

25  
ANOS

1982 - 2007

Comunicar

35

Centro de  
Linguagem e Comunicação

**PUC**  
CAMPINAS  
PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA

## COMUNICARTE

Revista semestral do Centro de Linguagem e Comunicação da  
Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
**Integrante da Rede Ibero-Americana de Comunicação e Cultura**  
**ANO XXV número 35 2007**

DIRETOR FUNDADOR: Mário de Lucca Erbolato (1982-1990)  
EDITORA-CHEFE: Cleonice Furtado de Mendonça van Raij  
EDITORA ADJUNTA: Márcia Fantinatti  
EDITOR ADJUNTO: João Baptista de Almeida Júnior  
TRADUTORA: Nair Leme Fobé

CONSELHO EDITORIAL: Amarildo B. Carnicel, Ângela Maria C. Furlani (Instituto Agrônômico, revista Bragantia), Cleuza G. Gimenes Cesca, Dulce Adélia Adorno Silva, Flailda Brito Garboggini, José Benedito Pinho (Universidade Federal de Viçosa), Karina Toledo Solha, Marcel José Cheida, Paulo Rogério Tarsitano (Universidade Metodista de São Paulo) e Paulo de Tarso Cheida Sans.

Projeto gráfico: Amarildo B. Carnicel  
Capa: Agência Experimental de Publicidade e Propaganda  
Edição eletrônica: Danilo Sanches

COMUNICARTE é uma publicação do Centro de Linguagem e Comunicação da Pontifícia Universidade Católica de Campinas (PUC-Campinas), voltada para a divulgação de assuntos relacionados às ciências da Comunicação, Jornalismo, Publicidade e Propaganda, Relações Públicas, Turismo e Artes.

COMUNICARTE aceita artigos não só de professores do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, mas também de outras instituições de ensino e pesquisa nas áreas de Artes, Comunicações e Turismo, não se responsabilizando pelos conceitos emitidos pelos seus autores.

\*\*COMUNICARTE publica artigos, resumos de dissertações e de teses, comunicação de pesquisas, resenhas de livros.

\*\* Todos os artigos recebidos para publicação são submetidos ao Conselho Editorial, que pode sugerir ao autor alterações em seus textos ou ainda recusá-los por não se ajustarem às normas da revista.

\*\* Os textos devem seguir as diretrizes da Associação Brasileira de Normas Técnicas (ABNT). \*\* As comunicações devem ter no mínimo de dez e no máximo 20 laudas, digitadas em Word, corpo 12, fonte times new roman, espaço 1,5, com um máximo de 70 toques por linha. Ilustrações deverão ser fornecidas pelos autores. Os textos devem ser enviados para o endereço eletrônico [clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br](mailto:clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br). É permitida a transcrição de artigos de autoria de professores do Centro de Linguagem e Comunicação da PUC-Campinas, desde que citada a fonte. \*\* COMUNICARTE é enviada gratuitamente às escolas de Artes, Comunicação e Turismo (sempre que possível na forma de permuta), às entidades das respectivas áreas e também a professores e pesquisadores, mediante solicitação por escrito.

ISSN 0102-0242

## COMUNICARTE

R. Comunicarte	Cámpinas	v. 26	nº 35	p. 1 - 85	2007
----------------	----------	-------	-------	-----------	------

**Comunicarte, v. 1, n. 1, 1982 - Campinas:  
Pontifícia Universidade Católica (PUC-Campinas)  
Centro de Linguagem e Comunicação  
Faculdades de Artes, Jornalismo, Publicidade, Relações Públicas e Turismo**

22 cm

Semestral

ISSN 0102-0242

1-Comunicação - Periódicos; 2-Artes - Periódicos. 3-Turismo - Periódicos

O

CDD 001-51

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS  
(Sociedade Campineira de Educação e Instrução)**

**Grão-Chanceler:** Dom Bruno Gamberini

**Reitor:** Prof. Pe. Wilson Denadai

**Vice-Reitora:** Prof<sup>a</sup> Ângela de Mendonça Engelbrecht

**Pró-Reitor de Graduação:** Prof. Germano Rigacci Júnior

**Pró-Reitora de Pesquisa e Pós-Graduação:** Prof<sup>a</sup> Vera Engler Cury

**Pró-Reitor de Extensão e Assuntos Comunitários:** Prof. Paulo de Tarso Barbosa Duarte

**Pró-Reitor de Administração:** Prof. Marco Antonio Carnio

**CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO**

**Diretor:** Prof. Wagner José Geribello

**Diretora Adjunta:** Prof<sup>a</sup> Karina Toledo Solha

**Faculdade de Artes:** Prof. Flávio Shimoda

**Faculdade de Jornalismo:** Prof<sup>a</sup> Denise Tavares da Silva

**Faculdade de Publicidade:** Prof<sup>a</sup> Fláilda Brito Garboggini

**Faculdade de Relações Públicas:** Prof<sup>a</sup> Cláudia Maria de Cillo Carvalho

**Faculdade de Turismo:** Prof<sup>a</sup> Laura Umbelina Santi

**PONTIFÍCIA UNIVERSIDADE CATÓLICA DE CAMPINAS  
CENTRO DE LINGUAGEM E COMUNICAÇÃO**

Rodovia D. Pedro I, km 136 - Parque das Universidades - CEP 13086-900

Caixa Postal 317 - CEP 13012-970

Tel.: (0XX19) 3756-7164 / Fax.: 3756-7197

Site: [www.puc-campinas.edu.br](http://www.puc-campinas.edu.br)

E-mail: [clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br](mailto:clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br)

Campinas - SP - Brasil



# ÍNDICE

Apresentação .....	5
Amarildo B. CARNICEL Escrevendo a história por meio da informação em formato fast-food. É possível? .....	7
<i>Writing History through information in Fast-Food Format: is that possible?</i>	
Inês ALBUQUERQUE, Paulo Cezar Barbosa MELLO A rede de internet e as comunidades artísticas: um novo ponto de encontro virtual .....	23
<i>The Internet and artistic Communities: a new virtual meeting point</i>	
Senilde Alcântara GUANAES Turismo, natureza e populações “tradicionais”: nas trilhas da Chapada Diamantina-BA .....	39
<i>Tourism, nature, and “traditional populations: on the trail of Chapada Diamantina - BA</i>	
Juliano Maurício de CARVALHO, Ângela M. Grossi de CARVALHO A cidadania nas redes de comunicação .....	57
<i>Citizenship in Communication nets</i>	
Maria Rosana Ferrari NASSAR Novas tecnologias de comunicação em hospitais: a internet como estratégia para melhorar o ..... relacionamento com os públicos	69
<i>New technologies in communication in hospitals: the Internet as a strategy to improve the relationship with the public</i>	

## AO LEITOR

**C**omunicarte, editada pelo Centro de Linguagem e Comunicação, celebra, neste 2007, seus 25 anos a serviço da produção científica não só de seu corpo docente, mas também de pesquisadores oriundos de várias instituições do país, o que legitima, e muito, seu papel de veículo científico por excelência.

Esta edição traz uma diversidade de artigos, pontuando a dinâmica do mundo em que vivemos, marcada pela amplitude de pensamentos. Assim, Amarildo B. Carnicel questiona a possibilidade de escrever a história da informação em formato fast-food; Inês Albuquerque e Paulo Cezar Barbosa Mello apresentam um novo ponto de encontro virtual: a rede de Internet e as Comunidades Artísticas; Senilde Alcântara Guanaes relata o Turismo, a natureza e as populações “tradicionais” nas trilhas da Chamada Diamantina, BA; Juliano Maurício de Carvalho e Ângela M. Grossi de Carvalho destacam a cidadania nas redes de comunicação; Maria Rosana Ferrari Nassar descreve as novas tecnologias de comunicação em hospitais.

Nesta edição comemorativa, renovamos nossos agradecimentos à contribuição de todos que apostam na comunicação veiculada pela Comunicarte.

Boa leitura!

# ESCREVENDO A HISTÓRIA POR MEIO DA INFORMAÇÃO EM FORMATO FAST-FOOD. É POSSÍVEL?

Amarildo B. CARNICEL<sup>o</sup>

## RESUMO

No Brasil, os números do IVC (Instituto Verificador de Circulação) mostram que os jornais populares são os responsáveis pelo aumento da circulação diária paga no país - respondem por cinco das dez maiores tiragens aferidas pelo órgão. São veículos que se caracterizam pela utilização de *fait-divers*, termo francês que designa a notícia breve, superficial, sensacionalista, voltada a um público cujo hábito de leitura não está entre suas prioridades. Diante desse cenário, é possível considerar o jornalista como historiador do cotidiano? Como é possível investigar, mostrar posições divergentes, contextualizar, interpretar, expor idéias e formar opiniões fazendo uso desse recurso? Se esses elementos são fundamentais para o trabalho do historiador, páginas de jornais certamente não oferecerão matéria-prima confiável para a construção da história.

---

<sup>o</sup>Professor da Faculdade de Jornalismo (PUC-Campinas), do Labjor (Unicamp) e pesquisador do Centro de Memória (CMU/Unicamp). Jornalista, Doutor em Educação (Unicamp) e Mestre em Multimeios (Unicamp).

**Palavras-chave:** Comunicação; Jornalismo; História; Historiador; Jornal impresso.

*ABSTRACT*

*The numbers of the Institute of Circulation Examiner (ICE) show that the newspapers meant for the lower social classes in Brazil are largely responsible for the recent increase of paid daily circulation in the country - they account for five out the 10 biggest printing issue considered by ICE. This kind of media is characterized by what the French call fait-divers, which means a brief, superficial, sensationalist sort of news, meant for those not accustomed to reading. Taking this situation into account, is it possible to consider the journalist as a day to day historian? How is it possible to investigate, to show different sides of the fact, contextualize, interpret, show ideas, shape opinions using such resource? If such elements are fundamental to the historian, news issued in such kind of newspaper will certainly not offer a reliable material for the construction of History.*

**Key words:** *Communication; Journalism; History; Historian; Printed Newspaper.*

**E**ssa reflexão surge a partir de um questionamento que inquieta jornalistas e pesquisadores da área no mundo ocidental: os jornais impressos podem desaparecer? Se tomarmos como parâmetro o fenômeno que ocorre nos Estados Unidos, onde a circulação de jornais vem caindo sistematicamente há vários anos, a resposta é afirmativa. Se tomarmos o Brasil como parâmetro, onde a circulação, ao contrário da realidade norte-americana, vem crescendo sistematicamente (aumentou 0,8% em 2004; 4,1% em 2005; 6,5% em 2006 e com indicativos de manter a tendência em 2007, conforme levantamentos do Instituto de Verificação de Circulação - IVC), a resposta é negativa, pelo menos em médio prazo. Entretanto, esse cenário deve ser visto com muita cautela e com boa dose de preocupação. Isso porque, no Brasil, o crescimento de circulação

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

que vem alavancando esses números não é registrado em grandes jornais formadores de opinião, como *Folha de S. Paulo*, *O Estado de S. Paulo* e *O Globo*, publicações que mostram números em queda ou com aumento discreto. Esse crescimento se dá no segmento de jornais populares que representam 50% dos dez veículos impressos mais vendidos no Brasil.

Os números do IVC mostram que o jornal com maior tiragem no Brasil em agosto de 2007 foi o popular *Super Notícia*, sediado em Belo Horizonte, Minas Gerais. Com o aumento de 101% registrado no período de agosto de 2006 a agosto de 2007, o veículo superou a circulação paga (vendas em bancas e assinaturas) da *Folha de S. Paulo*: o *Super Notícia* apresentou tiragem média diária de 300.322 exemplares (em 2006, registrou 149.687) contra uma tiragem de 299.010 registrada pelo jornal paulista, que amargou no período uma queda 6% (em 2006, atingiu a marca de 317.669). No ranking do IVC, *O Globo* (RJ) ficou com a terceira posição (queda de 1%: de 278.487 para 276.733), o *Extra* (RJ) ocupou a quarta posição (queda de 1%: diminuiu de 240.747 para 238.937). *O Estado de S. Paulo*, com aumento de 4%, ocupou a quinta posição (a tiragem subiu de 230.029 para 238.756). O popular *Meia Hora* (RJ) é outro que registrou aumento significativo: 49% (subiu de 145.530 para 216.602). O *Zero Hora*, de Porto Alegre (RS), foi o sétimo no ranking e registrou um aumento de 2% (subiu de 173.299 para 177.202). O popular *Diário Gaúcho* (RS) registrou aumento de 1% e ficou em oitavo lugar (subiu de 152.453 para 154.044). *O Correio do Povo*, também do Rio Grande do Sul, ocupou a nona posição e apresentou pequena queda de 1% (caiu de 155.612 para 153.432). E finalmente, o décimo colocado, o popular *O Dia* (RJ), com aumento de 3% (subiu de 113.157 para 116.645).

Mais que reveladores, esses números são indicadores de fortalecimento de uma modalidade de mídia que segue na contramão da idéia de que o jornal deve ser instrumento de educação e de formador de opinião. Esse tipo de mídia caracteriza-se, entre outras qualidades, pela utilização de *fait-divers*, “termo francês que designa a notícia do dia (crimes, roubos, acontecimentos extraordinários)” (ANGRIMANI, 1995, p. 11). Em seu livro *Espreme que Sai Sangue*, o autor lembra que o *fait-divers* caracteriza-se por uma “carga suficiente de interesse humano,

curiosidade, fantasia, impacto, raridade, humor, espetáculo, para causar uma tênue sensação de algo vivido no crime, no sexo e na morte” (idem, p. 26). Rabaça e Barbosa (2002, p. 296) apresentam a seguinte definição para a expressão:

*Diz-se de notícia que desperta interesse do leitor por implicar rompimento insólito ou extraordinário do curso cotidiano dos acontecimentos. Assim, o crime passional, a briga de rua, o atropelamento, o assalto são fait-divers, narrativas típicas do jornalismo sensacionalista e popularesco. [...] é fait-divers o acontecimento caracterizado pela perturbação de uma causa (p. ex.: médico assassina moça com o estetoscópio) ou pela anomalia do acaso (ganhou na loteria quarenta vezes). O fait-divers converte-se, a partir daí, numa verdadeira ‘grade’ de sentidos, através da qual o discurso jornalístico maneja uma certa idéia de destino.*

De maneira geral, os veículos populares são marcados por algumas peculiaridades. A maioria não apresenta editorial e caminha na contramão do objetivo que rege a maioria dos jornais do país: o de formador de opinião. Seu foco é outro: formar leitores. Para isso adota a estratégia de publicar textos com uma estrutura quase radiofônica, dotadas de linguagem praticamente oral. Não raro, as notícias são curtas, a maioria extraída de texto mais completo publicado em veículos de notícias mais reservados. Buscamos no idioma inglês a expressão *fast-food* (refeição rápida, lanche) para melhor compreender o fenômeno. As informações transmitidas pelos jornais populares são rasas, espetaculares, descontextualizadas, dosadas de dramaticidade e que, por conta disso, devem ser consumidas rapidamente. São informações, pela sua maneira de apresentação (tanto em conteúdo quanto em forma), que se tornam perecíveis. A apreensão, por parte do público a que destina, é quase inexistente - trata-se de um produto descartável que logo será substituído por outro que também, não raro, terá vida curta.

Essa formatação de linguagem, que ganha em dramaticidade pela apresentação visual apelativa, acirra um debate que divide os profissionais da informação: seria o jornalista um historiador do cotidiano? Como imprimir ao profissional esse rótulo considerando que suas produções (entrevistas, reportagens etc.) mostram-se cada vez mais curtas, mais superficiais, niveladas por um público cujo hábito de leitura não está entre

suas prioridades? Se o desempenho do profissional do jornalismo deve ser pautado pela responsabilidade social que possui na construção da história, como fazê-lo produzindo textos mais próximos da oralidade do que da escrita (algo supostamente mais denso, profundo)? A notícia, cada vez mais perecível, não estaria pondo definitivamente uma pedra sobre essa discussão, legitimando o ponto de vista daqueles que afirmam que o jornalista não passa de um mero observador da história e que compete a ele apenas noticiar os fatos ou, no máximo, oferecer dados para o trabalho do historiador?

Ilustro essa reflexão apresentando pequeno conto das *Histórias de Cronópios e Famas*, do escritor argentino Julio Cortázar exemplificado por Nilson Lage em seu livro *Linguagem Jornalística*, publicado em 1997. Nessa passagem, Lage (1997, p. 8) aborda a condição perecível ou não da informação que ilustra a contingência do jornal moderno. O conto relata:

*O caso de um homem que comprou seu matutino predileto e o folheou no banco da praça, até perceber que, milagrosamente, ele se transformara em um maço de papel. Deixou-o sobre o banco e ali, tão logo, um transeunte pôs-lhe os olhos em cima, o maço de papel, por milagre, voltou a ser jornal. E assim aconteceu por várias vezes, até o fim do dia, quando o último personagem da história olhou o maço de papel e, distraído, o pôs de lado, porque a metamorfose não mais ocorria e o jornal estava definitivamente condenado a ser um rele maço de papel.*

O maço de papel - produto da metamorfose pela qual passou o matutino ao longo do dia - poderá ainda 'metamorfosar-se' em algumas finalidades: embrulhar peixe ou ser arquivado para futuras consultas. A quem cabe essa decisão, apenas ao leitor? Todo jornal deve passar, obrigatoriamente, por essa metamorfose, e ser descartado ou deverá ser guardado (ou pelo menos parte dele) como documento, como registro de um fato que ajuda a compor um mosaico para contar a história de uma localidade, de uma cidade, de um país? Uma resposta simples a essa questão é: depende do conteúdo do jornal e do grau de instrução e de interesse do leitor que teve acesso a essas informações. É igualmente simples - e porque não óbvio - afirmar que um conteúdo mais denso, com informações bem apuradas, interpretadas e contextualizadas, tem



maior chance de ficar para a história, de despertar interesse em alguns dos milhares de leitores de um determinado matutino.

Por outro lado, esse matutino mais denso, com informações detalhadas e confiáveis, que contemple análise, informação, interpretação e opinião está cada vez mais raro, seja no Brasil ou em outras partes do mundo ocidental. Vivemos um momento marcado pelo excesso de informação que segue na contramão do tempo que as pessoas dispõem para se informar. Ou seja, se por um lado o tempo está cada vez mais curto, a quantidade de informação está cada vez mais volumosa, o que nos provoca certa anestesia de sentidos. Não há como apreender o excesso de mensagens.

Essa nova ordem no sistema de informação acaba por deixar apreensivos profissionais de alguns veículos de mídia impressa, publicações que por meio de notícias sérias, fundamentadas e bem apuradas já 'elegeram' e 'derrubaram' presidentes. Novas formas de comunicação, entre elas a internet, tornam velhas e desinteressantes as notícias publicadas nos jornais do dia seguinte. O que resta à mídia impressa para que sobreviva a partir dessa reengenharia do mercado de comunicação? Em unísono a resposta que mais se houve, seja entre os empresários do setor, seja entre os pesquisadores que buscam compreender esse fenômeno, é a necessidade de uma readaptação do setor que acabe por se configurar na busca de públicos diferenciados.

Entretanto, essa busca pela sobrevivência, é uma faca de dois gumes: pode ganhar os contornos de uma mídia densa, contextualizada, de análise, de interpretação que venha a enriquecer e explicar os fatos noticiados de maneira breve por veículos como rádio, TV e internet; pode, também, seguir o caminho oposto, reproduzindo no suporte papel, de maneira rasa, breve, espetacular, sensacionalista e até irresponsável aquilo que foi notícia no dia anterior. Esse modo de veiculação, marcado pela produção de jornais populares, busca estampar, nas páginas impressas, o conteúdo de outras mídias.

Meyer (2007) afirma que, na busca pela sobrevivência, algumas empresas jornalísticas dos Estados Unidos, que registram uma queda sistemática de circulação paga, estão lançando novos produtos ou

reorganizando os projetos gráficos e editoriais de veículos existentes:

*O jornal de circulação nacional US Today foi uma resposta a esse problema. Seu projeto original permitia que os leitores examinassem o jornal rapidamente e avaliassem um grande número de pequenos artigos. Na maioria dos casos, a reportagem breve era suficiente. Um leitor poderia sentir a necessidade de se aprofundar em outras fontes, mas o jornal havia realizado o serviço de alertá-lo (MEYER, 2007, p. 19).*

Isso denota que o modo mais crítico, mais profundo de publicação da notícia, perde campo para a mídia popular, que reproduz o que a internet já publicou, o que o rádio já noticiou e o que a televisão já apresentou. A informação jornalística mais densa - hoje presente em algumas editoriais nos principais jornais brasileiros, como a *Folha de S. Paulo* (que utilizou recentemente como estratégia de marketing o anúncio de que o jornal, a partir do redesenho gráfico, sem abrir mão de textos longos e analíticos, poderia ser lido em 30 minutos), *O Estado de S. Paulo*, *O Globo* e em revistas semanais como *Veja*, *Isto É* e *Carta Capital* - está cedendo lugar a veículos de leitura rápida, conforme verificamos por meio da significativa tiragem de jornais populares como o *Super Notícia*, em Minas Gerais e o *Extra* e o *Meia Hora* no Rio de Janeiro. Isso denota que entre veicular o que é de interesse público e interesse do público, a segunda alternativa é a que vem se configurando de maneira mais explícita.

Esse fenômeno deve ser analisado no cenário que tomou conta do mercado de mídia impressa no país em que grandes redes de comunicação, na busca por leitores distribuídos em diferentes escalas sociais, publicam títulos (ou jornais) diferentes, destinados aos que têm hábito de leitura e aos que não se dão o trabalho de ultrapassar o segundo parágrafo do texto. De norte a sul do país, o fenômeno é o mesmo, independentemente da localização da empresa publicadora ou da condição sócio-econômica-cultural do leitor. Na região sul, por exemplo, a RBS publica no Rio Grande do Sul o *Zero Hora* e o popular *Diário Gaúcho*. Na região sudeste, em São Paulo, o Grupo Folha, além da *Folha de S. Paulo*, publica o *Agora São Paulo* e o Grupo Estado produz *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde* (vale lembrar que ambos os grupos não reconhecem o *Agora São Paulo* e o *Jornal da Tarde* como veículos populares - preferem

situá-los entre as publicações em busca de perfil. No Rio de Janeiro, o Infoglobo elabora *O Globo* e o popular *Extra*. Na região nordeste, mais especificamente no estado do Ceará, a empresa responsável pela publicação do *Diário do Nordeste* elabora o popular *Jornal da Rua*. Esse fenômeno não é exclusivo de empresas sediadas em capitais. Em Campinas, interior de São Paulo, a Rede Anhanguera de Comunicação-RAC, (responsável pela publicação dos jornais *Correio Popular* e *Diário do Povo*) edita desde abril de 2007 o popular *Notícia Já*, um veículo cujo foco é atingir leitores das classes D e E.

Para ilustrar esse fenômeno, apresentamos recortes feitos em publicações de dois grandes grupos de comunicação, um em São Paulo (Grupo Estado) e outro em Campinas (RAC). Normalmente, os conteúdos ganham formas diferentes. É o que se observa em três publicações da RAC veiculadas no dia 21 de abril de 2007 sobre a ação de pichadores em fachadas de edifícios históricos. O veículo mais reservado da rede, *Correio Popular*, abre com a seguinte manchete “Outro prédio histórico é atacado por pichadores”; o *Diário do Povo*, publicação que ainda não encontrou seu perfil desde o surgimento do *Notícia Já*, estampa o título em caixa alta na cor azul: “FALTA de RESPEITO”; e o popular *Notícia Já* limita-se a dar uma nota com o título “Prédio histórico é pichado”. O que se percebe, sem grande esforço, é que o texto aplicado nas três publicações é o mesmo, porém apresentado de maneiras diferentes. Frases e parágrafos trocados e discursos invertidos revelam que o texto é literalmente ‘cozinhado’, passa por transformações e mutilações a partir de um mesmo original. É a estratégia encontrada pelas empresas com o claro objetivo de baratear custos e ampliar mercado, conforme assinala Oliveira (2003, p. 144):

*Nas edições especiais sobre os atentados do dia 11 de setembro de 2001, nos Estados Unidos [...] o Extra e O Globo publicaram quase na totalidade os mesmos textos, diversificando apenas os títulos e a diagramação, o que nos faz supor que no caso do agravamento da crise financeira as empresas utilizariam uma mesma equipe para fazer dois produtos diferentes.*

Basta fazer uma observação mais atenta para perceber que a afirmação não é mera suposição - é fato. Conforme exemplificamos, o que

muda é o tom do título da matéria e a disposição gráfica dos elementos na página: cada qual adequado ao seu público. Ao analisar a edição de 17 de julho de 2006 dos jornais *O Estado de S. Paulo* e *Jornal da Tarde* (ambos do Grupo Estado), percebe-se que não houve por parte do editor a preocupação de ‘cozinhar’ o texto que se repete literalmente nas duas versões (na reservada e na popular, ou aquela que busca seu perfil). Trata-se de uma edição de segunda-feira que noticia, entre outros assuntos, a vitória do Palmeiras sobre o Corinthians que teve como destaque a atuação do jogador Edmundo. *O Estado de S. Paulo* estampou: “Edmundo: ‘a alegria voltou!’” com a seguinte linha-fina: “Atacante deu bronca nos companheiros, no intervalo. Depois admitiu: ‘esse é o Palmeiras que a gente quer’”. *O Jornal da Tarde*, de maneira mais apelativa, apresenta a seguinte manchete: “Ele é Animal”, seguido da seguinte linha-fina: “Edmundo dá bronca, time acorda e Verdão bate o Timão”.

Nessa pequena amostragem, percebemos que há por parte das empresas o nítido interesse de produzir mais por menos, usando a mesma engrenagem para elaborar produtos ‘diferentes’, conforme vimos nos exemplos do Grupo Estado e da RAC. O processo tem início com o repórter e o fotógrafo que saem a campo em busca de dados para compor a matéria. Ou seja, eles fornecem as informações (conteúdo) que ganharão tratamento diferenciado (forma) dependendo do público a que se destinam. No processo de produção de um veículo popular e de um jornal de grande circulação, os personagens que geralmente se alternam, ainda na redação, são o editor de arte, o editor de área, o editor de fotografia e o paginador. Ao editor de arte compete definir as diretrizes para a diagramação seguindo o projeto gráfico do veículo. Ao editor de área cabe produzir um título com linguagem que se aproxima mais da grande massa. Ao editor de fotografia cabe decidir pela ‘explosão’ das fotos como também salientar detalhes que resvalam na apelação. Ao paginador, compete executar a orientação vinda dos editores. Daí em diante, os processos de produção dos dois jornais encontram-se novamente, seja na etapa de impressão ou de distribuição, configurando o enxugamento da equipe, seja no que diz respeito ao trabalho intelectual, seja na questão técnica ou de logística.

A partir dessa pequena, porém significativa, amostra do cenário da mídia impressa no país, em que o enxugamento das redações e a produção

de textos cada vez mais curtos vêm predominando no mercado de mídia impressa, retomamos a velha discussão: o jornalista é ou não o historiador do cotidiano? Seria ele, nessas condições de trabalho e com produção dessa natureza, mais um agente responsável pela construção, pela escritura da história?

Para responder a essa questão procuramos buscar alguns conceitos que nos permitem compreender melhor não apenas o termo 'história', mas também como se dá seu processo de produção, quais técnicas, métodos, procedimentos e cuidados devem ser observados para que um determinado assunto atinja o status de 'história'. *A Enciclopédia Barsa* (1997) aponta que o termo, desde a antiga Grécia, significa pesquisa, investigação e informação, não por acaso, elementos fundamentais para a produção do conteúdo jornalístico. Diz o verbete:

*A História é considerada por alguns como sendo uma ciência e por outros uma arte, mas na realidade possui esse duplo aspecto. [...] Como ciência teve progressão que lhe é própria, atingindo, como ocorre com todo trabalho científico em nossa época, um plano de relevo, e assim foi reconhecida como uma matéria definida. Graças aos resultados de suas pesquisas pacientes traçou-se o perfil quase completo de nossa evolução. Imparcial, valendo-se de documentos, acumulando provas, assinalando a falsidade onde quer que se encontre, reconstrói prudentemente o mosaico desfeito do passado, para cumprir a exigência do espírito científico: encontrar a verdade e expô-la. (1997, p. 324)*

A *Enciclopédia Larousse Cultural* (1998) descreve que o termo, até o início do século passado, era alimentado pela descrição de fatos que marcaram momentos históricos e políticos, sem deixar de lado, contudo, o viés científico. Mais uma vez, notamos aí elementos fundamentais para a prática do jornalismo sério, seja ele informativo ou interpretativo, quando é mencionada a necessidade de análise de verificação da autenticidade de documentos, bem como o indispensável trabalho comparativo de textos - leia-se no jornalismo o trabalho com as fontes de informação, sejam diretas, indiretas ou complementares. Diz o verbete:

*Até o início do séc. XX, a história se confundiu, no essencial, com a descrição dos acontecimentos, dos fatos: história das guerras, das*

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

*revoluções, dos reinados, dos regimes políticos, dos governos. Embora se voltasse muito freqüentemente para o episódico, essa história factual não estava desprovida de preocupações científicas. Nos rastros do racionalismo científico do séc. XX, o historiador privilegiou o cuidado com o documento, sua autenticidade e seu valor intrínseco. Submeter certos textos à análise comparativa, outros à crítica filológica, foi a regra que norteou a elaboração de obras históricas que se tornaram, com o 'rótulo' acadêmico ou universitário, material de referência para gerações de eruditos ou de estudantes. (1998, p. 2.295)*

A historiadora Vavy Pacheco Borges, em seu trabalho *O que é História* (1993), ao definir o termo e discorrer sobre as técnicas e sobre o cuidado que deve ter o historiador em seu trabalho de produção da história, estabelece uma relação com o trabalho jornalístico, entretanto, nem cogita em apontar o jornalista como o 'historiador do cotidiano'. Borges (1993, p. 11) afirma: "História é uma palavra de origem grega, que significa investigação, informação." Ao remeter-se a Marx e Engels, define história como um processo contínuo, cheio de interesse e de contradições por parte dos atores-personagens de um momento da história, e por conta disso, um conhecimento que ao mesmo tempo em que é gerado passa por enormes transformações:

*Para Marx e Engels, a história é um processo dinâmico, dialético, no qual cada realidade social traz dentro de si o princípio de sua própria contradição, o que gera a transformação constante na história. A realidade não é estática, mas dialética, ou seja, está em transformação pelas suas contradições internas. No processo histórico, essas contradições são geradas pela luta entre as diferentes classes sociais. Ao chamar a atenção para a sociedade como um todo, para sua organização em classes, para o condicionamento dos indivíduos à classe a que pertencem, esses autores também exercem uma influência decisiva nas formas posteriores de se escrever a história. (IDEM, p. 37-38).*

Ø que o jornalista faz - e não estamos nos referindo ao profissional que escreve para jornais populares, portanto, com conteúdo, com a profundidade de um pires - é, não raro, escrever sobre o presente. É relatar fatos que fazem o dia-a-dia de uma nação, seja do ponto de vista econômico, político, social, cultural, comportamental e até histórico. É

trazer à tona fatos importantes que são relatados obedecendo a uma ordem temporal desumana (àquela do fechamento de uma redação de jornal), que, se não permite - pelo menos dificulta - a realização de um trabalho minucioso que atenda à escala de tempo que rege o trabalho do historiador. Nesse sentido afirma Borges:

*Os fatos devem ser trabalhados pelo historiador de forma cuidadosa, conforme os métodos mais recentes e aplicáveis ao seu objeto de estudo. Infelizmente, a pesquisa do historiador, como a do detetive, toma muito tempo e deve ser, sobretudo, muito crítica e cautelosa; é preciso que nos lembremos sempre que a pressa é a grande inimiga do trabalho intelectual. (IDEM, p. 62)*

Não estamos nesse momento levando em consideração o trabalho historiográfico de jornalistas que vêm se firmando e se notabilizando como biógrafos, como Fernando Morais, com trabalhos do porte de *Olga e Chatô - o Rei do Brasil* ou Ruy Castro, com *Chega de Saudade*, que apresenta a história do movimento e dos personagens que fizeram a Bossa Nova. São trabalhos de fôlego, de muita pesquisa, de investigação rigorosa, feitos por equipes de profissionais, muitos dos quais historiadores. Trabalhos, portanto, que não se enquadram no ritmo acelerado que caracteriza o fechamento de uma edição em redação de jornal.

Devemos lembrar que o jornal sempre foi - e continua sendo - um dos instrumentos utilizados pelo historiador para a construção da história. Entretanto, um aspecto que dificulta o trabalho do pesquisador quando tem o jornal como uma de suas fontes de pesquisa é a certeza - por parte das empresas publicadoras de veículos impressos e também de qualquer outra modalidade de mídia - da falta de neutralidade, de isenção, da objetividade que deveria reger o bom trabalho jornalístico. O historiador, ou qualquer outro leitor mais crítico, sabe que no jornalismo a imparcialidade é um mito, conforme aponta Lustosa (1996, p. 21):

*Apesar do propósito e do compromisso de alguns jornalistas, a imparcialidade e a impessoalidade jamais ocorreram efetivamente no jornalismo. [...] A notícia é, pois, uma versão de um fenômeno social, não a tradução objetiva, imparcial e descomprometida de um fato. Qualquer redator ou relator de um fato é parcial, inclusive ao escolher o melhor*



Escrevendo a história por meio da informação em formato...

*ângulo para descrevê-lo, como se recomenda nas redações. É aí que observamos a discrepância entre o discurso dos profissionais de imprensa e, principalmente, dos veículos, e o resultado final de seu trabalho.*

Assim, o material produzido pelos jornalistas (principalmente da mídia escrita), embora ofereça dados importantes para o historiador, deve ser trabalhado com muito cuidado por aquele que é o responsável pela produção da história, principalmente porque, como já foi mencionado, as empresas jornalísticas têm seus interesses (políticos, ideológicos, econômicos etc.) e isso, de forma velada ou explícita, é percebida nas páginas de suas publicações. Tanto é que os historiadores positivistas, em busca da verdade absoluta, desconsideram o jornal como um documento válido, confiável. Um fato, simplesmente por ter sido publicado pelos jornais, não deve ser legitimado, afinal, a subjetividade e a interpretação estão sempre implícitas nesse registro.

Portanto, a partir do quadro apresentado (que mostra o crescimento da mídia popular e dos pressupostos para a construção da história) retomamos a questão que norteia essa reflexão: “É possível escrever a história por meio da informação no formato *fast-food*?” Se persistir esse jornalismo que se utiliza de *fait-divers* como opção de fonte de informação para as classes menos favorecidas, a resposta é negativa - coloca-se de vez uma pá de cal sobre o assunto. Afinal, como é possível investigar, pesquisar, organizar, mostrar pontos e posições divergentes, interpretar, expor idéias e formar opiniões por meio de textos breves, superficiais, sensacionalistas, que resvalam ao pieguismo? O crescimento da mídia popular e sua conseqüente influência mostram que o leitor quer notícias curtas, mesmo que não respondam às perguntas básicas de um texto informativo factual, aquelas que conduzem a construção do *lead* (o quê, quem, quando, onde, como e por quê). Esse cenário mostra que enquanto tivermos milhões de brasileiros desplugados da rede mundial de computadores, a proposta das empresas (os números apresentados nesse artigo ratificam o fenômeno) é fazer a transposição do material noticioso da internet para o suporte papel.

É possível afirmar que aquilo que o jornalista presencia e divulga hoje (com seriedade, com esmero na apuração dos fatos) poderá ser

matéria-prima de livros de história num futuro não muito distante. Aí, sim, podemos considerar que o material produzido pelo jornalista hoje será elemento de análise e de investigação que poderá ser usado para a construção da história. Assim, podemos concluir que o jornalismo é mais uma área do conhecimento que vem se aproximando cada vez mais da história (como a sociologia, a geografia, a psicologia, a medicina, a geografia, a demografia, a geologia etc.). Esse conteúdo interdisciplinar oferece pistas, elementos para a análise, interpretação, checagem e certificação para auxiliar no trabalho de historiadores. O produto jornalístico pode se constituir em registro, em documento, em diagnóstico do presente. Pode, finalmente, auxiliar no delineamento de ações. Entretanto, não vai muito além disso, ainda mais nesse modelo raso que caracteriza as publicações populares que hoje representam pouco menos da metade do mercado da mídia impressa do país.

## REFERÊNCIAS

### Livros:

- ANGRIMANI, D. *Espreme que Sai Sangue - Um Estudo do Sensacionalismo na Imprensa*. São Paulo: Summus, 1995.
- BORGES, V. P. *O que é História*. São Paulo: Brasiliense, 1993.
- LAGE, N. *Linguagem Jornalística*. São Paulo: Ática, 1997.
- LUSTOSA, E. *O Texto da Notícia*. Brasília: Universidade de Brasília, 1996.
- MEYER, P. *Os Jornais Podem Desaparecer? - Como Salvar o Jornalismo na Era da Informação*. São Paulo: Contexto, 2007.
- OLIVEIRA, P. "Proposta de produção de jornais populares". In: *Revista Brasileira de Ciências da Comunicação*. São Paulo: Intercom, vol. XXVI, num. 2, julho/dezembro, 2003.
- RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. *Dicionário de Comunicação*. Rio de Janeiro: Elsevier, 2002.

Escrevendo a história por meio da informação em formato...

**Outras fontes:**

*Enciclopédia Barsa.* São Paulo/Rio de Janeiro: Encyclopaedia Britannica Editora Ltda., 1997.

*Grande Enciclopédia Larousse Cultural.* São Paulo/Rio de Janeiro: Larousse/Nova Cultural, 1998.

# A REDE DE INTERNET E AS COMUNIDADES ARTÍSTICAS: UM NOVO PONTO DE ENCONTRO VIRTUAL

Inês ALBUQUERQUE<sup>□</sup>  
Paulo Cezar Barbosa MELLO<sup>□□</sup>

## RESUMO

A rede de Internet assumiu-se desde o final do século XX como um novo meio de produção artística. Por isso, e devido às suas características e à sua estética particular, possibilita a organização de novos grupos de criação e discussão artística, nos quais os seus membros se reúnem de acordo com os seus interesses comuns, relevando a sua localização geográfica ou qualquer outro fator social de inclusão/exclusão num determinado grupo. Podemos pois afirmar, de acordo com o conteúdo deste trabalho, que a rede de Internet é um novo ponto de encontro, virtual, de novas comunidades artísticas.

**Palavras-chave:** Arte; História da Arte; Contemporaneidade; Virtual.

---

<sup>□</sup>Professora da Universidade Sénior da Ajuda, Lisboa. Doutoranda do programa Pensamiento y Praxis en/El Arte Actual da Facultad de Bellas Artes (Universidad del País Vasco) e Bacharel/Licenciada em Design de Comunicação (Escola Superior de Tecnologias e Artes de Lisboa).

<sup>□□</sup>Professor da Universidade São Judas Tadeu e da Universidade Presbiteriana Mackenzie e diretor de criação/designer na PMStadium Comunicação e Design Ltda. Mestre em Estética e História da Arte (USP), Graduado em Comunicação Social - Publicidade e Propaganda (Fundação Cásper Líbero) e Especialista em Design de Hipermídia (Universidade Anhembi Morumbi).

## ABSTRACT

*Since the end of the 20th Century, the Internet has become a new means of artistic production. Consequently, and because of its characteristics and its special aesthetics, it makes possible the organization of new groups of artistic creation and discussion, where its members get together according to their common interests, of inclusion / exclusion in a given group. We can, therefore, affirm that, according to the contents of this work, the Internet is a new meeting point, virtual, of the new artistic communities.*

**Key words:** *Art; History of art; Contemporary; Virtual.*

## REFLEXÕES INICIAIS

A rede de Internet assumiu-se, a partir da década de 90 do século XX, como um meio de divulgação por excelência das novas formas de arte produzidas em e para o ambiente virtual. A partir das suas próprias características de meio de informação de alcance imediato e global, e no contexto da adoção das novas tecnologias para a produção artística, a Internet tornou-se um meio de criação e divulgação privilegiado. Assim, nesse contexto tem dado origem a um novo ponto de encontro - virtual - de grupos de artistas e investigadores, que, organizados de acordo com interesses comuns, no que se refere à discussão e à criação artística, apresentam uma nova forma de produção, divulgação e também de socialização.

Algumas novidades possibilitaram, a todos os artistas, uma nova forma de pensar e fazer arte. Exigiram que a poética não se restringisse ao valor ou aura de uma obra em si, mas principalmente ao diálogo propiciado por ela. A evolução dos suportes - meios pós-modernos talvez - proporcionou a expansão da percepção, alteração da fruição passiva para a interação. Esse novo campo artístico surge, assim, como um espaço para novas formas de viver e pensar a arte, contribuindo para o surgimento de novos papéis para a obra de arte, tal como para o observador e o criador (artista).

A preocupação da contemporaneidade, do perceber/criar a arte que

A rede de internet e as comunidades artísticas: um novo...

acontece no momento, passou a ser o mote de toda a arte interativa. A interatividade na criação, na fruição, na divulgação e na propagação passou a ser condição *sine qua non* para as obras contemporâneas: “Quando a informação se move a uma velocidade elétrica, o mundo das tendências e dos rumores torna-se o mundo real” (MAcLUHAN *apud* Kerckove, 1997, p.179). O tempo, nessa realidade, é somente velocidade - o instantâneo e o simultâneo.

Deve-se levar em conta nesse pensamento estético a união que não somente à arte é permitida, mas a todas as ciências. Uma informação migrada do analógico para o digital ganha repercussões inimagináveis, além de se identificar uma nova forma do saber, a qual reúne os mais diversos assuntos. Os vários aspectos da linguagem humana estão, agora, reunidos no mesmo espaço.

Estamos num:

*...momento de extraordinária importância na história da produção artística contemporânea, capaz de confundir seculares sistemas teóricos disciplinares, e de modificar profundamente o sentido do trabalho artístico, vivido em toda a sua plenitude somente por uma parte da consciência artística contemporânea... (COSTA, 1995, p.37).*

## CRIAÇÃO ARTÍSTICA NA REDE DE INTERNET

A rede de Internet é hoje um dos meios, por excelência, de criação e de divulgação de novas formas de produção artística que iniciaram o seu desenvolvimento a partir dos anos 90 do século passado.

As novas possibilidades que, com a rede de Internet, se abriram no campo artístico, são, antes de mais nada, fruto das características desse novo meio de comunicação. Além de conduzir a uma nova estética muito particular, diretamente relacionada a esse novo meio tecnológico, as especificidades da rede contribuem para a definição de um novo tipo de arte, através das suas características:

- Interatividade, pois a comunicação na rede implica uma interação entre meio, computador e utilizador.

- Acesso global, pois é acessível em qualquer lugar do mundo, desde que exista uma ligação à rede e um computador para possibilitar essa mesma ligação.

- Dinamismo, pois a rede de Internet está sempre num contínuo processo de construção e reconstrução, à medida que se adiciona ou se retira informação.

- É um meio de comunicação imediato e em tempo real.

- Tenta ser um meio no qual a comunicação está organizada de forma não hierárquica: o modelo de comunicação na rede baseia-se em interesses comuns por parte dos usuários.

- Permite a interação simultânea entre vários usuários, apesar da sua localização geográfica.

- Necessita da utilização de uma interface, isto é, de qualquer objeto ou símbolo real ou virtual que atua como mediador da comunicação homem-máquina.

Nesse novo meio cultural desenvolvem-se várias formas de expressão artística. No âmbito desse trabalho considera-se apenas toda a expressão artística produzida em e para a rede, que de forma geral se inclui no que se denomina de arte de Internet ou net.art. É essa nova forma de arte que, no que respeita às comunidades artísticas, possibilita a existência de vários núcleos de criação plástica/discussão teórica, que, de acordo com as contingências sociais da rede, agrupam um certo número de elementos com interesses comuns. A existência de comunidades artísticas não é uma situação nova no mundo da arte, pois já no final do século XIX *Paul Gauguin e Vicent Van Gogh* tentaram criar uma comunidade de pintores na França. No início do século XX, com as vanguardas, também encontramos comunidades artísticas, como as representativas do expressionismo alemão, os grupos *Die Brücke* e *Der Blaue Reiter*. A novidade, atualmente, é o meio no qual essas comunidades se desenvolvem, e o tipo de arte que é o ponto de partida de algumas dessas mesmas comunidades. Na questão que apresentamos, o mundo virtual, a rede de Internet e a arte de Internet são os pontos de partida para o desenvolvimento de comunidades artísticas virtuais.



O mundo da rede de Internet é um mundo virtual, que, no ambiente da cibercultura, é denominado de ciberespaço. O ciberespaço é um novo espaço que está além da materialidade, e que se realiza enquanto virtual num paralelismo à realidade “real” na qual nos movemos. Esse mundo virtual é tão real quanto qualquer outro, no entanto menos palpável, e é um espaço de relações e de trocas. A virtualidade não é mais do que uma característica decorrente da evolução tecnológica aplicada ao nosso quotidiano. É então neste espaço virtual que encontramos uma nova forma de expressão artística que é a arte de Internet, cujas características que a definem de uma forma geral são:

- Interatividade.
- Natureza efêmera.
- Carácter virtual e não material.
- Difusão pública através de um meio de comunicação.
- Multiplicidade de pontos de acesso à obra.
- Experiência imediata e participação do usuário.
- Novas funções para artista, obra e observador.
- Estética particular.

É possível compreender, através dessa abordagem ao tema do trabalho, que um novo meio de comunicação como a rede de Internet possibilita e condiciona a criação artística, e origina novos pontos de encontro virtuais cuja regra é somente a existência de um interesse comum a todo o grupo. O desenvolvimento das novas tecnologias permitiu a existência deste novo espaço comunitário no qual se criam novas relações entre usuários que ultrapassam o domínio do real.

## **ESTÉTICA: A PERCEPÇÃO DE UM MEIO NO MEIO**

*(...) O poder definidor da hipermídia está na sua capacidade de armazenar informações e, através da interação do receptor, transmuta-se em incontáveis versões virtuais que vão brotando na medida mesma em que o receptor se coloca em posição de co-autor. Isso só é possível devido*

*à estrutura de caráter hiper, não seqüencial, multidimensional que dá suporte às infinitas ações de um leitor imersivo. (SANTAELLA, 2000, p. 13).*

Expandindo o territorialismo da internet a um sentido mais abrangente, apenas para compreender a inserção do homem nesse novo meio, encaramos a hipemídia. Toda a retórica acerca da hipermídia permeia as definições de espaço, suas compreensões e até mesmo sua poética. No entanto, é necessário firmar o compromisso com a filosofia estética para perceber a extensão de sua atuação como suporte de criação e não apenas de propagação.

A estética defendida por Kant (1997) vai além do estudo do belo ou do sensível; ele insiste na importância da consciência estética para a vida como um todo. Uma percepção do estado natural do ser humano. Kant pregava que essa capacidade de fruição estética está intimamente ligada às outras faculdades do ser humano, essencialmente as cognitivas [1], mesmo afirmando que a percepção estética independe de conhecimento prévio.

O espaço segundo Kant não pode ser percebido, pois não é uma propriedade das coisas, mas, sim, do tempo [2]. O espaço é, então, uma sobreposição às coisas baseadas na intuição que se tem delas. Extrapolando o conceito apregoado por Kant sobre o espaço, pode se dizer que a hipermídia é a representação temporal de um espaço inexistente e constante, pois ele apenas surge no momento da interação. Um “memento mori” digital.

Essa percepção do espaço kantiano é um pouco do retorno à cultura da oralidade mágica, na qual a relação do homem com o ambiente fomenta a criatividade garantindo uma percepção sinestésica, também um reflexo da reorganização dos sentidos, do pensamento e do conhecimento humano, proporcionado pelas tecnologias. A sinestesia é uma evidente característica do ambiente hipermidiático, pois propicia, em um espaço momentâneo, o estímulo aos diversos sentidos.

Esse estímulo acontece em função do hibridismo, peculiar no meio digital. A gama de recursos de produção de linguagens e processos comunicacionais convergem para um mesmo objetivo, a percepção. O espaço hipermidiático é o catalizador de todas as linguagens, tornando-se

uma própria. Essa linguagem se apropria dos mesmos princípios (LÈVY, 1993, p. 25-26) que caracterizam o hipertexto e que norteiam sua existência acirrando ainda mais as formas de hibridismo:

- a metamorfose constante que permite adaptações sem limites;
- a heterogeneidade que faz das inúmeras conexões, associações colaborativas e ecléticas;
- a multiplicidade e de encaixe de escalas, onde cada elemento formador do meio é um ponto de origem, como se fosse o originador do meio;
- a exterioridade que garante a independência do espaço a qualquer forma de dispositivo ou elemento; seu crescimento ou diminuição é associativo e independente;
- a topologia, a linguagem não tem um espaço, ela é o próprio espaço;
- a mobilidade, seus múltiplos centros de conexão garantem sua expansão sempre que necessário.

O espaço criado por essa nova linguagem é um ambiente de percepção. A informação já não é mais recebida, mas, sim, percebida. Em um espaço em que tudo é linguagem, tudo é informação. A percepção humana é, então, aqui bombardeada de estímulos - som, imagem e em determinadas situações, olfato, paladar e tato. A imersão do usuário complementa a característica híbrida da hipermídia, pois é a relação homem-ambiente que efetivamente confirma o aspecto contemporâneo - no sentido literal do termo -, a interatividade, principalmente a linguagem e a existência do meio. Nesse espaço multidimensional - considerando que cada sentido ocupe uma dimensão própria e completa - o usuário é ao mesmo tempo, fruidor passivo, autor, co-autor e mais uma vez fruidor. A estrutura maleável do espaço hipermidiático faz com que a interação seja condição constante, pois o usuário passa a fazer parte da dinâmica espaço-tempo.

É nessa condição de interatividade e contemporaneidade que se forma uma nova estética, ou como diz Couchot (1993), uma tecnoestética [3]. Uma percepção do sensível que se expande aos periféricos humano-tecnológicos-digitais, dando ao usuário diferentes recursos perceptivos. E

de acordo com Ascott (1997, p. 336):

*estamos entrando no mundo-mente (World-mind) e nossos corpos estão desenvolvendo a faculdade da cibercepção (cyberception) - isto é, a amplificação tecnológica e o enriquecimento de nossos poderes de cognição e percepção.*

Assim, considerando o ciberespaço, ou ousando esbarrar na definição de Einstein e chamar de hiperespaço, um espaço para “alojar”[4] lembranças, esquecimentos, arte, história, fatos e até mesmo um novo universo com regras distintas, pode-se facilmente estender todo o ‘ambiente’ hipermidiático a uma extensão da cognição humana. É no espaço de Francastel, no entanto, que surge a mente ao mencionar os processos cognitivos, pois para ele o espaço é uma experiência própria do homem. Um espaço onde a presença o torna existente e o poder criativo não tem limite, pois é atemporal e o processo, seja ele qual for, inicia-se sempre no agora.

A percepção dentro da hipermídia é uma mescla das duas abordagens psicológicas conhecidas, a construtivista no qual a percepção do mundo é construída a partir das informações do ambiente - o conhecimento prévio transforma, distorce, amplia ou descarta o alvo da percepção - e da abordagem ecológica que argumenta que a percepção é um processo direto e contínuo que ocorre através da exploração em colaboração com os outros sentidos. Aqui se configura claramente a relação do espaço com o usuário, pois a interação com o ambiente não é apenas um processo passivo de aprendizado, mas, sim, de aquisição de conhecimento e integração da nova informação em sua “rede semântica, elaborando e reestruturando seus modelos mentais e suas estruturas cognitivas” (KOZMA, 1991, p 192).

No viés das poéticas pode-se atribuir, à hipermídia, a característica onírica do devaneio [5], em que o tempo se dobra em reverência ao espaço e o único momento é o presente, sem trajeto, sem demoras, sem antes ou depois. O ser humano comunga com o subconsciente e o inconsciente, nesse plano de sonhos imaginativos, durante seu sono, quando trafega de lugares nunca antes visto a novas localidades ao virar da cabeça. Esse espaço único é uma metáfora natural à imaginação, sem limites, pudores ou mesmos receios. É evidente que a hipermídia não é (até o término deste material pelo menos)

uma dimensão na qual o usuário possa dominar e concretizar todos os seus desejos físicos, mas onde a única limitação dessa “casa”[6] é efetivamente a imaginação humana.

A hipermídia e todas as suas metáforas nada mais é do que a evolução dos conceitos humanos em torno de uma ferramenta, magicamente se transformando em uma habilidade coletiva. Habilidade esta já herdada pelos próprios códigos genéticos [7], que carregam informações e experiências complexas, tornando a cada geração indivíduos mais habituados às tecnologias e aos seus raciocínios. Poder esse que apenas a divina alquimia humana é capaz de prover.

As mídias digitais, computador mais comumente pensado, tornaram-se realmente uma extensão do corpo, um fiel companheiro obediente, domesticado, incansável e sem terminações nervosas que limitem as experiências. A capacidade de fazer e desfazer um experimento sempre vai existir. Nunca mais a primeira vez será a última, mas sempre “única”, singular, pois todas as vezes serão como primeiras. O ciclo interminável de tentativas e erros dão chances a novos acertos, ficando ainda mais a necessidade da cabeça pensante humana no espaço hipermidiático.

A tecnologia, mais propriamente dita a tecnologia digital, acrescentou uma interessante aceleração ao mundo. A hipermídia é um espaço dentro de um ambiente maior, toda uma cultura. Vive-se novamente um momento mágico, poético, repleto de metáforas e referências sensoriais que criam uma nova percepção, a percepção digital. Nessa nova percepção é a arte que move o salto evolucionário dentro do hiperespaço, pois é ela que permite uma viagem sensorial, por destinos desconhecidos, garantindo uma entrega física e a total imersão psicológica, gerando estímulos novos e experiências perfeitas a cada viagem. A arte hoje é feita nas extensões do corpo, conhecido como computador, formas que já nascem binárias, prontas para serem experimentadas em um espaço que desconhece a fronteira da distância, pois estão a apenas uma conexão de distância.

A propriedade intelectual é, na hipermídia, mais um item que caracteriza a arte. A criação nasce em um espaço, mas sua fruição não necessariamente tende a ser inerte ou passiva, ela tende a ser criativa, colaborativa, a arte não é mais monopólio de um, mas de uma coletividade.

A imersão propiciada pelo meio é a alma da obra, onde a participação irrestrita faz com que ela seja sempre inacabada. Existe sempre mais material para essa obra, é uma fonte inesgotável de idéias e percepções.

A hipermídia é um espelho do homem, um novo apêndice criativo. O Ciberespaço é então um meio de criação sem limitações, no entanto para que se possa ser com ele, é necessário um diálogo, uma compreensão dessa linguagem tão dicotômica. A percepção de um ambiente, onde flui o pensamento lógico, como extensão dos processos racionais humanos é a chave criadora. Para que haja essa interação é necessária uma tradução de códigos e sinais. No ambiente hipermediático toda forma de comunicação é possível. A utilização de textos, orais e verbais, imagens, sons, cores, formas, referências sensoriais é sempre transformada em comunicação.

É nessa situação que os processos cognitivos são provados, reforçados com novidades e diferentes aprendizados. Em ambientes hipermediáticos, utilizam-se interfaces interativas, pois são elas que garantem a contínua vivência do usuário dentro do espaço. Assim, reforça-se a necessidade de uma interface que permita “ao usuário obter uma visão panorâmica do conteúdo, navegar na massa de dados sem perder a orientação e, por fim, mover-se no espaço informacional de acordo com seus interesses” (BONSIEPE, 1997, p. 59).

Torna-se, então, necessária a compreensão da extensão do termo interface. Segundo Lévy (1993, p. 176):

*a palavra 'interface' designa um dispositivo que garante a comunicação entre dois sistemas informáticos distintos ou um sistema informático e uma rede de comunicação. [...] Uma interface homem/máquina designa o conjunto de programas e aparelhos materiais que permitem a comunicação entre um sistema informático e seus usuários humanos.*

Indo mais além, arrisca-se entender interface como recursos utilizados pelo meio, para interação através de comunicação sensorial cognitiva, pois vai utilizar recursos já conhecidos, como signos verbais, imagens, sons e movimento, em uma linguagem própria ao mesmo tempo coletiva.

Essa coletividade é, pois, uma característica formal do processo cognitivo causado pela hipermídia, já que os novos padrões de

reconhecimento tendem a uma mescla de individualismo (personalização) e coletivismo, cujas informações são transformadas e entendidas como interfaces. O processo advindo das tentativas e erros cria caminhos já conhecidos, demarcando formas de acesso como experiências adquiridas que ganham padrões esperados a cada navegação. A estética é, então, ditada a partir das experiências bem sucedidas. Esta nova estética tende, assim, a determinar as próximas padronizações de interfaces, fazendo com que a experiência seja mais uma vez coletivizada, reiniciando o processo. Em síntese, a percepção do ambiente hipermediático tende a ser dinâmico, pois este adapta-se a cada nova experiência, criando novos padrões e novas percepções, ditando novas características. O dinamismo das experiências aproxima-se cada vez mais da velocidade do pensamento, tornando efetivamente uma extensão do corpo humano, todo e qualquer dispositivo de acesso ou que simplesmente facilite a interação com o meio. Não é de se admirar que a portabilidade seja tão comum entre os dispositivos digitais. Atualmente, precisa-se cada vez menos de informações ou recursos extras para se realizar qualquer navegação. A informação sobre o meio já faz parte do usuário e não mais do dispositivo. O usuário torna-se uno com o meio. Kerckhove (1995) compreende o meio digital (eletrônico) também como um órgão de controle e análise do corpo social. É um órgão também sujeito às mudanças sociais, pois as redes de computadores estão prestes a engolir a televisão e se pulverizar em vários objetos-prótese ligados em rede (roupas, acessórios, veículos etc); pode-se entender que os padrões de percepção serão sempre coletivos, garantido, não apenas para uns poucos, mas principalmente para o coletivo.

### **COMUNIDADES ARTÍSTICAS: UM NOVO PONTO DE ENCONTRO VIRTUAL**

As comunidades virtuais artísticas propagam-se pela rede de Internet a partir dos seus espaços físicos de origem. Reúnem um conjunto de indivíduos que se relacionam com base nos seus interesses comuns, radicados não somente na prática, mas também na discussão teórica da arte. A localização geográfica desses artistas e teóricos é indiferente, pois uma comunidade virtual é acessível de qualquer ponto do globo, desde



que se cumpram as seguintes premissas básicas: utilização do computador, ligação à rede de Internet, e, por parte do usuário, o conhecimento / domínio da linguagem simbólica que implica a interação entre este, o computador, e o meio de comunicação, que é a rede.

Em 1994, no início da difusão da rede de Internet, Rheingold define as comunidades virtuais da seguinte forma:

*As comunidades virtuais são agregados sociais que surgem da rede quando uma quantidade suficiente de gente leva a cabo essas discussões públicas durante um tempo suficiente, com suficientes sentimentos humanos para formar redes de relações pessoais no espaço cibernético. (RHEINGOLD, 1996, p. 20 apud BAIGORRI E CILLERUELO, 2006).*

Sem dúvida, isso é o que define uma comunidade virtual de forma geral.

Quando as comunidades virtuais são residência de artistas ou teóricos de net.art, encontramos vários conteúdos teóricos ou de produção artística que remetem à especificidade das comunidades artísticas. Ainda: o ponto de partida é um interesse comum sobre uma forma de expressão artística, seja de sua produção, difusão ou discussão, e este é o mote desses novos pontos de encontro virtuais.

Como exemplo temos a comunidade virtual localizada em Portugal, *Atmosferas* (<http://www.atmosferas.net>). Nesse espaço virtual - *Centro de Artes Digitais Atmosferas* - começamos por contactar com o objecto de interesse dessa comunidade virtual, a partir da sua própria denominação: artes digitais. É a partir daqui que nos é dada a hipótese de navegar e participar dessa comunidade, se está de acordo com os nossos interesses. Temos, então, vários *links* disponíveis para consulta, que dispõem de informações sobre as características dessa comunidade virtual, que nos apresenta os seus membros ou artistas, assim como as suas obras. Uma das iniciativas mais importantes, desenvolvida com o apoio dessa comunidade, foi a exposição “Online Portugueses NetArt 1997 | 2004”, realizada em 2005. Se já a especificação do tema, *net.art* em Portugal, tem relevância ao nível da cartografia do trabalho dos *net artistas* portugueses, a sua importância reside também no fato de ser a primeira exposição em linha de

*net.art* realizada no país, e através de uma comunidade virtual portuguesa. Claro que sabemos que a localização geográfica não é o que define a comunidade virtual, nem os seus membros, mas deve-se reconhecer a importância desse grupo no panorama artístico português.

O que se destaca, no tema das comunidades virtuais artísticas, é que atualmente se possibilita um ponto de encontro virtual no âmbito artístico. Não apenas artistas, mas também para todos aqueles interessados na arte e nas suas relações com o mundo digital, com o ciberespaço, com a sociedade atual. A novidade dessas comunidades virtuais, além da sua existência no ciberespaço, além da sua relação com a arte, é sem dúvida a possibilidade de integrar todos os indivíduos, que, não sendo artistas, têm algum interesse pelo tema. Existe, assim, uma democratização no acesso às comunidades artísticas, e há também uma participação de pessoas de todos os pontos do mundo, somente possível pela existência em rede.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas últimas décadas, assistimos ao emergir de uma nova plataforma de comunicação, que ofereceu possibilidades inexistentes até então. Em seu redor se organizaram inúmeras comunidades, que representam novas formas de interação entre os indivíduos e que permitem, também, a criação de novas formas de comunicação.

No panorama artístico assiste-se ao emergir de novas comunidades de criação e reflexão centradas no espaço virtual. Além da sua especificidade enquanto comunidade, o campo artístico, objeto de interesse por parte dos membros dessas comunidades, está focado na relação entre arte e tecnologia, e particularmente nas artes digitais, nas quais a *net.art* é o exemplo escolhido no âmbito deste trabalho. Há que aceitar que o espaço da rede de Internet é um novo espaço social, um novo espaço de comunicação, um novo espaço de expressão criativa e artística e um novo ponto de encontro. Assim, as comunidades virtuais artísticas não são mais do que reflexo das possibilidades da rede, em relação à arte.

## NOTAS

[1] Aqui tomamos por faculdades cognitivas não apenas o processo cognitivo formal, ditados pela pedagogia/psicologia, mas por junção e de vários autores e conclusão própria, como o processo inerentemente humano de dedução por conhecimento teórico (aprendido) e intuitivo (natural) uma *episteme e techne* grega.

[2] Cf. “Crítica da razão pura”, obra originalmente publicada em 1781. Vide Kant (1997).

[3] Domingues (1997) explica, em seu artigo “Ciberarte: zonas de interação”, como sendo “uma denominação empregada por Edmond Couchot e Pier Luigi Capucci, entre outros especialistas em arte e tecnologia, para falar de uma estética que explora a dimensão sensível das tecnologias e seus efeitos sobre os nossos sentidos estendidos por suas capacidades expressivas”.

[4] Termo literal utilizado por Bachelard (2003).

[5] Acompanhando Bachelard (2001, p. 144), tem-se: “(...) o devaneio é uma atividade onírica na qual subsiste a clareza da consciência”.

[6] A “casa” de Bachelard (2003).

[7] A natureza humana e a própria vida são também participantes ativos das novas tecnologias, estudos e experimentos como a bioinformática, a nanotecnologia, a bioarte, a arte transgênica são caminhos já muito utilizados por artistas e pesquisadores da hipermídia e da arte contemporânea.

## REFERÊNCIAS

ASCOTT, R. “Cultivando o Hipercórtex” (trad. De Flavia Saretta). In: DOMINGUES, Diana (org.) *A Arte do Século XXI - a humanização das tecnologias*. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

BACHELARD, G. *A Poética do Devaneio*. São Paulo: Martins Fontes, 2001.

\_\_\_\_\_. *A Poética do Espaço*. São Paulo: Martins Fontes, 2003.

BAIGORRI, L. e CILLERUELO, L. *Net.Art - Practicas artísticas y políticas en la red*. Madrid: Brumaria e Universidad de Barcelona, 2006.

SANTAELLA, L. “Prefácio”. In: BAIRON, S. & PETRY, L. C. *Hipermídia: psicanálise e história da cultura*. São Paulo: Ed. Mackenzie, 2000.

BONSIEPE, G. *Do digital ao material*. Florianópolis: FIESC/IEL, 1997.

COSTA, M. *O Sublime Tecnológico*. São Paulo: Experimento, 1995.

A rede de internet e as comunidades artísticas: um novo...

COUCHOT, E. “Da representação à simulação”. In: PARENTE, A. *Imagem-máquina. A era das tecnologias do virtual*. Rio de Janeiro, Editora 34, 1993.

DOMINGUES, D. (Org.) *A Arte no Século XXI: a humanização das tecnologias*. São Paulo: Editora UNESP, 1997.

KANT, I. *Crítica da razão pura*. 4ª ed. Prefácio à tradução portuguesa, introdução e notas: MOURUJÃO, Alexandre Fradique. Tradução: SANTOS, Manuela Pinto dos & MOURUJÃO, Alexandre Fradique. Lisboa: Fundação Calouste Gulbenkian, 1997.

KERCKHOVE, D. *A Pele da Cultura. Uma Investigação sobre a Nova Realidade Electrónica*. Lisboa: Relógio D'Água Editores, 1997.

KOZMA, R. B. *Learning with media*. Review of Educational Research, 1991, n. 61, p. 179-211.

LÉVY, P. *As tecnologias da inteligência*. Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

# TURISMO, NATUREZA E POPULAÇÕES “TRADICIONAIS”: NAS TRILHAS DA CHAPADA DIAMANTINA-BA

Senilde Alcântara GUANAES<sup>□</sup>

## RESUMO

O presente texto propõe uma reflexão acerca dos aspectos envolvidos na relação entre a atividade turística desenvolvida em áreas naturais e o patrimônio natural e cultural das populações moradoras desses espaços, considerando o lugar da natureza e o lugar da cultura como espaços privilegiados de reflexão e debate sobre os rumos do turismo contemporâneo, seus conflitos, avanços e paradoxos. Através do caso da Chapada Diamantina, o texto busca se perguntar até onde o interesse pelas paisagens naturais e por suas populações representa uma mudança de paradigma ou trata-se apenas de mais uma forma de mercantilização da natureza. Ainda: em que medida o turismo contribui para a preservação e reprodução desses lugares de paisagem, assim como da sua cultura local.

**Palavras-chave:** Turismo; Natureza; Cultura; Populações Locais.

---

<sup>□</sup>Pesquisadora vinculada ao Centro de Estudos Rurais (Ceres/Unicamp) e professora da Faculdade de Jaguariúna (FAJ). Doutora em Ciências Sociais (Unicamp) e Mestre em Antropologia Social (Unicamp).

## ABSTRACT

*This work proposes a reflection about the aspects involved in the relationship between the tourist activity in natural areas and the natural and cultural patrimony of the populations of such areas, taking into consideration the role of nature and the role of culture as ideal for reflection and debate about the ways of contemporary tourism, its conflicts, developments and paradoxes. By using Chapada Diamantina as an example, the text wonders how far the interest in natural landscapes and their populations represents a change in paradigm or if it is only another way to merchantilize nature. It still inquires how far tourism contributes for the preservation and reproduction of such landscapes as well as their local culture.*

**Key words:** *Tourism; Nature; Culture; Local Populations.*

**A** Chapada Diamantina situa-se na região central do Estado da Bahia, correspondendo a uma extensa área que compõe parte da serra da Mantiqueira, que ao chegar na Bahia desdobra-se em duas outras formações: a serra do Espinhaço e a serra da Mangabeira. As duas fundem-se na direção sul-norte do Estado baiano; ao sul, faz fronteira com Minas Gerais e cruza com as zonas agrícolas e pastoris do cacau e do gado; ao norte, aproxima-se cerca de cem quilômetros ao sul do rio São Francisco, na direção oeste-leste do seu percurso (SENNA, 1998). Trata-se de um enorme conjunto geográfico composto de serras, matas, rios e inúmeras cidades classificadas pelo Governo do Estado de acordo com as duas principais atividades econômicas que povoaram a região. As cidades sustentadas pela economia agropastoril estão agrupadas sob o nome de zona *agrícola* enquanto que a região originada pela mineração é conhecida por zona *lavrista*. Os termos sociedade *lavrista*, cidade *lavrista* ou *lavras diamantinas* são usados por estudiosos para designar o encontro de correntes migratórias e do processo de relações sociais envolvidos com a economia do diamante.

Na chapada *lavrista* ou *histórica*, foi criado o Parque Nacional da

Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

Chapada Diamantina, envolvendo parcialmente os municípios de Lençóis, Mucugê, Andaraí, Ibicoara, Itaeté e Palmeiras, onde fica o IBAMA - responsável pela administração do Parque. A conservação arquitetônica e o acervo cultural da Chapada *Lavrista* foram responsáveis pelo tombamento de algumas dessas cidades, principalmente de Lençóis - a primeira a obter o título de Patrimônio Histórico Nacional, em 1976, enquanto o Parque Nacional da Chapada Diamantina foi criado apenas em 1985, quase dez anos depois.

Os dois acontecimentos, embora distantes no tempo, representam o início da vocação turística da região e marcam as primeiras discussões acerca da interação das populações humanas com os espaços naturais. É interessante observar que ambos os projetos, tanto o que reivindicou o título de Patrimônio Histórico Nacional à cidade de Lençóis quanto o que qualificou áreas naturais para a transformação em Parque Nacional, utilizaram-se de uma tradição histórica e cultural alicerçada na atividade do *garimpo manual*:

*Toda a beleza arquitetônica, a história, a arte e a cultura, desta cidade tombada pelo Patrimônio Histórico Nacional, está fundamentada no alicerce da atividade econômica garimpeira. O garimpo manual, esteve presente nestas serras por mais de 150 anos e ainda assim, a natureza se manteve com a exuberância capaz de atrair hoje, milhares de turistas e ter sido declarado em 1985, área de Parque Nacional. [1]*

As primeiras trilhas da Chapada Diamantina foram criadas ou descobertas pelos garimpeiros do norte de Minas Gerais no fim do século XIX. Após o declínio da mineração no Estado, algumas cidades da Chapada ficaram abandonadas, restando apenas os garimpeiros mais velhos, alguns criadores de gado e uma incipiente agricultura. Foi o caso dos municípios de Lençóis, Mucugê, Andaraí e Palmeiras, sobretudo Lençóis, que vivia quase que exclusivamente do garimpo de diamantes. Alguns povoados e cidades praticamente desapareceram, restando apenas as ruínas de algumas construções e muitas trilhas e rotas fechadas pela vegetação, caminhos reencontrados pelos "mochileiros" ou "trilheiros" - aventureiros em busca de uma natureza escondida - aqueles que gostam antes de desfrutar o percurso da caminhada, com suas paisagens e lugares

pitorescos que vão se descortinando a cada novo passo. É importante ressaltar que o turismo desenvolvido em áreas naturais nasce junto com a idéia de paisagem como um valor intrínseco.

*(...) o sentimento religioso despertado pelo contato com a natureza e mais especificamente com a montanha perpassa muitos relatos de maneira ainda mais marcante. Em alguns casos este sentido do estar na montanha e de sua contemplação assumem até mesmo a forma do culto: há registro nos livros de visitantes como em outras fontes de várias missas e cerimônias evangélicas (SERRANO, 1996, p. 105).*

Essa *sacralização* da natureza, presente desde a origem desse tipo de prática turística, fornece alguns elementos importantes para a reflexão sobre as formas do turismo contemporâneo, e para que a partir deste, possamos articular o fenômeno do turismo na natureza, ou o chamado *ecoturismo*, com a sobrevivência cultural e econômica da população e do patrimônio natural da Chapada Diamantina e de tantas outras paisagens de visitação no País e no mundo. Ainda que o turismo, enquanto um fenômeno cultural, possa significar um movimento de liberdade e modernidade supostamente saudável e “limpo” para as populações envolvidas, é preciso considerar, como aponta Hogan (1997), que a atividade pode, sim, “transformar-se em um veículo que mercantiliza os últimos redutos de uma natureza intocada”.

Embora o turismo da Chapada Diamantina tenha sido formalmente “inaugurado” por fatos como o tombamento da cidade de Lençóis e pela criação do Parque Nacional da Chapada Diamantina - Unidade de Conservação (UC) de proteção integral -, alguns acreditam que a chegada das *comunidades alternativas* no Vale do Capão, município de Palmeiras, abriu os caminhos para que a Chapada fosse descoberta por um turismo “ecológico” antes da chegada do turismo de massa, que mais recentemente foi sendo consolidado na região.

As pessoas que buscavam qualidade de vida associada a uma maior proximidade com o mundo natural, elegiam a região como um espaço privilegiado para a criação dos filhos e para o desenvolvimento de um estilo naturista de vida. Algumas famílias chegaram à região através de “comunidades” naturistas que se instalaram na Chapada, mais



Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

especificamente no Vale do Capão; estas, com um nível de organização que lhes permitiam uma certa autonomia econômica, tiveram a preocupação de se integrar à sociedade local através de projetos sociais desenvolvidos na área de educação e saúde. A idéia desses grupos "alternativos" era habitar em um lugar onde dez anos depois não precisassem sair novamente, expulsos pela especulação imobiliária, pelo turismo de massa e, conseqüentemente, pela relação predatória com a natureza e a sociedade local.

Entre as comunidades que chegaram à região entre os anos 70 e 80, destaca-se a comunidade *Lothlorien*. Hoje não mais auto-denominada "comunidade alternativa" e sim um espaço de descanso e saúde, a *Lothlorien* - criada por um grupo de pessoas oriundas de várias partes do País e do mundo - sob responsabilidade do médico naturista Áureo Augusto e de sua esposa na época, Cecília, foi uma das primeiras a chegar à região. A comunidade, criada em 1976 aproximadamente, atraiu muitos visitantes para o Vale do Capão: situado entre o município de Palmeiras e Lençóis. Atualmente o grupo - que também mudou sua composição - mantém o trabalho com terapias curativas à base de produtos naturais extraídos na própria região, como a argila e os cristais, e continua a atrair visitantes que buscam qualidade de vida e uma transformação física e espiritual através de um maior contato com a natureza. O médico Áureo que, através da medicina alternativa e dos partos naturais, estabeleceu uma forte integração entre a população local e os primeiros visitantes, continua no Capão, colaborando com o grupo, mas não mora mais na Comunidade.

*Retornei do Chile e abri o primeiro consultório de naturismo em Salvador, já fazia parto Leboyer, parto de cócoras, por isso já era conhecido na Bahia e pouco tempo depois eu vim aqui na Chapada Diamantina e fiquei muito encantado com esse Vale... e com um grupo de amigos compramos um terreno aqui no Vale do Capão. Esse terreno foi comprado por 4 pessoas, 4 amigos... nos conhecemos aqui na semana santa... no final do mesmo ano eu e minha família nos mudamos para cá, eu tinha a esposa, três filhas adotivas e um filho de sangue... Em janeiro do ano seguinte conheci um cara no workshop que era da Comunidade de Nazaré Paulista, naquele momento me deu o estalo que aqui seria uma comunidade. Inauguramos a comunidade só nós (eu e minha família) depois vieram Miklos e Sônia, amigos de longa data e entraram também na história. [2]*

Nesse sentido, a prática do turismo em áreas naturais, além de possuir um forte apelo para uma reformulação corporal e espiritual, está voltada para a contemplação da natureza em seu estado mais “selvagem e intocado” (DIEGUES, 1996), o que também representa uma forma de uso e concepção do espaço natural. A fruição, ainda que contemplativa, da natureza implica um processo irreversível de transformações no próprio meio natural e no modo de vida da população local. Há desse modo uma relação paradoxal entre o turista, a natureza e a comunidade local. O consumo e fruição da natureza através do lazer, embora tenham um viés preservacionista, podem tornar-se contraditoriamente o principal meio de depredação do espaço natural.

Há nesse contexto uma preocupação necessária e pertinente com as populações localizadas em áreas reservadas à preservação, que vivem o processo mercadológico em seus espaços naturais. É preciso considerar que o turismo praticado em espaços naturais, ainda que protegidos através de políticas de conservação, também representa uma ameaça à conservação e uma possível expropriação dos recursos naturais.

Se a atividade turística tem de fato transformado a relação homem e natureza, cabe-nos entender essas transformações no universo material e simbólico das populações envolvidas nesse processo. Desse modo, pensar as mudanças e reestruturações trazidas, seja pela presença de um parque nacional, seja pelo tombamento do patrimônio arquitetônico, ou até mesmo, pelos empreendimentos voltados aos visitantes, é também um modo de refletir sobre a presença do turismo em áreas naturais e na vida cotidiana das populações que vivem nessas áreas. É também um modo de pensar como políticas, em princípio tão antagônicas, como aquelas suscitadas pelos preservacionistas, em oposição aos que desejam o desenvolvimento turístico, podem desfrutar de um espaço contíguo contemplando interesses contraditórios e ao mesmo tempo complementares.

Contraditórios, inclusive, devido à escassez de políticas de análise e planejamento do setor em todo o Brasil, onde a atividade ainda é vista como um fenômeno espontâneo e impositivo. Os estudos sobre turismo e lazer no Brasil são ainda recentes, principalmente quando pensados sob o viés das ciências sociais e da antropologia, mais especificamente. Só

Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

mais recentemente essas disciplinas vêm se preocupando com a questão do turismo, talvez pelo crescente desenvolvimento da atividade em áreas rurais no Brasil, em lugares habitualmente estudados pela antropologia e/ou sociologia rural.

Os visitantes e/ou turistas dos espaços naturais buscam através da natureza uma experiência singular, que consiste no afastamento temporário do mundo de simulacros da sociedade urbano-industrial. Nessa busca, o turista torna-se um *viajante* na medida que perde o caráter coletivo e fundamentalmente consumista da atividade turística e mergulha na experiência individual e contemplativa da viagem, instaurando um "tempo" e um "espaço" subjetivos e pessoal - portanto, intransferível ao *outro* enquanto experiência. Ao despir-se do habitat urbano, o *viajante* (re)descobre o encantamento com a natureza e permite a possibilidade de uma aproximação com o universo humano que o cerca.

*O turista que chega aqui na Chapada, principalmente aqui no Pati, ele quer se misturar ao nativo, ele quer sentir como é ser nativo... eu mesmo levo o turista na minha casa para conhecer minha mãe, para ver como eu vivo, que é uma casinha muito simples mas que o turista gosta de sentir essa simplicidade, gosta de relacionar com o guia como ele relaciona com um amigo... é claro que isso tem um limite, muitas vezes ele também quer ficar sozinho... meditando, olhando a montanha, mas mesmo nessa hora existe uma cumplicidade, quando você fica seis dias andando com uma pessoa no meio do mato, não tem jeito... você se relaciona com ela até pelo olhar... [3]*

É muito comum que os viajantes-turistas retornem várias vezes à Chapada Diamantina. Há aqueles que conhecem tão bem as trilhas, a geografia do lugar e as espécies naturais que compõem seu ecossistema, assim como os garimpeiros e pequenos agricultores - moradores encontrados nas "passagens", nos caminhos entre uma aventura e outra, que acabam dispensando o uso de guias mesmo para as trilhas mais distantes e perigosas. Alguns tornam-se amigos dos moradores locais e estabelecem relações de parentesco ritual com as pessoas do lugar, é o caso do batismo, que traz os laços de amizade e afeto não consanguíneos para a esfera do familiar, para o lugar da intimidade só conferido aos parentes.

Com o tempo esses viajantes adquirem uma familiaridade, para além das pessoas e da natureza já explorada e conhecida, mantendo mesmo à distância uma comunicação contínua entre aqueles da sua rede social e ampliando a sua rede entre os amigos de fora e os de dentro. Muitos vão enraizando-se ao lugar e criando um sentido de pertencimento que extrapola as relações comerciais que se estabelecem com o turismo. Tais viajantes vão aos poucos se transformando em moradores: controem suas casas, envolvem-se em trabalhos, casam-se e criam seus filhos no lugar escolhido, embora essas cidades ofereçam poucas oportunidades de emprego e precárias condições de saúde e educação.

Por trás de todo esse processo de transformação está a escolha por uma vida mais saudável e pela natureza: diversificada e exótica a paisagem é sem dúvida o principal atrativo da Chapada Diamantina. Entretanto, misturados às paisagens e ainda próximos do mundo natural, os habitantes locais acabam cativando os viajantes, despertando-lhes simpatia e curiosidade, ora pela cultura, ora pelo fino conhecimento acerca do mundo da natureza. Os viajantes-turistas, ainda quando hospedados em hotéis e casas confortáveis, dispensam o conforto e a praticidade desses ambientes e saem à procura da natureza anunciada em seus países e cidades de origem. Buscam os rios, as cachoeiras, as serras entrecortadas e tabulares, os vales e grutas intermináveis; buscam o silêncio, a beleza e o prazer proporcionados por uma natureza de aspecto “selvagem” que se contrapõe às sensações e imagens da habitual “civilização”.

O Vale do Pati, núcleo populacional situado entre os municípios de Andaraí e de Palmeiras, é um bom exemplo de como o turismo tem afetado a vida da população e se configurado como um dos arranjos possíveis para a permanência no vale, ainda que as implicações disso sejam questionáveis. Antes da chegada do turismo no Pati, em aproximadamente 1983, o patizeiro precisava se ausentar do vale durante todo o período das chuvas - dezembro a abril - para procurar trabalho nas cidades vizinhas; com o turismo, além dessa necessidade ter diminuído, os moradores do Pati têm garantido a presença física da casa e da família no vale. Visto que se sentem constantemente ameaçados pelo processo de desapropriação do Parque [4], essa seria uma intervenção observada como “positiva” entre os moradores do vale.

Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

Ainda no caso do Pati, os guias escolhidos para os passeios na mata são normalmente os *garimpeiros de serra* e/ou seus filhos e netos, as agências preferem contratá-los pela experiência em ficar muitos dias nas matas, abrir trilhas e "picadas", fazer fogo e improvisar acampamentos, e principalmente, pelo conhecimento geográfico e biológico da Chapada Diamantina como um todo - região intensivamente explorada pelo garimpo manual praticado desde a sua descoberta. Esse contexto tem mudado com a formação dos novos guias, desvinculados do garimpo, que têm se organizado em associações e se estruturado para formalizar e profissionalizar a atividade, o que pode vir a excluir o velho garimpeiro de serra, mas não a sua família.

Com a chegada de visitantes durante quase todo o ano, a atividade turística tem se transformado intensamente, exigindo uma ágil diversificação e qualidade dos serviços oferecidos. Torna-se cada vez mais comum a proliferação de bares noturnos, clubes dançantes, festas que atravessam a madrugada e programas culturais como o *Festival de Inverno de Lençóis*, que acontece anualmente entre os meses de agosto e setembro, seguindo a tradição dos grandes festivais de cidades turísticas como Ouro Preto, Paraty, Campos do Jordão, entre outras. Os moradores locais e mesmo os "alternativos" - como são chamados os que vieram de fora -, ressentem-se desse turismo de massa, crescente a cada ano, e consideram a cidade modificada pela cultura "dos de fora", tanto para o bem como para o mal.

A percepção de que a *cultura lavrista* da região vem sendo modificada pelos visitantes não chega a ser uma crítica ou insatisfação por parte da população local; eles afirmam gostar das mudanças trazidas pelo turismo e das cidades povoadas, gostam recorrentemente de lembrar que a Chapada sempre foi cosmopolita, referindo-se aos tempos do garimpo, quando a região vivia repleta de pessoas das mais diversas procedências, havendo uma intensa rotatividade: conhecia-se e negociava-se com gente do mundo inteiro. Talvez por essa herança cultural, a maior parte da população da Chapada Lavrista envolve-se facilmente com os visitantes e as culturas exóticas que eles portam diante dos seus olhos. Com exceção dos povoados mais isolados como Estiva, no município de Lençóis, ou mesmo Parnaíba, no município de Iraquara, onde os habitantes vivem



de uma incipiente agricultura e as pessoas não estão habituadas com a circulação de estranhos. Não são lugares de passagem.

Quando exercia a função de guia local em Lençóis [5], entre os anos de 1990 e 1991, foi possível conviver diretamente com o movimentado fluxo turístico das excursões agenciadas em Salvador. Guiamos, nesse período, cerca de 10 grandes excursões com aproximadamente 40 pessoas, entre adultos, adolescentes e crianças. Nessa época já assustava o alto número de visitantes circulando nos sítios *ecoarqueológicos* [6], rios e cachoeiras; o que despertou a preocupação dos dirigentes locais e do Governo Estadual, no sentido de planejar o fluxo e estudar como controlar e selecionar o turismo desejável para a região. Havia um medo latente de que, enquanto a preocupação dos movimentos ambientalistas voltava-se para a paralisação do garimpo *mecanizado*, os turistas *devorassem* a natureza.

Por outro lado, a Chapada Diamantina tem passado por um momento político importante: as atividades praticadas na natureza têm sido foco de muitos debates e de uma constante preocupação por parte da população local, principalmente por conta da mobilização em torno do PNCD e dos trabalhos desenvolvidos por ONG's sócio ambientais da região. Como efeito, percebe-se movimentos mais sensíveis em torno da prática de visitação à natureza. O turismo praticado dentro da área do Parque, por exemplo, está sendo obrigado a se reformular em função das demandas dos seus gestores, inclusive porque a relação que se estabelece com a natureza vem acompanhada da relação que se estabelece com os que dependem dela para a sobrevivência. É interessante notar que essa é uma mudança desejada tanto pelos moradores locais quanto pelos visitantes:

*Hoje nós estamos aí com o turismo que você conhece e está vendo aí esse fluxo todo, esse interesse... e praticamente a cidade (Lençóis) vive disso. Mas não foi fácil chegar até aqui, a caminhada foi longa, as modificações foram muitas, muita coisa positiva; logicamente que a gente paga um preço por isso, quando a gente admite incrementar uma atividade econômica limpa como essa, mas que também tem impactos, criam impactos e nós estamos atentos, inclusive, para esses impactos, para eliminar esses impactos, mas graças a Deus, hoje tem várias pessoas na cidade, filhos da cidade, que estão ganhando a vida com isso,*

Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

*... pessoas que fizeram sucesso aqui, pessoas que eram simples garimpeiros ou filhos de garimpeiros, e hoje são donos de hotel, de restaurante e de pousada aqui na região [7].*

Em Serrano, encontramos dois conceitos básicos de ecoturismo que talvez apontem para os possíveis caminhos da indústria ecoturística e das suas transformações. Segundo a Embratur, responsável pela organização do setor turístico no Brasil:

*O ecoturismo é um segmento da atividade turística que utiliza de forma sustentável o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista pela interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações (SERRANO, 1996, p. 106).*

Já as agências turísticas (*trade*), que estimulam a atividade no mercado abrangem ainda mais o conceito e consideram o ecoturismo como sendo:

*... toda atividade turística realizada em área natural com o objetivo de observação e conhecimento da flora, da fauna e dos aspectos cênicos (com ou sem o sentido de aventura); prática de esportes e realização de pesquisas científicas (IDEM, IBIDEM).*

Ambas as definições apresentam problemas práticos e conceituais que estão no foco da discussão de vários autores. De início, é importante enfatizar que apesar das duas definições apresentarem semelhanças, a primeira ensaia uma preocupação com as populações locais, enquanto a segunda está inteiramente voltada para a prática do turista e dos seus interesses sobre a natureza.

Entre os princípios que tentam (re)organizar o empreendimento ecoturístico, é possível encontrar - quando articulados com os dados da pesquisa -, um sério abismo entre os postulados de "desenvolvimento sustentável" estabelecidos pelas populações urbano-industriais e o desenvolvimento real e possível das populações locais. Ou seja, trata-se de uma retomada do impasse entre o que a população local considera viável, importante e eficaz no uso dos seus recursos naturais, incluindo aqui o uso

turístico e paisagístico, e o conhecimento científico formal e político que concebe outras formas de utilização desses recursos; entre os dois está a desigual relação de poder que desequilibra ainda mais a oposição entre as demandas locais e as necessidades do mercado externo.

Não há dúvida quanto à contingência da atividade turística, onde quer que ela se instale. Tanto nas cidades do entorno quanto dentro de unidades de conservação, a falta de controle sobre a atividade é acentuada, pois não há órgãos e profissionais qualificados para realizar um planejamento adequado à realidade local. O Prodetur - Programa de Desenvolvimento Turístico tem tentado resolver ou pelo menos suavizar as consequências da falta de planejamento para a atividade. Mas o desencontro entre os interesses do Estado, que notoriamente deseja um turismo de massa para a região, e os interesses locais que são também muito diversos e, é claro, contraditórios, é um problema a ser resolvido antes da implantação das regras sugeridas pelo Prodetur. São regras que oscilam entre a sustentabilidade do meio natural e as exigências de lucro do mercado externo.

Os gestores e conselheiros do Parque, representados pelo Ibama e Conselho Consultivo, também têm procurado normatizar o uso turístico da área. Prevendo que a regulamentação e o plano de manejo da unidade compreenda um longo processo, o Ibama resolveu elaborar um Plano Emergencial de Uso Público (PEUP) que pretende regular as atividades de turismo dentro da área do Parque. O Plano Emergencial, que deverá ser incorporado ao plano de manejo quando regulamentada a área, prevê normas de zoneamento e restrições para a visitação pública, algumas áreas com ecossistemas muito delicados ou com um grande desgaste nas trilhas de acesso poderão ser proibidas à visitação.

O turismo é um fenômeno em princípio irreversível, considerando que é muito difícil o controle e organização da atividade. Trata-se de um empreendimento que alia os novos interesses da cultura globalizada com os novos arranjos do sistema capitalismo. Faz-se necessário, portanto, conhecer de modo cuidadoso de que maneira essas novas formas de organização estão se relacionando com as populações consideradas tradicionais. E mais importante ainda, de que modo essas populações estão se organizando através do empreendimento turístico, como é o caso do



vale do Pati, que tem se estruturado para viver do turismo, mas impondo regras próprias ao empreendimento, num posicionamento mais ativo e participativo frente aos rumos da atividade.

No que concerne às populações locais, também chamadas de “tradicionais”, é importante salientar que a lei que regulamenta o Sistema Nacional de Unidades de Conservação (SNUC) [8] no Brasil foi sancionada em 2000 e “estabelece critérios e normas para criação, implantação e gestão de unidades de conservação”. O documento propõe uma relação “eficaz e harmoniosa entre as populações locais, a natureza e os agentes externos”, o que na prática pode ser traduzido pelo zoneamento - procedimento técnico integrado ao plano de manejo que reserva estratos da unidade de conservação à determinadas normas de uso - desse modo, algumas áreas estariam interditadas às ações humanas (uso indireto) [9], enquanto outras comportariam o uso “sustentável” (uso direto) dos seus recursos.

O zoneamento dessas áreas, em maior ou menor grau de preservação e com condições reguladas de acesso, é resultado de um estudo técnico, orientado por critérios ecossistêmicos e territoriais. Não contemplam, portanto, os valores e critérios locais de acesso e uso dessas áreas; o que tem afetado (in)diretamente, e às vezes de modo perverso, a vida da população que depende do uso dos recursos naturais dessas áreas para a sua sobrevivência. A partir desse eixo encontramos uma discussão polarizada entre aqueles que, ainda inspirados pela “Tragédia dos Comuns” de Hardin (1968), preconizam que as populações humanas são naturalmente destruidoras da natureza e fazem um uso predatório e ilimitado da mesma; e aqueles que, para assegurar os direitos de permanência e reprodução física e social dessas populações, defendem a idéia de uma cultura “nativa” tradicionalmente harmoniosa e em “equilíbrio” com o meio natural.

Nesse sentido, os trabalhos que Diegues (1996 e 1999) trouxe ao Brasil são uma referência importante no processo de reconhecimento das populações que vivem em espaços naturais como portadoras de uma cultura material e simbólica específicas, capazes de produzir lógicas próprias de uso e conservação dos recursos naturais disponíveis. As chamadas “populações tradicionais” caracterizam-se, segundo o autor, pelo desenvolvimento de técnicas atreladas à disponibilidade dos recursos naturais e a uma economia de pequena produção mercantil. A questão

central nesse argumento é reconhecer que as populações locais possuem uma lógica equilibrada de uso do ecossistema e são capazes de atuar como guardiães da biodiversidade, quando se trata de proteger os recursos naturais de uma atividade predatória como o fenômeno turístico.

*Sociedades tradicionais (...) são grupos humanos culturalmente diferenciados que historicamente reproduzem seu modo de vida, de forma mais ou menos isolada, com base em modos de cooperação social e formas específicas de relações com a natureza. Caracterizados tradicionalmente pelo manejo sustentado do meio ambiente (DIEGUES, 1999, p. 20).*

Ainda nessa perspectiva, Diegues avança na caracterização das populações nomeadas “tradicionais” definindo-os através de elementos tais como: dependência e simbiose com a natureza; moradia e ocupação do território por várias gerações; importância das atividades de subsistência; reduzida acumulação de capital; tecnologia simples e de baixo impacto ao meio-ambiente; importância das simbologias, mitos e rituais associados à natureza e fraco poder político (IDEM, 1996, p. 87-88).

Embora o conceito de “populações tradicionais” e a caracterização sugerida pelo autor sejam amplamente questionáveis, visto que cristalizam e mitificam os valores materiais e morais dessas populações, ignorando os processos de ruptura, descontinuidades e mudanças pelos quais passam qualquer sociedade, o turismo é uma delas; não podemos deixar de considerar sua importância na fundamentação do direito das populações locais sobre o território e demais recursos naturais. Direitos esses, validados apenas aos grupos indígenas e recentemente aos grupos quilombolas, mas negados a outros grupos sociais em contextos rurais.

É o caso dos habitantes e usuários do Parque Nacional da Chapada Diamantina, que não são facilmente enquadrados na categoria de populações tradicionais, primeiro pelo seu caráter nômade, as pessoas circulam muito entre uma região e outra e os fluxos migratórios são ainda muito intensos; dificilmente esses habitantes se mantêm há mais de duas gerações no mesmo local. Segundo, pela contingência da atividade econômica predominante; a forte presença do garimpo na região transformou a lavoura em uma atividade secundária e temporária; as roças

Turismo, natureza e populações "tradicionais": nas trilhas...

eram uma espécie de apêndice do garimpo, eram cultivadas sempre em função deste e o acompanhavam em seus constantes deslocamentos, dando origem às roças itinerantes, ainda encontradas no Vale do Pati.

Nesse sentido, os habitantes do Parque Nacional da Chapada Diamantina estão "deslocados" dos grupos étnicos normalmente inseridos em espaços naturais protegidos. Eles estariam portanto menos aptos a serem contemplados do que as populações consideradas "tradicionais" e portanto portadoras de direitos reconhecidos e específicos sobre a terra. Lobão (2006) chama atenção para as demandas políticas que o termo impõe às populações rurais.

*Para habitar os novos espaços é necessário incorporar identidades distintivas do todo nacional. Em Áreas Protegidas (Terras Indígenas, Territórios Quilombolas e Unidades de Conservação) somente é permitido a presença de grupos étnicos - índios ou quilombolas - de "populações tradicionais". Além de uma "nova" identidade, mesmo que construída ao abrigo do Decreto 5.051/2004, os grupos locais candidatos a permanecer em Áreas Protegidas tiveram, e os novos também terão, que incorporar novos discursos, novas formas de organização social e novas práticas produtivas, voltadas para o futuro e controladas pela Ciência da Conservação, em todas as suas vertentes (LOBÃO, 2006, p. 1-2).*

A experiência dos habitantes do Parque Nacional da Chapada Diamantina, assim como várias outras populações residentes em áreas naturais de conservação no Brasil, aponta para o uso político e ampliado da expressão "populações tradicionais". À medida que a expressão deixa de contemplar a gradação de atores que habitam os espaços naturais protegidos e se reduz a uma categoria política amplamente utilizada pelos agentes do governo e pelos programas sócio-ambientais, ela não apenas deixa de explicar as múltiplas funções e papéis sociais dessas populações na relação com os espaços naturais que o circundam, como também, e principalmente, limita e/ou exclui a participação de diversos grupos rurais nos processos decisórios dos espaços em que vivem. Barretto Filho salienta esse aspecto "alienante" evocado pelo conceito:

*Não se trata tanto de uma "descoberta" das "populações tradicionais" posto que "tradicionalidade" não é algo que se descobre, mas da sua*

*construção como sujeito - em seus múltiplos sentidos do manejo de áreas protegidas, entendido como processo sociocultural e político pelo qual transforma-se a natureza, essas populações e o nosso entendimento do que ambas são (BARRETO FILHO, 2001, p. 13).*

Carneiro da Cunha e Almeida (1999) tentam desmitificar valores e ideais frequentemente associados às populações “nativas” colocando as seguintes questões: esses grupos sociais são sempre, e necessariamente, conservacionistas? Conservaram as florestas e outras paisagens no passado? Continuarão a preservá-las no futuro? Essas perguntas nos ajudam a repensar a pressuposta relação “essencialista” entre as populações locais e a natureza, onde a relação dessas populações com o meio natural é imaginariamente equilibrada e harmoniosa, o que garantiria um bom uso ou um uso sustentável dos recursos naturais existentes, garantindo, assim, a permanência desses habitantes em áreas de proteção ambiental.

Para Carneiro da Cunha e Almeida (1999, p. 6), o “conservacionismo não é só um conjunto de práticas, mas é também uma ideologia”. Segundo os autores, há um equívoco em tomar as populações locais de áreas naturais como portadoras de uma ideologia necessariamente conservacionista. Entretanto, Carneiro da Cunha e Almeida admitem que é possível a existência de práticas conservacionistas entre esses grupos sem que estas estejam baseadas em uma “ideologia” que as sustente. O que não significa dizer que um grupo social manterá uma prática sustentável no uso de seus recursos naturais. Dito de outro modo, a sustentabilidade está sempre condicionada à provisão de recursos da natureza e à escala de necessidades do grupo.

De qualquer modo, não há garantia efetiva de que as populações que fazem uso sustentável dos seus recursos hoje, continuem a fazê-lo amanhã. As mudanças culturais que atingem os grupos locais, de modo cada vez mais intenso e predominante, comprovam que tais populações “não estão mais situadas fora da economia mundial, nem estão mais na periferia do capitalismo” (CARNEIRO DA CUNHA e ALMEIDA, 1999, p. 6). Esses grupos estão em constante contato com vários outros grupos, instituições, organizações não governamentais e órgãos oficiais do governo, reinventando cotidianamente os valores que os mantêm ligados à natureza.

A emergência de novos mercados que expressam a demanda por “valores de existência”, como biodiversidade e paisagens naturais (IDEM, 1999) tem sido uma alternativa de sobrevivência e manutenção da qualidade de vida das chamadas populações “tradicionais”. Atividades desse tipo são compatíveis com a conservação ambiental e são também uma forma de reconhecer que as populações locais têm a capacidade de oferecer esses produtos e estão qualificadas para uma participação efetiva no mercado.

Contudo, a questão posta não é saber em que medida as “populações tradicionais” estão envolvidas com o mercado e sim saber “se elas se qualificam como parceiros” no processo de implementação e gestão de áreas de conservação, o que dependerá do tipo de mercado com o qual estão envolvidas e do tipo de política pública adotada pelo Estado. Voltamos, portanto, ao dilema central que é saber se tais populações estão aptas e desejam fazer parte de um “pacto” com o poder público que lhes assegure a conservação dos recursos naturais disponíveis, a qualidade de vida e a geração de renda - especialmente baseada no desenvolvimento e planejamento da indústria turística.

## NOTAS

[1] Carta de Intenções dos Garimpeiros de Serra de Lençóis. SUM - Sociedade União dos Mineiros, 10 de Dezembro de 1998, Lençóis-Ba.

[2] Áureo, entrevista realizada em 1996, durante pesquisa de campo para o curso de Mestrado em Antropologia Social pela Universidade Estadual de Campinas - Unicamp.

[3] Mira, guia de Andaraí, em entrevista realizada em fevereiro de 2004, durante pesquisa de campo para o doutorado.

[4] O Parque Nacional da Chapada Diamantina, criado em 1985, ainda não foi regulamentado, o que implicaria um processo de reconhecimento das propriedades e de suas benfeitorias através do levantamento fundiário e, em conseqüente, de indenização aos proprietários para a retirada da população do Parque, posto que se trata de uma unidade de conservação de proteção integral, não permitindo, portanto, a presença humana em áreas centrais.

[5] A autora já foi guia local na região, quando ainda não havia ingressado na universidade, época em que também participava do Movimento SOS Chapada pela luta da preservação da Chapada Diamantina.

[6] São lugares de natureza como cavernas e grutas que possuem também pinturas de valor arqueológico.

[7] Heraldo, em entrevista realizada em janeiro de 2004.

[8] De acordo com a lei no. 9.985 de 18/07/2000 Unidades de conservação são “o espaço territorial e seus recursos ambientais, incluindo as águas jurisdicionais, com características naturais relevantes, legalmente instituído pelo poder público, com objetivos de conservação e limites definidos, sob regime especial de administração, ao qual se aplicam garantias adequadas de proteção.”

[9] Uso Indireto: Aquele que não envolve consumo, coleta, dano ou destruição dos recursos naturais. Uso direto: Aquele que envolve coleta e uso, comercial ou não, dos recursos naturais.

## REFERÊNCIAS

BARRETTO Fº, H. T. “Populações Tradicionais: Introdução à Crítica da Ecologia Política de uma Noção”. In: Workshop *Sociedades Cablocas Amazônicas: Modernidade e Invisibilidade*, Parati-RJ, 2001.

CARNEIRO DA CUNHA, M. e ALMEIDA, M. “Populações Tradicionais e Conservação”. Seminário de Consulta, Macapá: 21 a 25 de Setembro, 1999.

\_\_\_\_\_. (orgs.) *Enciclopédia da Floresta*, São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

DIEGUES, A. C. *O Mito Moderno da Natureza Intocada*. São Paulo: Hucitec, 1996.

\_\_\_\_\_. *Biodiversidade e Comunidades Tradicionais no Brasil*. São Paulo: Relatório Final - Nupaub (USP), Probio (MMA), CNPq, 1999.

HARDIN, G. “The Tragedy of the Commons”. In: *Science*, vol. 162, 1968.

HOGAN, D. J. “Prefácio”. *Viagens à Natureza: turismo, cultura e ambiente*. Campinas: Papirus, 1997.

LOBÃO, R. *Economia Política do Ressentimento: Contingente ou necessária?* Rio de Janeiro: Nufep - UFF, 2006.

SENNA, R. S. *Jarê, uma Face do Candomblé: manifestação religiosa na Chapada Diamantina*. Feira de Santana: UEFS, 1998.

SERRANO, C. M. de T. “Dos Modos de Conhecer e Conquistar o Itatiaia”. In: *Temáticas*, Ano 4, nº 7, Campinas: Unicamp, 1996.

# A CIDADANIA NAS REDES DE COMUNICAÇÃO

Juliano Maurício de CARVALHO<sup>□</sup>  
Ângela M. Grossi de CARVALHO<sup>□□</sup>

## RESUMO

O cenário midiático do período que sucede a popularização da Internet (década de 1990) acentua-se na direção da convergência dos conteúdos informativos e da ampliação das formas de produção e socialização da mensagem. Como consequência, acomodam-se mais e mais websites no espaço virtual, democratizando a informação e horizontalizando o ambiente comunicacional. Com um olhar mais atento, todavia, observa-se que a multiplicidade das mensagens interativas pode não gerar um alargamento da melhoria das condições sociais objetivas de vida do cidadão, condição elementar para vislumbrar um novo modelo de cidadania, a digital. O ensaio problematiza as redes de comunicação, mais especificamente a Internet, enfocando as novas possibilidades

---

<sup>□</sup>Professor do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Midiática e do curso de Comunicação Social (FAAC-Unesp Bauru). Líder do Laboratório de Estudos em Comunicação, Tecnologia e Educação Cidadã - LECOTEC (Unesp). Doutor em Comunicação Social (Unesp), Mestre em Ciência Política (Unicamp) e Jornalista graduado pela PUC-Campinas. E-mail: juliano@faac.unesp.br

<sup>□□</sup>Jornalista, Doutoranda em Ciência da Informação (Unesp), Mestre em Educação. E-mail: angelgrossi@uol.com.br

oferecidas aos vários setores sociais, especialmente as ONGs, compreendendo-a como facilitadora desse novo modelo.

**Palavras-chave:** Inclusão digital; Cidadania; Redes de comunicação; Internet; Informação e Tecnologia.

### ABSTRACT

*The media scenery of the decades right after Internet popularisation (1990's decade) marches toward information contents convergence and the expansion of production and social dissemination of message means. As consequence there are more and more websites at the cyberspace, which may democraticize and horizontalize information, socializing information and levelling the communication environment. A closer look, however, shows that plurality in interactive messages may not provide improvements in the objective social conditions of the citizens, a fundamental condition in order to foresee a new model of citizenship, the digital one. This article analyses communication nets, focusing on new possibilities offered to many segments of society, specially non-profitable organisations, understanding it as a means of facilitating this new model.*

**Key words:** Digital inclusion; Citizenship; Communication nets; Internet; Information and Technology.

### INTRODUÇÃO

O surgimento da Internet permitiu uma agilidade maior no envio e recebimento de informações e na busca de dados. Recursos como *chats*, interatividade, informação em tempo real, edição ou não edição da notícia, serviços públicos oferecidos por meio de sites governamentais mostram como é possível ao usuário usufruir das várias facilidades possibilitadas pelo sistema de transmissão e recebimento de dados.



Segundo Carvalho (1999, p.2):

*a Internet foi um projeto ousado, pensado pelos norte-americanos como uma estratégia no tempo da guerra fria. Importante recordar que ela surge a partir de experimentações nos anos 1960, acaba se ampliando às universidades norte-americanas, depois nas sociedades européias e chega ao Brasil nos anos 1980.*

A Internet ao mesmo tempo, mostra-se como uma mídia emergente e singular, pois possui uma enorme capacidade de troca de informações multiculturais e transtecnológicas. Talvez seja a única mídia que consiga reunir as várias categorias da multimídia: som, imagem, movimento, vídeo, texto, e transcender, a partir de uma lógica do pensar, o hipertexto.

Hoje, a Internet passa por outra fase. Depois do *boom* sofrido até o ano de 1999, existe a preocupação com o tipo de acesso que os usuários têm. Muitas vezes, esse internauta não conhece a potencialidade que o sistema oferece, e noutras o tipo de acesso não permite um uso efetivo da Internet. Alguns provedores, por exemplo, limitam o conteúdo de acordo com o pacote adquirido.

Tendo em vista essa problemática, muitos órgãos governamentais, incluindo o Ministério da Ciência e Tecnologia, meios de comunicação e universidades têm procurado maneiras para atenuar essa diferença. Esse processo vem sendo chamado de inclusão digital, mas dá conta tão-somente das condições de acesso à Internet, desprezando o vasto contingente que frequenta a rede e dela não usufrui de maneira potencial.

Na Sociedade da Informação ou do conhecimento, caracterizada pela valorização do saber como forma de acesso ao poder, as fontes de poder e riqueza dependem da capacidade de geração de conhecimento e processamento de informações. A expansão da tecnologia levou a um processo amplo de globalização, transnacionalização, novas relações de trabalho, mudanças no lazer e consumo. Atualmente, com as redes de comunicação, algumas características foram alteradas, entre elas a interatividade, fornecendo ligação entre o consumidor da informação e o emissor, possibilitando, dessa maneira, a diminuição das distâncias sociais, além de contribuir para o exercício da Cidadania Digital.

Com a chegada dos computadores pessoais na década de 1980, vislumbrou-se uma nova possibilidade de comunicação e produção. Com o avanço da tecnologia, foi possível o acesso a grandes redes de comunicação, a grandes bancos de dados virtuais, à comunicação em tempo real, e mais do que isso, a redução de distâncias entre pessoa, lugar e informação. Nessa perspectiva, a Internet chega revolucionando o modo de transmissão de dados. Segundo Silveira (2001, p. 15), “uma aplicação foi decisiva para a rápida popularização da Internet: o sistema de hipermídia para obter informações por meio da rede”.

Com a melhoria nos modos de transmissão de dados, possibilitados pelos cabos de fibra ótica, começou-se a não mais haver preocupação com a forma de transmissão, mas, sim, com para quem transmitir. Existem vários movimentos sendo formados em prol da usabilidade em massa da Internet. Esses movimentos são chamados de Inclusão digital, ou seja, visam a incluir as comunidades carentes na rede mundial, possibilitando que tenham acesso às informações veiculadas e, mais que isso, que possam produzir conteúdos para a rede em âmbito local, valorizando as necessidades do grupo, transformando, assim, a Internet num facilitador.

## CIDADANIA E AS REDES DE COMUNICAÇÃO

Etimologicamente, a palavra “cidadão” deriva de cidade. Em Atenas, cidadania era o direito de participar das decisões sobre os destinos da cidade, por reuniões em praças públicas, porém a população participativa era bastante pequena. Com o reconhecimento dos direitos civis e sua consagração em documentos, ainda no período medieval, a palavra passou a ser usada para designar a liberdade do homem, seus direitos e os privilégios que deve ter.

A Constituição assegura, por meio de leis, o direito do cidadão. No entanto, a cidadania deve ser imbuída de outros alicerces, passando por algumas transformações. O ser cidadão transformou-se em ser consumidor e ser usuário.

Na sociedade contemporânea todas as pessoas são consideradas cidadãs e tem seus direitos igualmente garantidos, mas a disparidade

social faz com que a camada mais carente não tenha acesso a todos os benefícios que uma pessoa da camada mais elevada, até mesmo pelo grau de conhecimento dos direitos a elas reservados. A transmissão de informação passa ser privilégio de poucos.

Cidadania pode ser entendida como a probabilidade de participação plena do indivíduo (cidadão) na defesa dos interesses da sociedade como direito adquirido num consenso também social.

### AS REDES E A REVOLUÇÃO NA FORMA DE TRANSMISSÃO DE DADOS

Com as redes de comunicação, algumas características foram alteradas, entre elas a interatividade, fornecendo ligação entre o consumidor da informação e o emissor, seja através do jornal digital, da televisão a cabo, da videoconferência, ou do próprio computador e suas ligações hipertextuais ou conectado à internet, dentre outros meios que poderíamos citar.

Essa seria a terceira grande transformação na mídia por intermédio da tecnologia. A primeira ocorreu com o surgimento das impressoras a vapor e do papel-jornal barato. Depois, veio a transmissão por ondas eletromagnéticas (rádio em 1920 e televisão em 1939). Agora presenciamos o patamar nas tecnologias de armazenagem, produção e difusão de informação.

Estamos no chamado “Mercado de Informação”. Com tamanho e variedade, esse mercado:

*se organiza a partir de uma infra-estrutura comum, feita de todas as ferramentas e serviços informáticos que permitam a suas múltiplas atividades funcionar com eficiência e praticidade (DERTOUZOS, 1997, p. 52).*

Sua infra-estrutura é criada por todos, sem que haja um controle, possibilitando atividades diversas e independentes.

Podemos identificar essa infra-estrutura na Internet, segundo

Moraes (*apud* LÉVY, 2001, p. 113), no ciberespaço:

*cada um é potencialmente emissor e receptor num espaço qualitativamente distinto. Não é por seus nomes, posições geográficas ou sociais que as pessoas se agregam, mas de acordo com blocos de interesses, numa paisagem comum de sentido e de saber.*

O abismo causado pelo desenvolvimento tecnológico agrava a situação social de países periféricos como o Brasil; na maioria não há autonomia tecnológica, já que os investimentos em pesquisa são baixos ou inexistentes, sem falar da onda de privatizações no ramo das telecomunicações. Para Silveira (2001, p. 16), “as novas tecnologias e os frutos da revolução tecnológica tendem a ampliar o distanciamento entre ricos e pobres”. Complementando, Lévy (2001, p. 30) considera que “a revolução que vivemos hoje, comparável à revolução neolítica por sua amplitude e por suas questões antropológicas, está criando disparidades e desigualdades ainda mais profundas”.

Não é só isso o que torna as grandes redes um meio de exclusão social, uma vez que o acesso a elas é extremamente restrito aos usuários de computador. Ou seja:

*para a pessoa incluída na rede, a navegação estimula a criatividade, permite realizar pesquisa sobre inúmeros temas e encontrar com maior velocidade o resultado de uma busca. Quem está desconectado desconhece o oceano informacional, ficando impossibilitado de encontrar uma informação básica, de descobrir novos temas, de despertar para novos interesses (SILVEIRA, 2001, p. 15).*

Mas é bem verdade que o ciberespaço pode tanto aumentar como diminuir as diferenças. Na web, a gama de opções é bastante vasta. A ajuda mútua e campanhas comunitárias fazem da Internet um dos maiores espaços de troca de informações e solidariedade. Segundo Moraes (2001, p. 75):

*na ausência de uma ordem totalizante, pessoas, grupos ou entidades movem-se na Web de acordo com seus valores e conveniências, consignados em escolhas individuais ou comunitárias. Os usuários formam comunidades autônomas, de tamanhos substantivos e predispostas*

*a respostas a estímulos associativos [...] surgem ajudas mútuas e laços de solidariedade.*

Essa solidariedade faz com que a mobilização social em torno da inclusão digital seja cada vez mais percebida. Com a ajuda da sociedade o processo de abertura do acesso a todos pode se tornar mais rápido, portanto:

*as entidades civis valem-se da internet enquanto esfera pública de comunicação, livre de regulamentações e controles externos, para veicular informações e análises quase sempre orientadas para o fortalecimento da cidadania e para o questionamento da hegemonias constituídas (MORAES) [1].*

## INICIATIVAS DE INCLUSÃO DIGITAL NO BRASIL

No país, existem hoje vários projetos de cidadania digital, usando as redes como forma de transmissão de conhecimentos, tentando reverter o quadro, transformando a exclusão digital na inclusão digital. Segundo Cabral (2000, p. 8):

*O impasse colocado pelo contexto atual é o da necessidade de impulsionar o conhecimento por parte do público sobre a Internet, ou seja, sobre uma nova mídia, a partir desta mídia tradicional que conta ainda com uma maior penetração. Nesse contexto, vários assuntos ligados ao ciberespaço, à vida digital, às novas conquistas e desafios que a Internet nos impõe, vêm se tornando cada vez mais freqüentes. Começam a surgir programas que aproximam o cidadão comum do mundo da informática e, como não poderia deixar de ser, das vantagens proporcionadas pela Grande Rede [2].*

Essa inclusão depende de alguns fatores para se tornar uma realidade. Entre eles, as iniciativas dos órgãos públicos. Partindo desse pressuposto, são necessárias algumas ações:

- Criar políticas públicas integradas e articuladas entre as esferas Federal, Estadual e Municipal e entre os três Poderes.

- Estimular as comunidades a se apropriarem dos recursos e conceitos tecnológicos.

- Garantir a equiparação de oportunidades.

- Buscar recursos financeiros a fundo perdido e equipamentos em instituições multilaterais, organismos internacionais e empresas privadas.

- Criar destinação orçamentária para a Inclusão Digital em todos os níveis do poder público.

- Estimular o uso de soluções tecnológicas de baixo custo (equipamentos, redes e aplicativos).

- Prover tarifas reduzidas de telecomunicação para as ações de Inclusão Digital.

Com isso, as comunidades envolvidas poderiam opinar nos equipamentos e softwares básicos a serem utilizados e na identificação e criação de aplicativos que atendam as suas necessidades.

Por meio desse processo de inclusão, seria possível permitir um aprendizado autônomo dos indivíduos. Segundo Silveira (2001, p. 13), “as oportunidades dos incluídos na sociedade da informação são bem maiores do que aqueles que vivem o *apartheid* digital”.

Um exemplo claro da força exercida pela sociedade civil é o Rio de Janeiro. Desde outubro de 2001, o projeto Cidadania Digital vem “beneficiando diversas comunidades carentes de Guadalupe, Morro do Sereno e Ilha do Governador” [3], que estão “recebendo aulas de informática e tendo acesso à rede mundial de computadores” [4]. A prefeitura de São Paulo também vem realizando um plano de inclusão digital por meio da criação de telecentros, sendo os frequentadores dos telecentros estimulados a criar páginas na Internet com notícias e atividades relacionadas aos interesses do bairro [5].

Por meio de iniciativas como essa:

*as ferramentas da WEB podem propiciar aos movimentos sociais uma intervenção ágil em assuntos específicos, acentuando-lhes a visibilidade pública. Outro fator positivo é a constituição de comunidades virtuais*

*por afinidades coletivas. Formam-se, assim, coletivos em rede, por aproximações temáticas, anseios e práticas comuns de cidadania (MORAES) [6].*

Vários órgãos têm se unido mundialmente para diminuir as diferenças. A ONU (Organização das Nações Unidas), juntamente com governos, empresas privadas e sociedade civil para propor a criação de uma Força de Tarefa e de um fundo de investimento em tecnologias de informação e comunicação com o objetivo de diminuir a disparidade e universalizar o acesso à rede, para que o abismo tecnológico seja superado.

No Brasil, o Ministério da Ciência e Tecnologias lançou, em 1999, o programa Sociedade da Informação. O programa prevê um conjunto de iniciativas dos governos federal, estadual e municipal juntamente com a iniciativa privada. São oito as linhas de ação proposta pelo Programa Sociedade da Informação, ou seja:

- Pesquisa e desenvolvimento em tecnologias-chave.
- Prototipagem de aplicações estratégicas.
- Implantação de infra-estrutura avançada para pesquisa e ensino.
- Fomento a informações e conteúdos.
- Fomento a novos empreendimentos.
- Apoio à difusão tecnológica.
- Apoio a aplicações sociais.
- Governança no mundo eletrônico.

O projeto conta ainda com nove áreas de atuação, com prioridade para ciência, tecnologia, educação e cultura.

Assim, com esse tipo de iniciativa poderemos ampliar a comunidade virtual e diminuir as diferenças sociais, permitindo às pessoas que sofrem com o *apharteid* digital fazer parte da Sociedade da Informação.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

É preciso compreender o fenômeno midiático Internet, com base em uma reflexão sobre as condições do acesso aos serviços e uso das potencialidades da nova mídia. Um caminho a seguir é a possibilidade de universalização do acesso, proporcionada por meio de iniciativas de organizações não-governamentais, bem como por instituições aparelhadas pelo Estado e pela iniciativa privada.

Seguramente, ainda estamos distantes da formulação e da experimentação de um novo modelo de cidadania, a digital, mas é imperioso colocar o debate da cidadania como condição social para a democratização do saber e horizontalização da Internet, sem o que desperdiçamos, no tempo e na história, a compreensibilidade do papel dinamizador da Internet e potencializador para os grupos sociais que estão à margem de instrumentos objetivos de manuseio e acesso à informação.

Para Lévy (2001), “precisamos olhar o mundo de hoje com os olhos do mundo de amanhã, não com os de ontem [...] os olhos de amanhã são os olhos planetários. As fronteiras são as ruínas, ainda de pé, de um mundo em revolução”. Precisamos olhar o mundo com os olhos da equidade, sem distinção de cor, raça, sexo ou condição social, afinal esse é o princípio da igualdade garantido a todos os que são considerados cidadãos na sociedade atual.

## NOTAS

[1] e [6] Conforme: MORAES, D. “Comunicação virtual e cidadania: movimentos sociais e políticos na internet”. In: *Sala de Prensa*. Disponível em: <<http://www.saladeprensa.org/art156.htm>>

[2] Ver também: CABRAL, A. “Tecendo a rede da net-cidadania - a construção do imaginário sobre o futuro a partir das campanhas de publicidade de produtos e serviços ligados à Internet”. In: XXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, Manaus, setembro de 2000. *Anais*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2000.

[3] e [4] Conforme: CARDOSO, M. “Projeto Cidadania Digital será ampliando no Rio”. In: *Ministério da Ciência e Tecnologia*. Disponível em: <[http://www.mct.gov.br/comunicacao/textos/default.asp?cod\\_tipo+1&cod\\_texto=1907](http://www.mct.gov.br/comunicacao/textos/default.asp?cod_tipo+1&cod_texto=1907)>



[5] Conforme: “Informática para todos - plano de Inclusão Digital da Prefeitura de São Paulo disponibiliza o acesso à internet para a população de baixa renda”. In: *Revista Cidades do Brasil*. Disponível em: <<http://www.cidadesdobrasil.com.br/gestao/gestao26p2.htm>>

## REFERÊNCIAS

CABRAL, A. “A Internet e a luta de classes”. In: *Anais do V Congresso da Asociacion Latinoamericana de Investigadores de la Comunicacion-ALAIC*. Santiago do Chile: ALAIC, 2000.

\_\_\_\_\_. “Tecendo a rede da net-cidadania - a construção do imaginário sobre o futuro a partir das campanhas de publicidade de produtos e serviços ligados à Internet”. In: XXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, Manaus, setembro de 2000. *Anais*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 2000.

CARVALHO, J. M. “A política de implantação da Internet no Brasil”. In: XXII CONGRESSO BRASILEIRO DE CIÊNCIAS DA COMUNICAÇÃO - INTERCOM, Rio de Janeiro, setembro de 1999. *Anais*. Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação, São Paulo, 1999.

DERTOUZOS, M. *O que será*. Como o novo mundo da informação transformará nossas vidas. São Paulo, Companhia das Letras, 1998.

LÉVY, P. *A conexão planetária - o mercado, o ciberespaço, a consciência*. São Paulo: Ed. 34, 2001.

MORAES, D. *O concreto e o virtual - mídia, cultura e tecnologia*. Rio de Janeiro: DP&A, 2001.

SILVEIRA, S. A. *Exclusão digital - a miséria na era da informação*. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

# NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO EM HOSPITAIS: A INTERNET COMO ESTRATÉGIA PARA MELHORAR O RELACIO- NAMENTO COM OS PÚBLICOS

Maria Rosana Ferrari NASSAR<sup>□</sup>

## RESUMO

O trabalho apresenta o levantamento teórico sobre a utilização da tecnologia da informação, mais propriamente da Internet, na comunicação organizacional de hospitais, tendo em vista que eficiência, eficácia, agilidade são valores que correspondem ao atendimento humanizado. Tem como objetivo documentar o estágio da utilização das tecnologias da informação como ferramenta de gestão estratégica da comunicação entre as organizações de saúde e seus usuários/pacientes, considerando especialmente a atuação do profissional de Relações Públicas. Este trabalho compõe uma investigação mais ampla desenvolvida junto à PUC-Campinas que compreende também o levantamento empírico de dados junto aos hospitais da Região Metropolitana de Campinas, São Paulo.

---

<sup>□</sup> Professora da Faculdade de Relações Públicas (PUC-Campinas). Doutora e Mestre em Ciências da Comunicação (ECA-USP), Graduada em Comunicação Social - habilitação em Relações Públicas (PUC-Campinas). E-mail: mktsaude@yahoo.com.br

**Palavras-chave:** Comunicação digital; gestão estratégica; relações públicas.

#### ABSTRACT

*This work presents the theoretical background about the utilization from technology on information, or better of Internet, in hospital organization communication, assuming that efficiency, effectiveness, agility are values what correspond to human attending. Its objective is to register the utilization of the information as a strategic management tool of communication between health organizations and their users / patients, taking specially into consideration the performance of Public Relations professionals. This work is part of a larger investigation carried out together with PUC-Campinas and it also involves an empirical data collection in the hospitals of the Metropolitan area of Campinas, São Paulo.*

**Key words:** Digital communication; strategic administration; public relations.

#### INTRODUÇÃO

Este trabalho apresenta um levantamento teórico preliminar sobre a utilização da tecnologia da informação, mais propriamente da Internet, na gestão da comunicação em hospitais, tendo em vista que eficiência, eficácia e agilidade são valores que permeiam o atendimento humanizado.

O objetivo é documentar o estágio da utilização das tecnologias da informação, especificamente da Internet, como ferramenta de gestão estratégica da comunicação, de aproximação e melhoria do relacionamento entre os hospitais e seus usuários/pacientes, considerando especialmente a atuação das Relações Públicas.

Esta pesquisa teórica compõe uma investigação mais ampla,

desenvolvida junto à Pontifícia Universidade Católica de Campinas, compreendendo, ainda numa próxima etapa, o levantamento empírico de dados junto aos hospitais da Região Metropolitana de Campinas, São Paulo.

Considera-se neste estudo que na sociedade pós-industrial a informação ganhou status de recurso estratégico, de elemento fundamental na competição, na conquista e manutenção de clientes, especialmente quando associada à tecnologia.

Sob essa perspectiva, as organizações, de modo geral, não podem prescindir de um sistema de informação bem estruturado. Com efeito, um sistema de informação automatizado torna a organização mais eficiente, possibilitando o controle de todos os processos de produção, administração, planejamento, dentre outros.

Entretanto, a gestão da informação nos hospitais brasileiros ainda encontra-se incipiente. A área da saúde tem conhecido avanços tecnológicos significativos no que diz respeito aos equipamentos, técnicas cirúrgicas e medicamentos cada vez mais sofisticados e eficientes em suas finalidades específicas. Por outro lado, a informação não tem merecido a mesma consideração.

Um indício da realidade dessa afirmação pode ser inferido pela insatisfação dos usuários/pacientes com os serviços prestados, tanto quanto à demora no atendimento, nas informações desconstruídas como em relação ao distanciamento entre médico e paciente, nas quais a relação interpessoal com base na confiança foi substituída pela modernidade fria de exames médicos cada vez mais sofisticados (NASSAR, 2003).

Os sistemas de informação fornecem ferramentas gerenciais que possibilitam melhorar, tornar mais eficiente o atendimento e de tal modo compreendem a utilização adequada de tecnologias da informação e de comunicação interna e externa:

*Os atuais sistemas de tecnologia de informação e de comunicação (ou, mais simplesmente, tecnologia da informação) ajudam a organização a ser mais sensível, eficiente e flexível diante das rápidas e contínuas transformações (...). (PINHO, 2006, p.320).*



A Internet insere-se no âmbito das tecnologias da informação e como ferramenta de comunicação pode auxiliar os hospitais no relacionamento com seus públicos, bem como na construção de uma imagem positiva junto à sociedade. Ainda: por suas características (velocidade, dirigibilidade, interatividade, pessoalidade, dentre outras), favorecem a atuação das Relações Públicas, que, por isso, desempenham um papel fundamental na gestão estratégica da informação e da comunicação nas organizações hospitalares, considerando, inclusive, o nível de exposição pública a que estão sujeitas, em razão da atividade que desempenham, qual seja o cuidado, a prevenção, o tratamento e a assistência à saúde da pessoa.

## COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO: MAIS QUE INTERFACE

Tratando-se de um levantamento teórico preliminar, parte de um estudo mais amplo ainda em desenvolvimento, não há como fugir de uma passagem, ainda que breve, sobre os conceitos de Ciência da Informação e Comunicação. Afinal, epistemologicamente esta pesquisa tem suas bases lançadas nesses campos de conhecimento de modo bastante significativo. À luz dessa afirmação, toma-se a Ciência da Informação e a Comunicação como áreas do conhecimento científico, muito próximas e com elementos em comum, mas com seus objetos e métodos específicos.

A abordagem proposta leva em consideração também a contemporaneidade dessas duas áreas de conhecimento. Com efeito, Comunicação e Ciência da Informação têm em comum a mesma estrutura proposta por Shannon; Weaver (1949):

*Um ato se efetiva quando um emissor ou remetente envia uma informação a um destinatário ou receptor. Para existir de forma eficaz, a informação necessita de um contexto de referência que precisa ser acessível ao receptor. Este contexto deve ser verbal ou passível de ser verbalizado. É necessário ainda um código, total ou parcialmente comum, ao emissor e ao receptor, e, finalmente, um contato, isto é, um canal físico e uma conexão psicológica entre o emissor e o receptor que os capacitem a entrar e a permanecer em contato (BARRETO, 2005, p.4).*

Além disso, tanto uma como outra compartilham a natureza

polissêmica, comportam vários sentidos e significados:

*Se houver palavra que sozinha possua maior número de sentidos, mais usos em contextos completamente diferentes e que cause mais confusão que “informação”, essa palavra é “comunicação”. Primeiro, há confusão entre o processo de comunicação como objeto de investigação e comunicação como nome de um campo onde esse processo é investigado [...]. Quase todo texto sobre comunicação começa com uma delimitação dos usos da palavra. O sentido de “comunicação”, assim como o sentido de “informação” é uma ampla argumentação em si mesmo. Mesmo sendo interessantes e divertidos, esses argumentos não geraram nenhum resultado notável, portanto, não vale a pena segui-los. Contudo, a discussão e os estudos acadêmicos sobre a relação entre comunicação como um fenômeno e comunicação como um processo são importantes e devem ser considerados, uma vez que cada conceito nos leva por caminhos complexos ao outro, caminhos esses que ainda não estão totalmente elaborados, compreendidos ou mesmo investigados profundamente (...).* (SARACEVIC, 2004, p.10)

O termo informação denota a complexidade que cerca esse campo do conhecimento. Trata-se de uma palavra que contempla significados como dar forma, criar, construir, representar. Segundo Araújo (2001, p.1):

*A partir de sua origem etimológica podemos perceber dois sentidos complementares para este conceito. Assim temos que, a informação pode ser compreendida como processo de atribuição de sentido. Em termos de práticas informacionais diríamos que esse processo se dá através das ações de recepção/seleção das informações recebidas.*

O mesmo autor prossegue afirmando que:

*Outra compreensão pode ser formulada se considerarmos a informação como processo de representação, objetivando com isso comunicar sentido dado à mesma. Este processo ocorre através de ações de codificação, emissão, decodificação/uso de informação. Em termos de práticas informacionais, diríamos que este processo estrutura-se através das ações de geração e transferência de informação. Assim, a partir de uma visão etimológica, a informação pode ser conceituada como uma prática social que envolve ações de atribuição de sentido* (ARAÚJO, 2001, p.1).



De qualquer forma, pode-se afirmar que a Ciência da Informação caracteriza-se por três elementos fundamentais desde o seu surgimento: sua natureza interdisciplinar; a conexão indissolúvel com a tecnologia da informação; sua participação ativa e deliberada na evolução da sociedade da informação (assim como outros campos do conhecimento), ou seja, sua dimensão social e humana que se coloca para além da tecnologia (SARACEVIC, 2004, p.5).

Sob a perspectiva desse entendimento, a informação pode ser tomada como processo de atribuição de sentido e como processo de representação para a comunicação. O que há de comum entre ambas, entre informação e comunicação? A apreensão de sentido por parte do receptor, embora com finalidades diferentes como se observará adiante.

De acordo com Wurman (1991), o termo informação sempre foi utilizado de forma ambígua e liberal. Até a Segunda Guerra Mundial, a definição mais comum da palavra informação era como ação de informar, formação ou moldagem da mente ou do caráter, treinamento, instrução, ensinamento ou comunicação de conhecimento instrutivo. Depois, tornou-se lugar comum um determinado significado, qual seja:

*(...) utilizar “informação” como um termo tecnológico para definir qualquer coisa que fosse transmitida por um canal elétrico ou mecânico. A palavra tornou-se parte do vocabulário da ciência das mensagens. Então, de repente, podia ser aplicada a algo que, a rigor, não era necessariamente informativo. Seu uso foi extrapolado para o uso geral, designando algo dito ou comunicado, fizesse ou não sentido para o receptor (...) (WURMAN, 1991, p.42).*

A partir do desenvolvimento da informação como campo de saber científico, surgiram novas definições, não reducionistas, aglutinando várias disciplinas ao estudo da informação (Yuexiao, 1988). Zeman (1970), por exemplo, defendia a natureza não pragmática e não reducionista da Ciência da Informação ao assinalar que ela não se limita a um conceito matemático, de medida da organização, mas deve ser tomada a partir da perspectiva da própria organização, “enquanto processo resultante de fatores de ordens diversas”, como a ordem social, cultural, moral, ética, dentre outras:

*A informação é, pois, a qualidade da realidade material de ser organizada (o que representa, igualmente, a qualidade de conservar este estado organizado) e sua capacidade de organizar, de classificar um sistema, de criar (o que constitui igualmente sua capacidade de desenvolver a organização). É, justamente com o espaço, o tempo e o movimento, uma outra forma fundamental de existência da matéria - é a qualidade de evolução, a capacidade de atingir qualidades superiores (...) (ZEMAN apud AZEVEDO NETTO, 1999, p.91).*

Ocorre, então, a abertura de novas possibilidades de pesquisa resultante da concepção da informação como um processo, uma passagem, onde a mensagem somente acontece se dela resultar uma ação sobre o receptor, ou seja, se dela resultar conhecimento. A informação provoca mudanças, alterações na estrutura do receptor, apto a captar seu significado. A informação transfere conteúdos, gera conhecimento:

*(...) Aqui a informação é qualificada como um instrumento modificador da consciência do indivíduo e da sociedade como um todo. Entre seres humanos deixa de ser uma medida de organização para ser a própria organização em si, quando referencia o indivíduo ao seu passado, as suas perspectivas de futuro e ao seu lugar presente (BARRETO, 2005, p.1).*

Em suma, a presença da perspectiva cognitiva passa então a ter grande significância no quadro de ruptura epistemológica com o modelo de ciência positivista, imprimindo também na Ciência da Informação o interesse pelo papel da subjetividade, pela percepção, memória, linguagem e representações que interferem no conhecer humano. Eleva-se, assim, a participação do sujeito apto e capaz de assimilar a informação, transformando-a num novo conhecimento.

*Ao atingir o público a que se destina deve promover uma alteração; aqueles que recebem e podem elaborar a informação estão expostos a um processo de desenvolvimento, que permite acessar um estágio qualitativamente superior nas diversas e diferentes graduações da condição humana. E esse desenvolvimento é repassado ao seu mundo de convivência (BARRETO, 1998, p. 122).*

Assim, para este trabalho, o conceito de informação é aquele que



a entende como produção humana, vinculada ao contexto social, cultural e histórico, legitimada a partir do momento em que é interpretada e percebida pelo sujeito. Essa idéia de informação lastreia-se no pensamento de Brookes (1980), uma vez que leva em consideração o tempo, o espaço e o modo de produção da informação, o sujeito que a significa:

*(...) diz respeito a uma produção de significados socialmente aceitos. É aquele fenômeno em que há não só a produção de um bem simbólico, mas também sua disseminação e consumo, que implica na sua própria reprodução, já que a dimensão espacial é extremamente dinâmica, dentro da sua recontextualização (AZEVEDO NETTO, 1999, p.93).*

De tal modo, a Ciência da Informação e da Comunicação ainda estão em busca da suas respectivas autonomias epistemológica. Em que pese todos os pontos convergentes, cada uma delas tem procurado reafirmar e delimitar seus objetos e métodos de estudo:

*Começa, porém, a existir neste novo século, uma estranheza contra o pressuposto de que as áreas de ciência da informação e de comunicação se entrelaçam em intimidades de construção histórica, características e destino final. Como se tivessem a mesma história comum, o mesmo desenvolvimento e igual operacionalização de suas práticas e teorias. Os objetos das duas áreas são diferentes. Existe de semelhança uma junção artificial para conveniência organizacional de agências reguladoras; uma mistura irregular de temas, história e métodos diferenciados (BARRETO, 2005, p.4).*

Entretanto, a busca por autonomia compreende o esforço para se estabelecer traços que diferenciam uma da outra:

*A comunicação trata das relações humanas recíprocas; a articulação do ser em compreensão com outros seres humanos. Nunca entre autômatos. Operacionalmente, a comunicação se ajusta a "mensagem", a notícia, ao recado verbal ou escrito do fato ou idéia, provocando uma ruptura na aflição do passar o tempo. A mensagem dever ser transmitida, rapidamente, depois do acontecido e deve apresentar algo que o receptor ainda não tenha conhecido. Mas é o canal que domina e subordina todo o resto do processo. O conteúdo da mensagem é um conteúdo semanticamente fraco, amplo e fragmentado e, na maioria das vezes, não*

*possui autoria. Este conteúdo é escravo de um público que condescende ao espetáculo e idéias. A comunicação transfere mensagens para atingir um maior público homogêneo com a intenção de propagar idéias, moldar e influenciar a sua opinião ou entreter (BARRETO, 2005, p.4).*

Nesse mesmo sentido, Berlo (1999, p. 12) considera que o objetivo da comunicação é diferente da informação. Segundo o autor, o objetivo fundamental da comunicação “é tornar os agentes influentes” para influenciar o ambiente físico e a nós mesmos, de modo intencional.

Para Saracevic (2004, p.6) a Ciência da Informação constitui-se num:

*campo dedicado ao questionamento científico e prática profissional com relação aos problemas da comunicação efetiva de conhecimento e arquivo de conhecimento entre humanos no contexto do uso social, institucional e/ou individual e necessidade de informação.*

É, contudo, a postura metodológica não redutora que possibilita o estabelecimento de interfaces, de interlocuções entre os saberes, que amplia limites, possibilita o diálogo e múltiplas leituras, permitindo abordar a transferência da informação como um aspecto inerente ao processo comunicacional, destituído da ambição de unificar o conhecimento. A Comunicação coloca-se, assim, como um campo de saber relativamente autônomo e repleto de possibilidades a serem exploradas pelos pesquisadores, devido a sua natureza interdisciplinar. À luz desse entendimento, a investigação realizada neste trabalho leva em consideração a comunicação “como parte da realidade sócio-histórica humana”, uma vez que enfoca os processos, enfatiza a “relação, transmissão, agenciamento, influência, troca e interação” (SANTAELLA & NÖTH 2004, p.36).

Essa abordagem permite que a pesquisa proposta se realize a partir da consideração da relação entre Ciência da Informação e Comunicação, considerando que ambas compartilham o interesse pela comunicação humana. Do mesmo modo, permite que se estabeleça a interface entre informação, comunicação e gestão estratégica das organizações.

Compreendida como produção social que implica significação e (re) significação, a informação pode ser apropriada a partir de múltiplos

olhares, permitindo inúmeras leituras como a que se propõe neste trabalho ao considerar a atuação das Relações Públicas como mediadora para construir novos conhecimentos nos pacientes/usuários dos hospitais, na medida em que esse profissional atribui significado à informação que recebe sobre o serviço. Nessa perspectiva, a Internet é uma ferramenta estratégica para a comunicação nas organizações contemporâneas.

## COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA DA INFORMAÇÃO EM HOSPITAIS

As mudanças nas relações sociais desenharam um novo modelo de organização pronta para acolher um novo modelo de cidadão, sem distinção entre os segmentos público ou privado. Nesses novos tempos, a preocupação das organizações deve ir além do aspecto burocrático e funcional. Exige-se que tenham consciência de seu papel social e que entendam que o instituído (a organização) existe para o instituinte (o sujeito, a pessoa), razão pela qual se constituem e vivem todas as estruturas sociais.

Os hospitais, organizações destinadas à prestação de assistência à saúde, estão envolvidos nessa realidade, colocando-se a comunicação como um instrumento importante na construção de um novo paradigma de relacionamentos com seus públicos, sustentado nos valores democráticos e humanos.

Entretanto, o cotidiano das organizações demonstra que comunicar não é uma tarefa fácil (BALERINI, 2003). A questão não se resume a garantir que as informações circulem pela organização. Vai além. É necessário cuidar para que sejam recebidas e compreendidas, que tenham sentido e significado para os públicos de interesse.

A ciência e o desenvolvimento tecnológico são marcas da sociedade contemporânea e perpassam todos os segmentos. Conhecimento e informação são os elementos que se juntaram ao capital como sinônimo de poder, ainda que continuem sendo distribuídos de forma desigual e inacessível para muitos.

As mudanças tecnológicas atingem várias áreas do conhecimento

e da vida das pessoas na sociedade. O surgimento de novos instrumentos de Tecnologia de Informação (Internet, páginas eletrônicas; e-mail, salas virtuais de discussões; vídeos conferências, etc.) certamente alteram o desenvolvimento da comunicação nas organizações. As novas tecnologias oferecem possibilidades de racionalização dos procedimentos em todos os setores, tornando-os mais simples e seguros, representando um instrumento para melhoria da qualidade da prestação de serviço. A informática tornou-se uma ferramenta essencial para todas as áreas, garantindo o controle mais eficiente sobre a atuação das organizações hospitalares, facilitando o planejamento, as aplicações criteriosas de recursos, reduzindo custos e gerenciando informações, permitindo ao gestor uma visão dos processos, aproximando de uma perspectiva sistêmica da organização.

Nesse cenário, a comunicação organizacional assume novos contornos e amplia seu potencial estratégico na gestão. Com efeito, a comunicação organizacional compreendida como um conjunto de estratégias empregadas pela organização para difundir as informações entre seus públicos precisa estar atenta às inovações tecnológicas e utilizá-las de modo adequado, visando a aumentar a eficácia, a eficiência e a qualidade. Há, portanto, que se estar atento às possibilidades que as Tecnologias de Informação proporcionam às organizações hospitalares. Almeida & Mello (2004, p.10) consideram que:

*O atual estágio da tecnologia permitiu que a informação fosse tratada de forma eficaz, rápida e precisa, otimizando a complexa teia de dados sobre as preferências dos consumidores em geral. O aumento considerável de dados à disposição dos gestores necessita de uma abordagem mercadológica para que decisões sejam tomadas eficazmente, a partir de informações relevantes, desconsiderando outras desprovidas de significado, para a construção de estudos sobre o consumidor e seus hábitos. Assim, as organizações em geral, incluindo as que atuam na área da saúde devem revisar e ajustar suas práticas gerenciais para identificar e desenvolver estratégias que melhor se relacionem com todos os seus públicos. Entretanto, o novo paradigma não reside somente no estabelecimento de estratégias para melhor conhecê-los, porque é crucial que as organizações saibam utilizar as ferramentas oriundas da informática com o fim de obter o melhor resultado no seu relacionamento com clientes diretos e indiretos.*



Para Gayeski (2001), a comunicação é um instrumento importante para as organizações, visto que possibilita a codificação e a decodificação de mensagens ambientais, mantendo-as em processo de constante relação com os demais sistemas e sub-sistemas ambientais de modo dinâmico, flexível às mudanças. Por sua vez, o ambiente organizacional é caracterizado por mudanças constantes, de modo que a prática da comunicação deve acompanhar essa dinâmica.

Kunsch (2003, p.71) considera a comunicação organizacional como “um processo relacional entre indivíduos, departamentos, unidades e organizações”. De tal modo, a comunicação organizacional implica a consideração dos aspectos internos e externos. Isso porque, embora seja habitual a distinção entre os públicos internos e externos, deve ser entendida dentro de seus limites, visto que a concepção de processo desvela a dinâmica em que o interno se reflete no externo e vice-versa.

Entretanto, as organizações nem sempre se comunicam de forma clara e objetiva com seus públicos. Nesse aspecto, as tecnologias de informação colocam-se como um instrumento importante na concepção de uma política de comunicação integrada, visto que redimensiona o conceito de distância, eficiência e rapidez. A utilização da Internet, por exemplo, proporciona interatividade, produtividade, atualidade, economia e globalidade, tornando possível a interação entre o emissor da informação e o receptor (CRUZ, 2000).

Nessa perspectiva a Internet, como ambiente comunicacional, representa uma ferramenta importante a ser utilizada de modo estratégico pelos gestores, tendo como referência a comunicação como uma dimensão do processo de humanização das relações entre as organizações hospitalares, no qual um projeto de comunicação explicita um vínculo social, pois interessa ao cotidiano das pessoas e da organização.

De modo geral, a medicina foi um dos setores que mais avançaram no campo de tecnologia. A utilização vai além, considerando as especificidades dos serviços de saúde. Porém, as organizações de saúde estão entre as que menos investem em recursos tecnológicos no Brasil, sob o argumento da falta de recursos financeiros. Entretanto, a competitividade e o novo perfil do consumidor estão exigindo uma redefinição da atuação

Novas tecnologias de comunicação em hospitais: a internet...

das organizações de saúde, passando a tecnologia a atuar como um diferencial na oferta de serviços nessa área.

Com efeito, gerenciar um serviço de saúde significa cuidar dos aspectos organizacionais e funcionais, tal como em qualquer empresa. Isso quer dizer que gerenciar sistemas de saúde requer lidar com aspectos administrativos como controlar estoques de materiais, equipamentos, gerir finanças, recursos humanos, etc., isto é, controlar aspectos que representam as condições de organização e funcionamento dos serviços de saúde.

Em saúde, além disso, há os aspectos gerados pela prática de saúde, isto é, aqueles decorrentes do atendimento prestado, do ato clínico, ao indivíduo ou à coletividade.

Compõem obrigatoriamente os sistemas de gerência em saúde os sistemas informativos da condição do doente, de sua vida, do meio ambiente e de outros fatores que interferem no processo saúde-doença e que constituem os Sistemas de Informação em Saúde (SIS). Entretanto, em que pesem os avanços e a amplitude dos sistemas informativos em saúde, ainda são poucos os estudos que se debruçam sobre a verificação do estado da arte, ou seja, sobre o estágio em que se encontra a utilização efetiva e cotidiana desses recursos pelos hospitais. Especialmente, no que tange ao trabalho de relações públicas, considerando que:

*A própria natureza da rede mundial oferece características que favorecem o trabalho de relações públicas. A comunicação, por exemplo, deixou de ser um monólogo para transformar-se em um diálogo, aproximando-se do modelo mais efetivo de comunicação em relações públicas, como uma via dupla: emissor-receptor e receptor-emissor. As características de velocidade e de instantaneidade da Internet também são positivas, pois o profissional de Relações Públicas tem a possibilidade de responder de imediato a situações de crise, de reagir logo as notícias e de capitalizar rapidamente certas situações favoráveis (PINHO, 2003, p.17).*

Pinho (2003, p.17) pondera a respeito do potencial da Internet como ferramenta de comunicação, afirmando que:

*(...) rede mundial de computadores esta se tornando fundamental aos planos de relações públicas de grande parcela de companhias, cujos*

*sites foram desenhados como centro de informação para consumidores atuais e potenciais. Em vez de vendas, muitas empresas estabelecem objetivos de comunicação e realizam on-line uma verdadeira estratégia de administração de seus contatos e do relacionamento com os diferentes públicos que as constituem o que com elas se relacionam e interagem.*

Considerando que a implementação de Sistemas de Informação em Saúde tem como finalidade geral a melhoria da qualidade de atendimento e controle de custos e como finalidades específicas melhorar a comunicação, reduzir o tempo de espera, auxiliar o processo decisório, reduzir o número de dias de hospitalização, diminuir a sobrecarga administrativa e as despesas com pessoal, essa proposta de investigação espera estabelecer um levantamento de dados, na próxima etapa da pesquisa, que permita analisar o estado geral da utilização dos recursos da tecnologia de informação, particularmente a Internet, nas organizações de saúde na gestão da comunicação com seus públicos, na perspectiva de promover a qualidade, a eficiência e a humanização dos serviços prestados e de tal modo subsidiar posterior construção de uma proposta de comunicação pela Internet.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Tratando-se de uma perspectiva preliminar da pesquisa, de uma primeira aproximação com o objeto de estudo proposto, há certamente outros aspectos teóricos a serem desvelados na investigação do uso das novas tecnologias da comunicação, especialmente da Internet, como estratégia para melhorar o relacionamento com os públicos. Até porque o tratamento desse tema também implica considerar aspectos da gestão da comunicação numa organização tão complexa como o hospital.

Não se coloca em dúvida o potencial de utilização de um sistema de informação bem estruturado, planejado para sustentar uma comunicação criativa e eficiente da organização com seus públicos. Uma concepção desse tipo implica compreender que organização e comunicação são indissociáveis.

Uma organização com esse perfil, com essa visão deve apresentar

algumas características: deve ser aberta; interativa; não ser excessivamente formalista e nem rotineira, de modo a saber lidar com o imprevisto; flexível, ao transitar entre a comunicação formal e informal, com fins específicos e bem determinados; responsável para que a informação seja compartilhada (RIVERA, 1996).

Sob essa perspectiva, a organização deve ter um projeto de comunicação, deve ter objetivos e planos. A comunicação deve atravessar a organização em todos os sentidos e direções; deve contar com instrumentos e ferramentas adequadas aos objetivos intencionalmente determinados; deve integrar sistemas de informação de modo a atender as necessidades específicas, ou seja, que levem em consideração a cultura da organização e deve ser flexível “para integrar o informal e criar estruturas que o favoreçam”, conforme bem observa Rivera (1996, p. 358).

Uma tal concepção de projeto de comunicação organizada certamente encontrará obstáculos no modo como são estruturados os hospitais, com suas formas de divisão e exercício de poder, enfim, com a cultura que permeia o desenvolvimento das atividades na organização. De tal modo, pode-se inferir que a utilização das tecnologias da informação como ferramentas de comunicação estará sempre condicionada pela cultura organizacional. Porém, não se pode perder de vista que a relação entre comunicação e cultura é dialética, dinâmica, quando se considera que a comunicação ocorre entre aqueles que detêm um código comum, capazes, portanto, de perceberem o sentido e de (re) significá-lo.

Essa interação dialética entre ambas permite compreender que as culturas são dinâmicas, não são dados *a priori*, mas são construídas pela ação das pessoas em determinados contextos sociais e históricos. Portanto, pode-se atuar sobre elas. Assim, mesmo numa organização específica como o hospital, onde as linhas de poder são difusas e o modo de gestão, geralmente, conservador, é possível pensar a construção de um projeto de comunicação eficiente no qual o uso das tecnologias da informação e comunicação estejam voltados para tornar a organização de saúde “mais sensível, eficiente e flexível diante das rápidas e contínuas transformações”. Especialmente porque as tecnologias de informação e comunicação rompem as barreiras “das hierarquias tradicionais de autoridade e status da organização” (PINHO, 2006, p.321).



Amplia-se, assim, a necessidade de atuação dos profissionais de Relações Públicas na medida em que tem a capacidade funcional de promover o esforço intencional, planejado, coeso e contínuo no sentido de conhecer e analisar os públicos de interesse da organização, conduzindo ações e colaborando na gestão estratégica da comunicação.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, G. W. & MELLO, R. C. “Uso de Novas Tecnologias de Informação por Profissionais da Área da Saúde na Bahia”. In: *Revista de Administração Contemporânea*, v. 8, n. 3, julho/setembro de 2004.

AZEVEDO NETTO, C. X. “Signo, Sinal, Informação: as relações de construção e transferência de significados”. In: *Revista Informação & Sociedade - Estudos da Universidade Federal da Paraíba*, v. 12, n. 2, 1999.

BALERINI, C. *Comunicação: chave para o sucesso*. Disponível no site: <[www.catho.com.br](http://www.catho.com.br)> [Acesso em: 02 set. 2003].

BARRETO, A. de A. “A Estrutura do Texto e a Transferência da Informação”. In: *Revista da Ciência da Informação*, v. 6, n. 3. Disponível em <[www.datagramazero.org.br/jun05/Art\\_01.htm](http://www.datagramazero.org.br/jun05/Art_01.htm)> [Acesso em: 04 set. 2005].

\_\_\_\_\_. “Mudança Estrutural no Fluxo do Conhecimento: a comunicação eletrônica”. In: *Ciências da Informação*. Brasília, v. 27, n.2, p. 122-127, maio/ago. 1998.

BERLO, D. K. *O Processo da Comunicação: introdução à teoria e à prática*. São Paulo: Martins Fontes, 1999.

KUNSCH, M. M. K. *Planejamento de Relações Públicas na Comunicação Integrada*. São Paulo: Summus, 2003.

NASSAR, M. R. F. *Princípios de Comunicação Excelente para o Bom Relacionamento Médico/Paciente*. (Tese). Doutorado. Escola de Comunicação e Artes, USP, 2003.

PINHO, J. B. *Relações Públicas na Internet: técnicas e estratégias para*

Novas tecnologias de comunicação em hospitais: a internet...

*informar e influenciar públicos de interesse*. São Paulo: Summus, 2003.

\_\_\_\_\_. *Comunicação nas Organizações*. Viçosa, MG: Editora da Universidade Federal de Viçosa, 2006.

RIVERA, F. J. U. “A Gestão Situacional (em saúde) e Organização Comunicante”. In: *Cadernos Saúde Pública*. Rio de Janeiro, jul-set, 1996.

SANTAELLA, L. & NÖTH, W. *Comunicação e Semiótica*. São Paulo: Hacker Editores, 2004.

SARACEVIC, T. “Ciência da Informação: origem, evolução e relações”. In: *Perspectivas em Ciência da Informação*. Minas Gerais, v.1, n.1, p.41-62.

WURMAN, R. S. *Ansiedade de Informação: como transformar informação em compreensão*. São Paulo: Cultura Editores Associados, 1991.

Institutions interested in exchange of publications are requested to adress to \* Las instituciones interessadas en el cambio de publicaciones son invitadas a dirigirse a \* Les institutions que désirent établir um échange de publications sont priées de s'adresser à \* Le Instituzioni che vogliono ricevere questa pubblicazione in forma di cambio fare La richiesta:

### **COMUNICARTE**

Campus I Rodovia D. Pedro I, km 136 Parque das Universidades  
CEP 13086-900 Caixa Postal (Mail Box) 317 CEP 13012-970  
Telephone: (0XX19) 3756-7164 / Fax.: 3756-7191  
Site: [www.puc-campinas.edu.br](http://www.puc-campinas.edu.br)  
E-mais: [clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br](mailto:clc.comunicarte@puc-campinas.edu.br)  
Campinas SP Brasil

**TIRAGEM:** 1000 exemplares

## **NESTA EDIÇÃO:**

- **ESCREVENDO A HISTÓRIA POR MEIO DA INFORMAÇÃO EM FORMATO FAST-FOOD. É POSSÍVEL?**
- **A REDE DE INTERNET E AS COMUNIDADES ARTÍSTICAS: UM NOVO PONTO DE ENCONTRO VIRTUAL**
- **TURISMO, NATUREZA E POPULAÇÕES “TRADICIONAIS”: NAS TRILHAS DA CHAPADA DIAMANTINA-BA**
- **A CIDADANIA NAS REDES DE COMUNICAÇÃO**
- **NOVAS TECNOLOGIAS DE COMUNICAÇÃO EM HOSPITAIS: A INTERNET COMO ESTRATÉGIA PARA MELHORAR O RELACIONAMENTO COM OS PÚBLICOS**