados para lhe afirmar se todos serão incluídos na referida pesquisa ou se será privilegiado um em específico, devido ao grande número de usuários. Porém, pode-se definir previamente qual será a amostra utilizada, sem inferir necessariamente sobre toda a população. Apesar das restrições de uma amostra não-probabilística, os resultados são válidos. Esta definição eu gostaria de tomar com o Diretor para, ao final do trabalho, poder lhe retornar dados que possam auxiliar em futuras tomadas de decisão.

Assim, gostaria de firmar nosso compromisso no desenvolvimento deste trabalho. Peço-lhe apenas que, se possível, em ocasião propícia e formal, apresente-me aos integrantes da sua equipe, que poderão me auxiliar na coleta de dados de todo o processo de pesquisa. Isso, os principalmente porque preciso usar o período em que as escolas e, conseqüentemente, os alunos, pais e professores estão integrados ao ano escolar para garantir o levantamento dos dados ainda neste ano. A intenção é que o trabalho esteja pronto e defendido até o próximo mês de abril/2001.

Atenciosamente,

Patricia F. Dorfman – Mestranda em Administração – UFRGS/UnicenP

. ANEXO 2 – Entrevistas informais com especialistas internos do PE

Entrevista 01

Especialista em multimídia educacional – Francisco Lourenço Dorfman
Maio/2000

. Por que desenvolver um site na área educacional, para uso de pais, alunos e professores?

A internet passou a ter grande importância para a comunidade escolar, a partir do momento em que possibilita uma maior integração entre a comunidade escolar interna, isto é, família–escola, possibilitando que muitos dos contatos pudessem ser feitos por meio da Internet, como a troca de informações entre professores–alunos, escola–pais, alunos–alunos. Assim, o caminho natural de um sistema educacional, como o Positivo, presente em todo o Brasil e também no Japão, foi começar também a utilizar a Internet como ferramenta pedagógica.

. Existe alguma diferença entre produzir uma ferramenta pedagógica utilizando recursos multimídia e o tradicional papel?

Sim. O papel, recurso quase único para produção de uma ferramenta pedagógica de auxílio ao professor, é bastante limitado. Ele não permite, por exemplo, a união de diversos recursos para estimular o aluno na construção de seu conhecimento. Na Internet, onde utilizamos recursos multimídia – uso de som, cores, movimentos, textos e outros recursos ao mesmo tempo –, possibilitamos ao professor e ao aluno uma ferramenta dinâmica e interativa. Para produzir algum conteúdo utilizando os recursos multimídia, é preciso saber, primeiro, para quem esse conteúdo será direcionado, a fim de se adequar os recursos ao nível de compreensão do usuário e integrar recursos que possam ser estímulos. Por isso, é preciso levar em conta o equilíbrio entre som, cores, textos, movimentos e demais recursos.

. Como o PE é pensando na questão do uso de recursos multimídia?

É preciso, primeiro, pensar que recursos os usuários que acessam o Educacional possuem. Não é possível utilizar recursos tecnológicos muito avançados se o usuário não os possui em seu equipamento. Assim, é preciso primeiro pensar qual a melhor tecnologia a ser empregada. Em seguida, com os especialistas da área pedagógica – os autores –, chegar a um termo adequado para a apresentação do conteúdo, oferecendo interatividade para que o usuário sinta-se realmente atraído e motivado para usar aquele recurso e buscar sempre as novidades. O que buscamos, sempre, é o equilíbrio para manter o usuário sempre curioso quanto ao que poderá encontrar em novos conteúdos e saber que eles são úteis ao seu estudo.

Entrevista 02.

Especialista em design – Ênio de Aragón

Mai/2000

. O design para a Internet é diferenciado do utilizado em outras mídias?
Apesar de a Internet ser ainda muito recente e ser um meio que evolui a cada dia, existem princípios que são seguidos por serem universais da área de design e comprovadamente positivos. Porém, é preciso aplicá-los pensando na Internet, que é um recurso muito diferente, por exemplo, de uma revista, um jornal ou um folder. Pela interatividade que ela possibilita entre o usuário e o site, o design precisa ser pensado levando em conta como aquele usuário irá navegar pela página, como ele irá procurar a informação que ele deseja, ao entrar naquele site. Assim, o design do site precisa levar em conta a praticidade de se buscar a informação, tornando aquela interatividade entre usuário e site amigável e motivadora.

. Que recursos são levados em conta na hora de pensar o design do PE?
Bem, como o usuário do Portal é extratificado, ou seja, existem partes do Portal que são utilizadas pelos pais dos alunos das escolas plugadas; outras pela equipe diretiva da escola; outras pelos professores, e outras pelos alunos, sendo que nessa existem ainda as subdivisões para alunos da Educação Infantil, 1ª a 4ª série do Ensino Fundamental, 5ª a 8ª série do Ensino Fundamental e Ensino Médio, é preciso pensar com muita clareza na proposta gráfica do site. A parte que é comum a todos precisa ter itens que agradem a todas essas faixas etárias, criando um sinergia e interatividade desde o princípio. Isso quer dizer ter um design agradável, sem uso de recursos específicos para cada público, mas que permitam ao usuário encontrar o que deseja. Quando o usuário acessa o espaço no site direcionado a ele, por exemplo, às crianças da Educação Infantil, aí usamos recursos que para elas fazem sentido e estimulam sua navegação. Levamos muito em conta a questão das cores, dos recursos de movimento, do som, do desenho propriamente dito, do tamanho da fonte utilizada nos textos, na disposição dos textos pelas páginas, para facilitar a leitura e a localização das barras de navegação. Enfim, considerou-se uma gama de recursos integrados que produzem um todo agradável na visualização.

. Esses recursos são constantemente avaliados para se ter uma noção de como eles estão sendo analisados pelos usuários?
Prestamos muito atenção ao número de acesso às partes do site e procuramos estar em contato com usuários para saber se os recursos disponibilizados estão sendo bem aceitos.

Entrevista 03
Especialista em conteúdo – Francisco Millarch
Maio/200

. A produção de conteúdo para a Internet, no caso para o PE – um portal educacional –, é diferenciada de outros meios?

Sim, porque estamos utilizando um recurso que, a princípio, oferece mais agilidade ao usuário e que é buscado pelo usuário. Ao ter uma necessidade de informação, o usuário irá em busca de endereços na Internet que possam solucionar essa necessidade. Por ser um recurso mais ágil e que oferece muitas opções ao mesmo tempo, é preciso que o usuário motive-se pelo que encontra no site e queira ficar nele. O conteúdo, aliado aos demais recursos, é fundamental para “segurar” esse usuário no site. Assim, para produzirmos o conteúdo para o Educacional precisamos levar muitas coisas em conta.

. O que é levado em conta para a produção desse conteúdo?

Primeiro, por sermos um portal educacional, nosso conteúdo deve estar adequado e correto. Não pode haver erros de conteúdo quando se fala em educação. Um conteúdo de Biologia, por exemplo, deve ser verídico. Mas, essa preocupação é, em primeiro lugar, analisada pelos autores que produzem o conteúdo para as partes do Educacional que são exclusivamente de conteúdos programáticos. O que fazemos é adequar a linguagem ao formato internet, oferecendo esses conteúdos de forma que o usuário realmente se sinta atraído e motivado para consultá-lo. Além disso, o Educacional possui muitas outras seções, todas relacionadas à Educação, as quais precisam utilizar uma linguagem própria de Internet. Se os textos precisam ser longos, eles terão pausas, subtítulos, parágrafos mais curtos, hiperlink, enfim, recursos que facilitem o entendimento e a leitura. Além disso, precisamos adequar os conteúdos às partes corretas do site, próprias para cada usuário que irá acessá-la. Como abrangemos um público variado, nossa linguagem também é própria para cada uma dessas partes.

. O conteúdo é importante para o sucesso do PE?

Sem querer menosprezar as demais áreas, até porque um site na Internet é um conjunto de recursos que precisam estar integrados e afinados para atender às necessidades do usuário, em um portal educacional, o conteúdo é fundamental. Se não tivermos um conteúdo que agrade aos usuários que buscam informações específicas, por ser um portal educacional, não teremos sucesso. Por isso, pensamos no conteúdo como a chave motivadora para o contínuo acesso.

Entrevista 04
Especialista em autoria – Carlos Motter
Junho/200

. Pensar em autoria de conteúdo didático para um site é diferenciado de pensar em um conteúdo para um livro didático, por exemplo?

Veja, o conteúdo de uma matéria será o mesmo. O que será apresentado em um item sobre Matemática, sobre frações, por exemplo, será o mesmo em um livro didático ou na Internet. O que é diferente é a forma de apresentar esse conteúdo, porque no livro didático não é possível usar recursos de movimento, 3D ou som. No papel você apresenta o conteúdo em forma de texto e desenho e pronto. No máximo, irá pedir ao aluno que pesquise, que faça uma pesquisa sobre o tema, que enriqueça a aula com um trabalho manual. Na Internet, o conteúdo é apresentado de uma forma mais rica, com mais recursos. O aluno pode interagir na hora, fazendo construções com assuntos diversos.

. O que o autor leva em conta para produzir um conteúdo para a Internet?

Pela riqueza de recursos disponíveis o autor pode agregar muito ao conteúdo, facilitando o entendimento do conteúdo pelo aluno. Podemos produzir qualquer coisa que envolva som, imagens, desenhos, exercícios, movimentos. Enfim, usar todos os recursos multimídia que a Internet disponibiliza. O que precisa ser levado em conta é não extrapolar no uso de recursos para não sobrecarregar o conteúdo e tirar a finalidade do material, que é de ser uma ferramenta pedagógica par uso de professores e alunos para aprofundamento dos conteúdos.

Entrevista 05
Especialista administrativo – Samuel Ferrari Lago
Junho/2000

. Qual é o objetivo principal do PE?

É ser a ferramenta pedagógica das escolas, dos professores, dos pais e dos alunos na Internet. Colocamos no Educacional todo o know how do Positivo em educação à disposição das escolas que fazem parte da nossa comunidade.

. Para que isso aconteça, como o PE é, pensando em seu todo, ou seja, nos profissionais, nos recursos, etc.?

Procuramos formar uma equipe formada por profissionais de diversas áreas com conhecimento profundo em cada uma delas: designers, autores, especialistas em educação e em multimídia, programadores, jornalistas e tantos outros. Estes profissionais trabalham integrados para produzir o Educacional em seu formato disponibilizado na Internet, visando a ser realmente o melhor portal educacional do país. Todos esses conhecimentos aliados têm por objetivo produzir o melhor portal educacional.

. De onde vêm os profissionais que atuam no PE, já que a Internet é ainda um recurso recente?

Os profissionais que atuam no Portal Educacional possuem ampla experiência em suas áreas, muitos já direcionados para a área de tecnologia, porém, sempre com uma visão voltada para a educação. Unidos esses conhecimentos e sempre buscando se aprimorar em cursos e trocas com profissionais de outros países, esses especialistas produzem o Educacional, e buscamos não só estar sempre em contato com nossos usuários para sabermos o que não vai bem e no que precisamos melhorar, mas também o que está bom e faz sucesso.

Entrevista 06

Especialista no atendimento às escolas usuárias – Áureo Monteiro

Junho/200

. No contato com as escolas que aderem ao uso do PE, o que você busca saber para melhorar a qualidade dos serviços prestados?

Estamos em constante contato com as escolas que se integram à comunidade do Portal. Ouvimos delas quais são suas dificuldades, sabemos quais os principais usos do Portal na escola e procuramos mostrar todos os recursos que o Portal oferece. As escolas que aceitam usar esses recursos tecnológicos estão sempre ávidas para fazer o melhor uso e nós, em sabemos o que não vai bem e o que precisa melhorar.

. Qual é o retorno que você tem do PE como recurso pedagógico para essas escolas?

Os retornos são sempre positivos. É claro que existem escolas que possuem problemas, muitas vezes porque não possuem recursos de hardware suficiente para melhor apresentar o Portal aos seus alunos e professores. Também existem problemas com relação aos professores terem uma certa resistência ao uso da Internet, mas procuramos desenvolver um relacionamento com as escolas que gere segurança e motivação para usarem o Portal constantemente nas aulas.

. Do que mais as escolas gostam e do que elas não gostam?

As escolas têm muito o que descobrir ainda sobre o uso da Internet e do próprio Portal. Fazemos nosso trabalho levando as informações para que elas façam o melhor uso de tudo o que o Portal oferece. As escolas gostam muito dos projetos apresentados para desenvolvimento em sala de aula, da possibilidade que os alunos têm de consultar o Professor on-line, como também da ferramenta de Pesquisa e do Boletim.

. E do design, dos conteúdos, dos recursos multimídia, o que as escolas falam?

Veja, no todo, nunca tivemos nenhuma reclamação desses itens. O que as escolas mais avaliam é o conteúdo e a forma como poderão apresentar aos pais o Portal como um recurso realmente necessário. Se existissem problemas na apresentação do Portal na questão de design ou qualquer outra coisa, tenho certeza de que elas iriam citar como desfavorável para a compra.

ANEXO 3 – Instrumento de *benchmarking* para análise de Portais Educacionais

Atributo	Portal Educacional www.educacional.com.br	Escol@24Horas www.escola24horas.com.br	Klick Educação www.klick.com.br
1. Conveniência			
2. Acessibilidade			
3. Confiabilidade			
Ser um Portal de um sistema educacional			
4. Atualização			
5. Atualidade			
6. Variedade de serviços			
Professor on-line			
Profissionais on-line			
E-mail			
Participação de articulistas			
Desenvolvimento de projetos			
Extratificação de conteúdos para públicos-alvo			
Indicação de novos <i>sites</i> com classificação de conteúdo			
Boletim			
Comunicações de sala de aula			
Acompanhamento da vida escolar			
Facilidade, variedade e profundidade na ferramenta de pesquisa			
Promoções			
Eventos de integração, discussão e promoção da Educação			
Desenvolvimento de projetos educacionais			
7. Personalização			
8. Interatividade			

9. Navegação			
Facilidade para encontrar conteúdos			
Botões e <i>link</i> que demonstram sua finalidade			
Barras de navegação visíveis			
Informações dispostas de forma organizada e de fácil compreensão			
10. Conteúdo			
Variedade de conteúdo			
Profundidade do conteúdo			
Conteúdo de interesse do público			
11. Design			
Uso de fontes adequadas para leitura			
Uso de cores agradáveis para navegação			
Ícones de identificação de conteúdo			
Lay out agradável			
Conjunto gráfico agradável			
Conjunto gráfico de acordo com o conteúdo			

PESQUISA SOBRE O PORTAL EDUCACIONAL

Caro aluno:

Você está recebendo uma pesquisa sobre o uso do Portal Educacional – www.educacional.com.br – site na Internet que o Positivo disponibiliza como ferramenta para seu desenvolvimento educacional.

Gostaria de poder contar com você nas respostas a essas perguntas, pois elas irão me auxiliar a desenvolver um projeto pessoal, que é um estudo sobre o Educacional. Por isso, as suas respostas são muito importantes e espero poder contar com a sua atenção, respondendo a todas elas. Basta você marcar qual a melhor resposta para o uso que você faz do Portal Educacional, auxiliando-me a entender como a Internet e o Portal Educacional fazem parte da sua vida e em que o Portal Educacional poderia melhorar para atender às suas necessidades.

Agradeço sua atenção!

Patricia Favorito Dorfman

Sobre a Internet

1. Você acessa a Internet:
 de casa da escola de casa e da escola
2. Você navega na Internet:
 todos os dias
 mais de uma vez por semana
 uma vez por semana
 eventualmente
3. O uso mais freqüente que você faz da Internet é:
 para trabalhos escolares
 para entretenimento
 para conversar com amigos (chat, e-mail)
 outros. Quais? _____

Sobre o Portal Educacional – www.educacional.com.br

1. Você já acessou o Portal Educacional?
 Sim Não
2. Com que freqüência você acessa o Portal Educacional:
 todos os dias
 mais de uma vez por semana
 eventualmente
3. Você acha importante o Portal Educacional estar disponível todos os dias, a qualquer hora do dia, para suas consultas:
 Sim Não
4. O endereço do Portal Educacional está sempre acessível, disponível, no momento em que você deseja?
 Sim Não
5. Você confia no que o Portal Educacional lhe oferece?
 Sim Não
6. Para você é importante o Portal Educacional ser feito pelo Sistema Positivo de Ensino?
 Sim Não
7. O Portal Educacional apresenta atualizações constantes em suas páginas?
 Sim Não
8. Você acha que o conteúdo do Educacional é atual?
 Sim Não
9. Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes serviços oferecidos pelo Portal Educacional:

. Professor on-line:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim

- . Profissionais on-line (psicólogo e nutricionista):
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . E-mail:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Textos escritos por diversos profissionais:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Projetos sobre assuntos diversos desenvolvidos no Portal Educacional:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Entrevistas:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Conteúdo específico para cada série:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Sobre a ferramenta de pesquisa:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Oferta de boletim on-line:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Na pesquisa, a indicação de outros *sites* com classificação da qualidade do conteúdo que será encontrado:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Comunicações que a sua escola faz sobre as atividades em sala de aula:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Comunicações que a sua escola faz sobre as atividades escolares:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim
- . Promoções feitas pelo Portal Educacional:
 muito bom bom razoável ruim muito ruim

10. Na sua opinião, o Portal Educacional se comunica com você de forma personalizada?

- Sim Não

11. O Portal Educacional permite que você interaja com outros internautas, com o conteúdo do site e com profissionais que nele trabalham?

- Sim Não

12. Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens de navegação do Portal Educacional:

. Facilidade para encontrar conteúdos:

- muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Botões e *link* demonstram qual é a sua finalidade:

- muito bom bom razoável ruim muito ruim

. As barras de navegação são visíveis:

- muito bom bom razoável ruim muito ruim

. As informações estão dispostas de forma organizada e de fácil compreensão:

- muito bom bom razoável ruim muito ruim

13. Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens sobre o Portal Educacional:

. Variedade de conteúdo:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Profundidade dos conteúdos:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Conteúdo de interesse do aluno:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

14. Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens sobre o Portal Educacional:

. Sobre o uso de fontes adequadas para leitura dos conteúdos:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Sobre o uso das cores para tornar o site agradável:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Sobre os ícones para identificação de conteúdos:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Sobre o uso de recursos gráficos que facilitam a navegação pelo Portal

Educacional:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Sobre o desenho geral das páginas do Portal Educacional:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

. Sobre o uso de recursos gráficos para apresentar os conteúdos:

muito bom bom razoável ruim muito ruim

Nome: _____

Idade: _____

Série: _____

Escola: _____

ANEXO 5 – Grade de resultados dos instrumentos de pesquisa

Sobre a Internet		15 respondetes	13 respondentes
		Ensino Fundamental	Ensino Médio
1	Você acessa a Internet:		
	de casa	6	5
	da escola	0	0
	de casa e da escola	9	8
	Total	15	13
2	Você navega na Internet:		
	todos os dias	3	8
	mais de uma vez por semana	6	5
	uma vez por semana	3	0
	eventualmente	3	0
	Total	15	13
3	O uso mais freqüente que você faz da Internet é:		
	para trabalhos escolares	13	0
	para entretenimento	1	5
	para conversar com amigos	1	8
	Outros	0	0
	Total	15	13
Sobre o Portal Educacional			
1	Você já acessou o Portal Educacional?		
	Sim.	15	13
	Não.	0	0
	Total	15	13
2	Com que freqüência você acessa o Portal Educacional:		
	Todos os dias	0	0
	Mais de uma vez por semana	6	4
	Eventualmente	9	9
	Total	15	13
3	Você acha importante o Portal Educacional estar disponível todos os dias, a qualquer hora do dia, para suas consultas:		
	Sim.	15	12
	Não.	0	0
	Total	15	12
4	O endereço do Portal Educacional está sempre acessível, disponível, no momento em que você deseja?		
	Sim.	13	13
	Não.	2	0
	Total	15	13
5	Você confia no que o Portal Educacional lhe oferece?		
	Sim.	15	12
	Não.	0	1
	Total	15	13
6	Para você é importante o Portal Educacional ser feito pelo Sistema Positivo de Ensino?		
	Sim.	14	13
	Não.	1	0
	Total	15	13

7	O Portal Educacional apresenta atualizações constantes em suas páginas?		
	Sim.	14	12
	Não.	1	1
	Total	15	13
8	Você acha que o conteúdo do Educacional é atual?		
	Sim.	13	12
	Não.	1	1
	Total	14	13
9	Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes serviços oferecidos pelo Portal Educacional:		
	Professor on-line		
	Muito bom	5	4
	Bom	8	5
	Razoável	2	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	11
	Profissionais on-line:		
	Muito bom	5	4
	Bom	9	5
	Razoável	0	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	14	11
	E-mail:		
	Muito bom	7	0
	Bom	3	7
	Razoável	3	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	1
	Total	13	10
	Textos escritos por diversos profissionais:		
	Muito bom	6	4
	Bom	9	8
	Razoável	0	1
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Projetos sobre assuntos diversos desenvolvidos no Portal Educacional?		
	Muito bom	11	3
	Bom	3	7
	Razoável	1	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	12
	Entrevistas:		
	Muito bom	8	4
	Bom	6	2
	Razoável	1	4
	Ruim	0	0

Muito ruim	0	0
Total	15	10
Conteúdo específico para cada série:		
Muito bom	6	8
Bom	7	2
Razoável	2	2
Ruim	0	0
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Sobre a ferramenta de pesquisa:		
Muito bom	5	7
Bom	8	1
Razoável	2	3
Ruim	0	1
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Oferta de boletim on-line:		
Muito bom	10	8
Bom	4	3
Razoável	1	1
Ruim	0	0
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Na pesquisa, a indicação de outros <i>sites</i> com classificação da qualidade do conteúdo que será encontrado:		
Muito bom	5	5
Bom	7	5
Razoável	3	0
Ruim	0	2
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Comunicações que sua escola faz sobre as atividades em sala de aula:		
Muito bom	4	3
Bom	7	5
Razoável	3	3
Ruim	1	1
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Comunicações que a sua escola faz sobre as atividades escolares:		
Muito bom	4	3
Bom	9	3
Razoável	2	5
Ruim	0	1
Muito ruim	0	0
Total	15	12
Promoções feitas pelo Portal Educacional:		
Muito bom	1	0
Bom	11	5
Razoável	1	4
Ruim	1	2
Muito ruim	0	1

	Total	14	12
10	Na sua opinião o Portal Educacional se comunica com você de forma personalizada?		
	Sim	15	11
	Não	0	2
	Total	15	13
11	O Portal Educacional permite que você interaja com outros internautas com o conteúdo do site e com profissionais que nele trabalham?		
	Sim	14	11
	Não	1	2
	Total	15	13
12	Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens de navegação do Portal Educacional: Facilidade para encontrar conteúdos:		
	Muito bom	3	8
	Bom	7	3
	Razoável	4	2
	Ruim	1	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Botões e <i>link</i> demonstram qual é a sua finalidade:		
	Muito bom	8	8
	Bom	7	4
	Razoável	0	1
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	As barras de navegação são visíveis:		
	Muito bom	10	6
	Bom	4	5
	Razoável	1	1
	Ruim	0	1
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	As informações estão dispostas de forma organizada e de fácil compreensão:		
	Muito bom	8	9
	Bom	6	2
	Razoável	0	2
	Ruim	1	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
13	Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens sobre o Portal Educacional: Variedade de conteúdo		
	Muito bom	6	6
	Bom	9	5
	Razoável	0	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Profundidade dos conteúdos:		

	Muito bom	9	2
	Bom	5	10
	Razoável	1	1
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Conteúdo de interesse do aluno:		
	Muito bom	4	4
	Bom	9	6
	Razoável	2	2
	Ruim	0	1
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
14	Avalie, com opções que vão do muito bom ao muito ruim, os seguintes itens sobre o Portal Educacional:		
	Sobre o uso de fontes adequadas para leitura dos conteúdos:		
	Muito bom	6	2
	Bom	7	9
	Razoável	1	1
	Ruim	0	1
	Muito ruim	0	0
	Total	14	13
	Sobre o uso das cores para tornar o site agradável:		
	Muito bom	6	5
	Bom	8	6
	Razoável	1	2
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Sobre os ícones para identificação dos conteúdos:		
	Muito bom	11	4
	Bom	2	5
	Razoável	2	4
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Sobre o uso de recursos gráficos que facilitam a navegação:		
	Muito bom	13	6
	Bom	2	3
	Razoável	0	3
	Ruim	0	1
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Sobre o desenho geral das páginas do Portal Educacional:		
	Muito bom	4	6
	Bom	9	6
	Razoável	2	1
	Ruim	0	0
	Muito ruim	0	0
	Total	15	13
	Sobre o uso de recursos gráficos para apresentar os conteúdos:		
	Muito bom	8	7

Bom	6	3
Razoável	1	3
Ruim	0	0
Muito ruim	0	0
Total	15	13