

Editorial

O trabalho de edição do sétimo número da RISTI (Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação), dedicado à temática do Negócio Digital, constituiu um enorme prazer de realização que agora é partilhado com toda a comunidade científica e profissional.

Um dos paradigmas que mais tem evoluído nos últimos anos é indiscutivelmente a Internet. Esta tem vindo a revolucionar definitivamente a forma de realizar e conduzir os negócios nas mais diversas áreas de actividade, sendo inúmeras as aplicações do Negócio Digital, bem como, as dimensões em que este pode ser estudado. Redes cada vez mais poderosas, novos equipamentos terminais conferindo maior ubiquidade e novas plataformas de software permitem diferentes e mais completas formas de interação entre os diversos parceiros de negócio.

Nos últimos anos um novo conjunto de plataformas da Web tem atraído utilizadores, consumidores, empresas e toda a sociedade em geral. Estas facilitam a colaboração entre utilizadores, a criação de recursos e a partilha de informação e conhecimento de uma forma mais completa. Referimo-nos a redes sociais, Blogs, Wikis, plataformas de partilha de vídeos e fotos, entre outros. Muitos destes serviços são muito recentes, no entanto, sabemos que nesta realidade estão envolvidos milhões de utilizadores, o potencial de negócio de biliões de euros e um enorme impacto social, o que constitui um enorme desafio ainda não totalmente concretizado, no sentido de procurar integrar e criar valor junto do negócio.

O conjunto de cinco artigos que se publica neste número da RISTI, resultou de um exímio escrutínio efectuado pelos membros da comissão científica sobre os vinte e dois trabalhos apresentados pelos autores, quinze oriundos de Portugal, seis de Espanha e um do Brasil. Cada trabalho foi sujeito à avaliação por quatro revisores, resultando numa taxa de aceitação de 22.7%, sendo três artigos originários de Portugal e dois de Espanha.

Os artigos publicados neste número da revista cobrem, como anunciado na chamada de artigos, a dimensão tecnológica, social e organizacional do Negócio Digital.

O primeiro artigo apresenta a plataforma VRINMOTION, como sendo um sistema modular configurável que utiliza como elemento principal a tecnologia de Realidade Aumentada para a visualização de objectos não existentes (modelos virtuais em 3D) em ambientes reais. Esta plataforma pretende proporcionar à indústria do mobiliário uma ferramenta de marketing eficaz, que permita a disponibilização de um catálogo em formato 3D, de forma a simular e visualizar, com recurso à Realidade Aumentada a aplicação de uma determinada peça de mobiliário “in loco”.

O segundo artigo apresenta um estudo baseado num “survey” sobre a utilização do e-Marketing em empresas de regiões ultraperiféricas, que caracterizadas pelo seu afastamento, insularidade, pequena superfície, relevo e clima difíceis e dependência económica em certos sectores, procuram cada vez mais investir em novas tecnologias. Através deste estudo foi possível verificar de que forma é aplicado o e-Marketing nas empresas da Madeira, tendo em conta as suas amplas possibilidades, associadas aos seus reduzidos custos e facilidades de implementação.

O terceiro artigo apresenta o Q-Model – um modelo bidimensional de maturidade para o governo electrónico. O modelo proposto resulta de um esforço de síntese de modelos de maturidade existentes, diferenciando-se no entanto por prever duas dimensões de análise: interacção na prestação de serviços; e integração dos serviços do ponto de vista dos clientes.

O quarto artigo descreve como o uso de ontologias acrescidas de semântica pode ajudar na definição de estratégias de marketing no contexto dos serviços multimédia. É proposta uma arquitectura onde as ontologias são usadas para modelar as características e o comportamento do utilizador de forma evolutiva para que se possam inferir informações relevantes.

Finalmente, no último artigo é tratada a problemática da acessibilidade Web, assunto de grande relevância e que tem a ver com a possibilidade de utilização dos sítios Web por pessoas com necessidades especiais. Apresenta-se uma proposta tecnológica para melhorar a acessibilidade através de uma ferramenta que identifica pontos críticos de controlo do código HTML e apresenta propostas de alteração com vista ao cumprimento das normas.

Termino, agradecendo o esforço e dedicação a todos os autores e revisores envolvidos nesta edição a quem dirijo também palavras de incentivo e, desejo muito sinceramente que esta possa contribuir de forma significativa para que todos consigamos dar um maior contributo para a utilização do Negócio Digital, como factor de desenvolvimento e evolução das nossas organizações.

Ramiro Gonçalves

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro