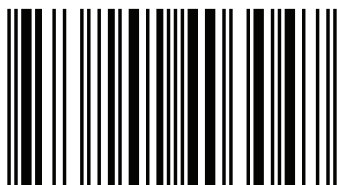


## Tecnologia, cultura e turismo

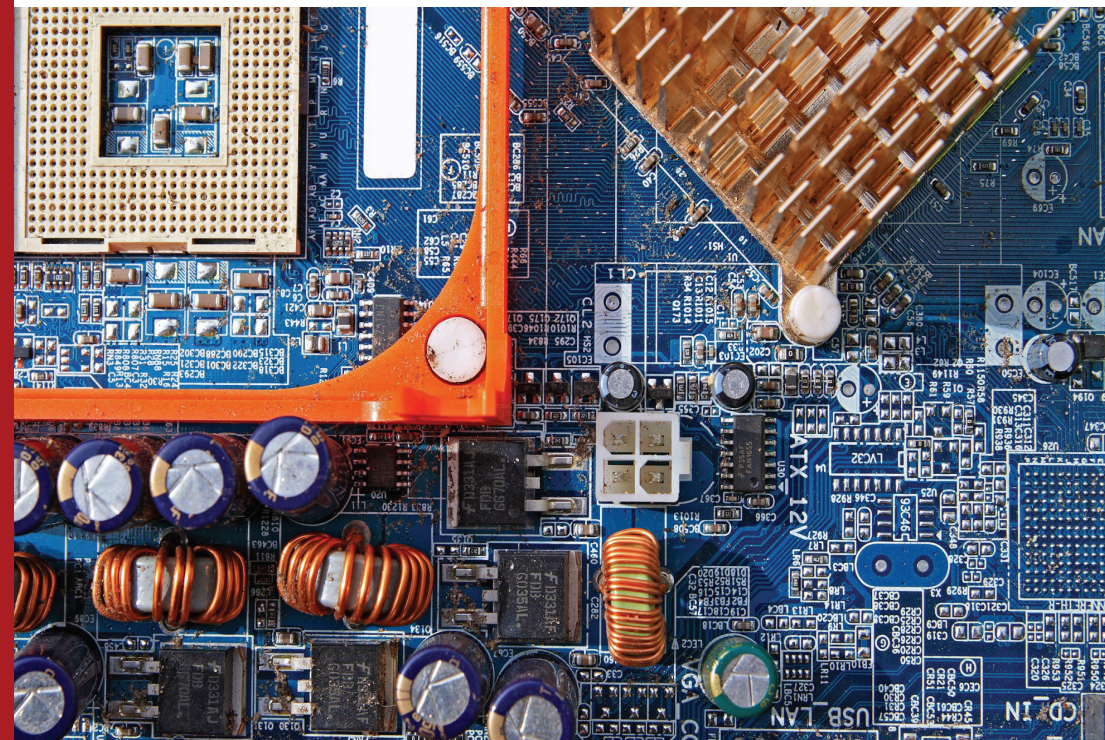
A Revolução Digital propôs novas formas de interação, comércio e prestação de serviços, dinamizando culturas em todo o mundo. Processos de reconfiguração de lugares e ressignificação dos símbolos sociais estão atribuindo novos sentidos às práticas cotidianas e promovendo mudanças de toda ordem. As cidades se tornam cada vez mais glocais, assimilando diversidade de conteúdo e assumindo múltiplas identidades. Essa revolução, ao mesmo tempo em que potencializa ações, evidencia complexidades dos espaços digitalizados, especialmente dos centros turísticos, que têm ampliado seus fluxos de pessoas, capitais, informações e tecnologias. Toda essa efervescência tem provocado reflexões sobre o estar na cidade, o compartilhamento de emoções e o aproveitamento do tempo livre. Assim, esta obra, mais que respostas, traz questionamentos sobre novas formas de produções da cultura turística, preocupando-se com questões referentes à ideia de cidade, prazeres e angústias dos turistas, comunicação no ciberespaço e novos contextos culturais (como o turismo cyberpunk) que se reverberam a partir de imaginários propostos pela contemporânea cibercultura.



Desenvolve pesquisa de doutorado (UFRN-CNPq) com foco em cibercultura, memória coletiva, gestão da comunicação com base em Peirce e Foucault, e planejamento da cidade turística. É graduado em Comunicação Social (UEPB), mestre em Cultura & Turismo (UESC/UFBA), professor universitário e atuou no setor de comunicação de cidades turísticas na Bahia-BR.



978-620-2-40304-7



Moabe Breno Ferreira Costa

## Tecnologia, cultura e turismo

Potencialidades e complexidades de Porto Seguro-BA na era da cibercultura

**Moabe Breno Ferreira Costa**

**Tecnologia, cultura e turismo**



**Moabe Breno Ferreira Costa**

## **Tecnologia, cultura e turismo**

**Potencialidades e complexidades de Porto Seguro-  
BA na era da cibercultura**

**Novas Edições Acadêmicas**

**Imprint**

Any brand names and product names mentioned in this book are subject to trademark, brand or patent protection and are trademarks or registered trademarks of their respective holders. The use of brand names, product names, common names, trade names, product descriptions etc. even without a particular marking in this work is in no way to be construed to mean that such names may be regarded as unrestricted in respect of trademark and brand protection legislation and could thus be used by anyone.

Cover image: [www.ingimage.com](http://www.ingimage.com)

Publisher:

Novas Edições Acadêmicas

is a trademark of

International Book Market Service Ltd., member of OmniScriptum Publishing Group

17 Meldrum Street, Beau Bassin 71504, Mauritius

Printed at: see last page

**ISBN: 978-620-2-40304-7**

Copyright © Moabe Breno Ferreira Costa

Copyright © 2017 International Book Market Service Ltd., member of  
OmniScriptum Publishing Group

All rights reserved. Beau Bassin 2017

**Tecnologia, cultura e turismo:**  
potencialidades e complexidades de Porto  
Seguro-BA na era da cibercultura

**Moabe Breno Ferreira Costa**

***Aos meus avós,***

***Afonso Ferreira Sobrinho e Maria de Souza Ferreira.***

## Sumário

<b>Prefácio.....</b>	<b>4</b>
Introdução.....	7
1. Turista, turismo e desenvolvimento tecnológico.....	10
2. A cultura que-emerge nas entrelinhas da tecnologia.....	24
3. De porto à cidade: complexidade e potencialidade do corpo social.....	35
4. Uma abordagem sobre cibercultura.....	49
5. Turismo <i>cyberpunk</i> : uma movimentação turística fomentada pela cibercultura.....	62
6. Interação entre governos, cidadãos e empresas na internet.....	74
7. Um Porto virtual Seguro?.....	87
8. A cidade virtual como uma-canção para a liberdade.....	98
9. Complexidades da comunicação e potencialidades da internet.....	110
Considerações.....	119
Referências.....	122



## Prefácio

Tecnologia, Cultura e Turismo: potencialidades e complexidades de Porto Seguro-BA na era da cibercultura é uma produção interativa que conecta os conteúdos deste livro a um *blog*<sup>1</sup> e uma *Fanpage*.<sup>2</sup> Neste universo, trago discussões sobre a relação entre desenvolvimento tecnológico e fomento à cultura turística, evidenciando aspectos sociais dos centros receptivos que emergem com as novas possibilidades operacionais e interativas propostas pela Revolução Digital – movimento que influenciou a cultura contemporânea – cibercultura.

A produção desse construto surge do convite da Editora Novas Edições Acadêmicas, em publicar minha dissertação de mestrado – Cibercultura e a potencialização da atividade turística – defendida em 2005, no programa de Cultura e Turismo, fruto da parceria entre a Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC) e a Universidade Federal da Bahia (UFBA). Coincidentemente, a proposta foi realizada logo após meu retorno do Congresso Internacional de Turismo, na Universidade de Aveiro (Invtur – maio/2017), que propôs discussões intrigantes sobre turismo e Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC). Então, percebendo a relação entre os debates do evento e minha dissertação, resolvi encarar o desafio.

No mestrado, investiguei a influência da Revolução Digital nos modos operacionais e comportamentais que passavam a caracterizar práticas turísticas em Porto Seguro, Sul da Bahia, a partir da década de 2000. No entanto, senti a necessidade de atualizações e a melhor estruturação textual da dissertação para publicá-la. Mesmo porque o olhar sobre a temática Cibercultura e Turismo tornou-se mais enfático com a prática profissional na comunicação de cidades turísticas e com as leituras para a tese de doutoramento na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), na qual desenvolvo uma abordagem sobre a produção da memória coletiva de cidades turísticas a partir de interações em redes sociais.

---

<sup>1</sup> É um sítio virtual cuja estrutura permite a atualização rápida a partir de artigos e demais postagens. Nosso endereço é [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/).

<sup>2</sup> *Fanpage* ou Página de fãs é uma página específica dentro do Facebook direcionada para empresas marcas ou comunidades, com objetivo de propor interações e debates sobre temáticas específicas. Encontre-nos: @ciberculturaeturismo.

Nesse processo de releitura e reedição da dissertação, voltei-me para observações dos professores doutores que compuseram a banca para avaliá-la, a Dr<sup>a</sup> Ada Dencker, o Dr. André Lemos e a Dr<sup>a</sup> Sandra Sacramento (orientadora), a exemplo da própria reestruturação textual. No entanto, reiterei posicionamentos questionados naquele momento. Um deles foi a comparação entre o turista e o *flâneur* benjaminiano. Aqui, reforço a ideia com fundamento em Bauman (1999), que faz uma relação entre turista e vagabundo, e em Freud (1996), que discute sobre prazeres e angústias do ser humano.

Também trouxe para o texto, sinalizações sobre cultura da convergência, de Jenkins (2009), e sobre a abordagem de Beni (2017) referente ao turismo, tecnologias e economia colaborativa e compartilhada. Porém, não me aprofundei nesses conteúdos, para não me distanciar da redação original. Já para atualizar alguns dados referentes a Porto Seguro, contei com a colaboração da ex-aluna e ex-orientanda, Anna Dias, que atua como jornalista no município.

Neste processo de reedição, disponibilizei conteúdos no blog [www.ciberculturaeturismo.wixside.com/meusite](http://www.ciberculturaeturismo.wixside.com/meusite), ideia que surgiu após diálogo com o amigo Fábio Marques de Souza, professor doutor da Universidade Estadual da Paraíba (UEPB). Na plataforma virtual, construída com a colaboração do então aluno Alex Nóbrega, estão acessíveis conteúdos suplementares aos do livro, como um estudo sobre o imaginário da Carta de Caminha – importante para entender práticas turísticas em Porto Seguro e suas relações com o imaginário *cyberpunk*.

Há também perspectivas de estudantes autóctones e de índios sobre turismo e cibercultura, a disponibilização de 108 *sites* analisados em 2004 e revisitados em 2017, o recorte metodológico e referências da pesquisa. Também disponibilizamos o *link* [Artigo](#), contendo produções sobre a temática, e um *link* para a [Fanpage @ciberculturaeturismo](#), com a proposta de gerar interatividade entre pesquisadores.

As reflexões que apresento caminham no sentido de perceber o turismo como uma totalidade de aspectos que compõem uma cultura específica em locais com potencialidades para atrair visitantes, gerando fluxos contínuos de pessoas, capitais, tecnologias e informações. Proponho também a denominação turismo *cyberpunk* para caracterizar grupos de turistas que buscam por interações nas chamadas áreas liberadas, ambientes onde predomina o imaginário da cibercultura.

Todos os capítulos iniciam com uma epígrafe, incluindo a introdução. Em sua maioria, são músicas populares que alegraram momentos de tensão durante o processo dissertativo e acabaram inspirando o texto. Embora tenha escrito este prefácio em primeira pessoa, optei por usar da impessoalidade no decorrer do livro, já que como jornalista, sinto-me mais a vontade escrevendo de modo impessoal, mesmo utilizando de metáforas para iniciar as discussões (talvez seja um mero capricho. Enfim...).

O desejo é propor aos curiosos em turismo e cibercultura reflexões e questionamentos sobre potencialidades e complexidades do lugar da cultura turística a partir da Revolução Digital. Assim, podemos convergir ideias, perspectivas e ações que permitam ampliar o universo da pesquisa que apresento por estas três plataformas de mídia.

**Moabe Breno Ferreira Costa,**  
**inverno de 2017.**

## Introdução

Do filho pródigo, que códigos? Do filho pródigo, que códigos são meus? O código de micro, o livre arbítrio, o livre eu. O código de micro, o livre arbítrio o clone e Deus. E eu e Deus, e Deus e eu, e eu e Deus, e eu? Elétrica, elétrica, elétrica. (MERCURY, Daniela. **Elétrica**, In: Daniela Mercury disco Elétrica, 1998)

Como entender o ser humano e suas culturas na era da Revolução Digital? Parece ser esta a questão que propõe a canção Elétrica, usada como epígrafe. Através da fusão rítmica entre o toque percussivo da tradição do candomblé e o som distorcido da guitarra elétrica, associados a elementos imagéticos contidos na letra da canção, a rainha do axé, Daniela Mercury, convidava o público, no final da década de 1990, a refletir sobre a nova ordem tecnológica mundial que efervescia e se democratizava naquele momento.

Em linguagem metafórica, a canção estabelece o código de micro no cerne das novas formas comportamentais e operacionais, e traz questões referentes a relações sociais, liberdade e dominação, influenciadas pelo aporte técnico. Tais questões permanecem pertinentes, afinal os códigos de micro fazem parte de quase todas as ações humanas (ou todas), redefinindo práticas e espaços sociais. Internet, intranet, extranet, pontos de conexão, lugares digitais, telepresença, redes sociais, o conhecimento do outro que se mantém distante e mais uma série de componentes são responsáveis por novas concepções de mundo e por novas formas interativas.

Em casa, no trabalho, no lazer, nas ruas, nas escolas, nas bibliotecas... tudo está rendido às facilidades e encantamento das coisas que pensam<sup>3</sup>. O mundo vive um tempo digital vasto em informações e infraestruturas. Os potenciais e benefícios são grandes e o momento da construção é tão rápido que nada foge a esse processo. Crescem uniões e rupturas econômicas e sociais, normas e leis são reavaliadas, espaços físicos são transformados para adequação de novas tecnologias, a cultura gira em volta desse complexo sistema de inovações contínuas e construções de novas infraestruturas tecnológicas.

Nesse sentido, encontrar os códigos culturais requer uma tomada de ações conscientes que são ações livres – livre arbítrio, o livre eu. Tentar conhecer os limites entre os códigos de micro e os códigos humanos é justamente buscar um

---

<sup>3</sup> Mitchell (2000).

entendimento da função da digitalização junto aos sistemas sociais, refletindo como a cibercultura pode potencializar funções e evidenciar complexidades da cultura, tornando-a cada vez mais *glocal*. Com a digitalização e emergência do ciberespaço, as cidades ampliam seus limites geográficos e tornam-se cada vez mais mundiais. Essa revolução exige maior velocidade das ações e estabelece públicos mais diversificados, tanto em termos de comportamentos, gostos e padrões quanto em termos de localização. E isso tudo influencia na dinâmica turística.

Portanto, nos capítulos deste livro, assim como nas plataformas de mídia que com ele dialogam, a proposta principal é discutir como as tecnologias digitais fomentam potencialidades e evidenciam complexidades nos centros receptivos, e que novos comportamentos turísticos são fomentados pela cibercultura. O estudo é evidenciado a partir de Porto Seguro, município do extremo Sul da Bahia, marco da colonização brasileira, cuja atual dinâmica socioeconômica está diretamente dependente da cultura turística, que passa a desenvolver-se a partir de 1950.

Em Porto Seguro, inovações, tradições e cotidiano se misturam em potencialidades e complexidades de modo que economia, política, investimentos públicos e privados, educação, folclore, lazer, prazeres, angústias, memórias coletivas e perspectivas sociais estão imbricados nas identidades culturais que se fundem em práticas turísticas. Porto Seguro é local que permite a constância de fluxos de pessoas, capitais, informações e tecnologias, admitindo identidades múltiplas em torno de seus aspectos urbanos, históricos e naturais, atrativos para visitantes de diversos locais do Brasil e do mundo. A esta dinâmica denomina-se cultura turística.

Esta perspectiva perpassa pelos nove capítulos deste livro, desde os mais conceituais aos mais empíricos. No primeiro – Turismo, turista e desenvolvimento tecnológico –, estão conceitos sobre turista, turismo e uma relação entre potencialidades e complexidades da cultura, a partir da interferência da tecnologia tanto nos centros emissores quanto nos receptivos. Já no segundo – A cultura que emerge nas entrelinhas da tecnologia –, propõe-se uma discussão sobre relações de poder e construções identitárias, considerando estruturas sociotécnicas desde as revoluções industriais até o surgimento da Revolução Digital.

Uma perspectiva histórica sobre Porto Seguro é o cerne do terceiro capítulo – De porto à cidade: potencialidades e complexidades do corpo social. Apresenta-se

uma estrutura temporal sobre o desenvolvimento do município, inclusive com atualização de alguns dados. Há uma contextualização sobre a formação da cultura turística e sobre cidade turística, considerando a evolução técnica do local até a era da cibercultura, que é o tema central do quarto capítulo – Uma abordagem sobre cibercultura.

Já no quinto capítulo – Turismo *cyberpunk*: uma movimentação turística fomentada pela cibercultura – há um esforço em pontuar aspectos urbanos, econômicos, políticos e comportamentais que apontam para o imaginário da cibercultura em Porto Seguro. Discute-se aspectos como *raves*, liberdade de expressão, padrões estéticos e valores contemporâneos, além de suas correlações com o imaginário instituído sobre o município pela Carta de Caminha.

Em seguida, o debate centra-se no estudo sobre internet, apresentando características e categorias de atitudes do meio, evidenciando o conceito de cidade virtual. Tais aspectos centram-se no capítulo seis – Interação entre governos, cidadãos e empresas na internet. Em seguida, no sétimo capítulo – Um Porto virtual Seguro? – apresentam-se análises de representações de Porto Seguro na internet; a partir do conteúdo tratado anteriormente.

Na discussão do oitavo capítulo – A cidade virtual como uma canção para a liberdade –, sugere-se um modelo de cidade virtual apropriado para dinamizar a cultura turística em Porto Seguro. A perspectiva central é que a digitalização da cidade turística deve levar em consideração o planejamento urbano e aspectos que compõem as identidades culturais do local, evidenciando suas potencialidades e apresentando soluções para suas complexidades. Por fim, no nono capítulo – Complexidades da comunicação e potencialidades da internet – tem-se uma abordagem sobre comunicação e cultura.

Considera-se que a cidade turística não deve ser entendida apenas sob a perspectiva econômica e funcional. A cidade é um composto orgânico, que tem vida própria cujos aspectos imbricados entre si constituem suas dinâmicas e identidades. Essas dinâmicas são responsáveis pelos fluxos de pessoas, capitais, tecnologias e informações que fomentam a cultura turística.

## 1. Turista, turismo e desenvolvimento tecnológico

O gueto, a rua, a fé./Eu vou andando a pé,/ pela cidade bonita./ O toque do afoxé e a força de onde vem?/ Ninguém explica, ela é bonita (MERCURY, Daniela. **Canto da cidade**. In: Daniela Mercury, disco Canto da Cidade, 1992).

Experimentar culturas, contemplar belezas arquitetônicas e naturais dos lugares, reconhecendo-se na diferença ao andar por guetos, ruas, festas, museus, igrejas, bares, restaurantes... desvendando mistérios e realizando inusitadas fantasias de consumo e convivialidade podem proporcionar prazeres aos transeuntes, e também chamar a atenção para problemáticas locais, imputando-lhes angústias. Como propõe a epígrafe, experienciar espaços da cidade é percorrer diversidades de fatos e contextos nos quais estão incutidas, muitas vezes de forma simbiótica, complexidades e potencialidades. Talvez nesta simbiose esteja a força da cultura.

O deslocar-se pela cidade promove evasões, distrações e encontros com a diversidade, com a alteridade, e com outra(s) face(s) daquele que mergulha na imensidão da alteridade. Ao andar pela cidade, em um movimento de contemplação, especialmente estimulado por imaginários turísticos, o transeunte pode encontrar-se com o estranho e com os outros de si, sem preocupações com tempo, ações, regras e mesmo sem se preocupar com excessos. Ele entra em um estado de apreciação e admiração do espaço, na busca, mesmo inconsciente, de ultrapassar os limites pessoais e sociais. Essas ações fomentam uma cultura turística, interferindo nas estruturas dos locais onde ela se evidencia, gerando diversas perspectivas entre residentes e visitantes<sup>4</sup>, através da potencialização do contato humano.

Para Hall (2003a), o turista é o próprio *flâneur* benjaminiano que, longe de seu local de origem, vaga por espaços que lhe permitem saciar exageros, sem medo, agindo e realizando desejos que, por algum motivo, não vivenciados em seu cotidiano.

Uma embriaguez acomete aquele que longamente vagou sem rumo pelas ruas. A cada passo, o andar ganha uma potência crescente; sempre menor se torna a sedução das lojas, dos bistrôs, das mulheres sorridentes e sempre mais irresistível o magnetismo da

---

<sup>4</sup> Os termos visitante, turista e viajante são usados como sinônimos.

próxima esquina, de uma massa de folhas distantes, de um nome de rua. Então vem a fome. Mas ele não quer saber das mil e uma maneiras de aplacá-la. Como um animal ascético, ele vagueia através dos bairros desconhecidos até que, no mais profundo esgotamento, afunda em seu quarto, que o recebe estranho e frio (BENJAMIN, 1989, p. 186).

Tal qual o *flâneur* descrito por Benjamin (1989), o turista é o transeunte que se enquadra em uma determinada ambiência, em busca de evasões em todos os sentidos e de experimentações diversas da alteridade, deixando fluir o(s) outro(s) de si em uma condição de completo contentamento, encantamento e esgotamento. Contudo, enquanto o *flâneur benjaminiano* vaga constantemente, sozinho, pelas ruas, como um vagabundo, o turista busca nas culturas, que ele elege como seu destino, a fuga da sua rotina cotidiana e o encontro com os outros de si.

Nesse movimento, Bauman (1999), seguindo a perspectiva freudiana, propõe uma relação entre turista e vagabundo. Para ele, este é o *alter ego* daquele, e vice-versa, numa relação de prazer e angústia que se configura em meio às potencialidades e complexidades do lugar visitado. Um centro receptivo como Porto Seguro, onde o belo arquitetônico e natural mistura-se a segregações capitalistas e às problemáticas sociais, ao mesmo tempo em que proporciona encantamento, perpetua as complexidades do lugar, apontando para um ciclo de incongruências. Com base em Freud (1996), pode-se dizer que as problemáticas reduzem a área de encantamento, sucumbindo as possibilidades de prazer do turista, que nunca estará saciado, por isso tende a retornar ao destino.

Para o pai da psicanálise, todo prazer é sempre menor que o esperado, pois ser humano tende a criar uma expectativa maior do que a experiência pode propor e, assim, desenvolve uma propensão à repetição. “Existe realmente na mente uma compulsão à repetição que sobrepuja o princípio do prazer” (Freud, 1996, p. 33). Bauman (1999) chama atenção para estas relações duais processadas na produção e prática do turismo, ao relacionar vagabundo e turista. Aspectos da economia, conflitos sociais, estruturas e desestruturas urbanas e demais fatores observados em centros como Porto Seguro, convergem-se nessa relação entre turista e vagabundo e tornam compulsiva a busca pelo prazer.

“Os prazeres da vida civilizada, e Freud insiste nisso, vêm num pacote fechado com os sofrimentos, a satisfação com o mal-estar, a submissão com a rebelião” (Bauman, 1999, p. 8). Assim, observa-se que na fusão de turista e vagabundo na



*persona* do visitante estão dualidades da cultura que se dissolvem e se reintegram em meio aos prazeres e angústias contidos nas experimentações singulares da alteridade, que o faz dissociar-se de seu local de origem e emergir em um universo virtual, iniciado em seus anseios pessoais.

Associados a prazeres e angústias, estão os limites temporais e econômicos do viajante. Tais fatores chamam a atenção para o fato de que o consumo do espaço propõe vivências de cenas e de situações contextualizadas, afinal, nos lugares da cultura turística, as interações sociais ocorrem a partir de perspectivas afetivas, cognitivas e de interesses comuns entre aqueles que chegam ao lugar. Portanto, o turista é um *flâneur* capitalista temporário e comunitário. Tal perspectiva fundamenta-se nos estudos culturais que compreendem segmentos sociais como grupos identitários, mas sem perder de vista a concepção marxista que pensa a sociedade a partir de potenciais econômicos.

Desse modo, na *flanerie* capitalista temporária e comunitária, aspectos que contextualizam grupos de turistas (desejos, gostos, modas, costumes, estéticas, éticas políticas e sociais...) estão vinculados ao poder econômico. Tal ideia reitera-se em Maffesoli (1998), ao abordar a multiplicidade do eu e a ambiência comunitária, e em Leroi-Gourhan (1971), que discute a interferência da técnica no meio social.

Grupos de turistas têm reações próprias aos acontecimentos regionais e mundiais e, por isso, não podem ser compreendidos por uma totalidade de indivíduos, que constituem identidades específicas. Assim, ao perceber o turismo como uma *flanerie* capitalista temporária e comunitária, situa-se a atividade em um campo problemático. Nele, os fatores socioeconômicos estão sempre em negociação, contribuindo para processos de mutações identitárias dos cidadãos envolvidos na dinâmica turística, bem como nos lugares onde ocorrem tais práticas. Turismo implica em trocas econômicas, sociais, cognitivas, afetivas, informacionais, tecnológicas, cujos efeitos e resultados estão imbricados em perspectivas de governos, anfitriões, residentes e empresários constituindo uma identidade turística no espaço físico, onde essas trocas se evidenciam.

Situado em um campo problemático, o turismo comporta-se como uma atividade virtual. De acordo com Lévy (1996b), trata-se da mais virtual de todas as atividades econômicas, por entrelaçar vários setores da atuação humana como comunicação, administração, sociologia, economia, medidas políticas, meios de

transportes e demais áreas, das quais estão dependentes a organização e o bom desempenho do setor.

O principal setor mundial em volume de negócios, lembremos, é o turismo. Viagens, hotéis, restaurantes. A humanidade jamais dedicou tantos recursos a não estar presente, a comer, a dormir, viver fora de sua casa, a se afastar de seu domicílio. Se acrescentarmos ao volume dos negócios do turismo propriamente dito o das indústrias que fabricam veículos (carros, caminhões, trens, metrô, barcos, aviões etc.), carburantes para os veículos e infraestruturas (estradas, aeroportos...), chegaremos acerca de metade da atividade econômica mundial a serviço do transporte. O comércio e a distribuição por sua vez fazem viajar signos e coisas. Os meios de comunicação eletrônicos e digitais não substituem o transporte físico, muito pelo contrário: comunicação e transporte, como já sublinhamos, fazem parte da mesma onda de virtualização geral (LÉVY, 1996b, p. 51).

Portanto, ao situá-lo em um campo problemático e por envolver o deslocamento em busca de peculiaridades e preferências culturais, bem como interferências nas identidades dos destinos e das pessoas envolvidas, o turismo pode ser entendido como uma cultura desterritorializada e virtual cujos processos estão vinculados ao aprimoramento tecnológico; afinal, o meio humano é também um meio técnico. A cultura turística corresponde a processos políticos, econômicas, sociais, informacionais e tecnológicos que influenciam percepções sobre lugares, considerando centros receptivos e emissores, fomentando continuamente formulações cognitivas, afetivas e interativas sobre o lugar do turismo, contidas em memórias coletivas de anfitriões e visitantes. Assim, reveste-se de virtualidades, gerando cidadãos ao mesmo tempo globalizados e individualizados.

Na contemporaneidade, o turismo assume papel singular por sacralizar e materializar experiências imediatistas e dotadas de dualidades, nas quais o cidadão parece estar condicionado à busca incessante pelo prazer, em um ambiente ao mesmo tempo contemplativo e complexo, que procura em técnicas operacionais elementos para sua potencialização. No entanto, motivos que fomentam locais como destinos turísticos e caracterizam sua identidade não estão centrados apenas nas suas peculiaridades culturais, mas também nas perspectivas do grupo cultural a que pertence o turista, vinculadas a características dos centros emissores.

Assim, a discussão sobre a relação entre tecnologia e turismo deve considerar também dinâmicas dos centros emissores, já que, pela própria questão de

*marketing*, as configurações dos destinos devem estar associadas ao perfil de seus públicos. Benjamin (1989) pondera que as inovações tecnológicas obrigam as pessoas a se acostumarem rapidamente com mudanças e novos ritmos das cidades em que vivem. Conforme observa, o desenvolvimento dos meios de transportes coletivos, por exemplo, trouxe para habitantes dos centros urbanizados a situação nada acolhedora de terem que se olhar reciprocamente por um período de tempo sem se comunicarem.

À luz de Karl Marx, o autor assinala que essa condição justifica-se pelo fato de as interações humanas nos centros tecnologicamente mais avançados estarem, em geral, determinadas por relações que instituem cidadãos como grupos antagônicos (devedores e credores, vendedores e fregueses, patrões e empregados), delimitando a vida em períodos abstrativos e racionais. Assim, segundo Benjamin (1989), a tecnologia permite o controle e a padronização da vida social.

Por exemplo, locais de estacionamento, que registram os momentos de chegada e partida dos condutores, e a numeração dos imóveis, estabelecida por cadastro público, favorecem ao domínio da sociedade, constituindo-se como referências adequadas para avaliar o 'progresso' da normalização. Isso corresponde ao que Habermas (1968) entende como 'exercício de controles' (evidenciado no próximo capítulo).

Pode-se dizer que essa padronização de ações e a proliferação de relações institucionalizadas de centros tecnologicamente desenvolvidos são fatores que despertam no cidadão o desejo de deslocar-se para locais, onde possam fugir da linearidade operacional e normalizações. Assim, nos períodos de descanso, surge, como uma possibilidade de fuga da rotina, o deslocamento para lugares onde esse 'cidadão tecnicizado' pode, espontaneamente, compartilhar emoções com aqueles que têm semelhantes necessidades de interação.

Maffesoli (1998) propõe que padronizações e individualizações restringem as relações sociais ao processo de sociabilidade, que corresponde à institucionalização das interações humanas. Em contrapartida, o autor define as relações fundamentalmente empáticas, que ocorrem por meio dos interesses comuns, como relações de socialidade. Nesse contexto, considerando que o turismo possibilita a fuga de normalizações do cotidiano racional e individualizado, observa-se assim

uma cultura de agregações sociais para indivíduos de um mesmo grupo (independente de localismos).

Por isso, na maioria das vezes e dentro de suas peculiaridades sociais, o turista busca a socialidade, tentando desenvolver relações eminentemente empáticas, tanto com outros turistas quanto com residentes, deixando fluir assim os outros de si presos em seus cotidianos lineares e perversos. Portanto, a partir das especificidades dos grupos culturais, configuram-se segmentações turísticas, que, talvez sejam melhores denominadas de 'comunidades turísticas', cujo reconhecimento e entendimento favorece à organização e planejamento do destino.

Leroi-Gourhan (1971) evidencia dois tipos de fenômenos que contribuem para a compreensão desta perspectiva em que se está correlacionando turismo e tecnologia. Os fenômenos de tendência, intrínsecos à natureza do processo tecnológico, e os fenômenos de fato que estão associados ao meio em que ocorrem. Para o autor, esses fenômenos são complementares, correspondendo a duas faces de uma determinada ação, sendo o primeiro previsível e universal; o segundo condicionado a intenções e a aspectos locais.

A essa concepção, acrescenta-se que "a realização das dimensões da essência humana é possibilitada, entre outras coisas, pelos artefatos criados pelo trabalho humano, do homem para o homem, numa escala de tempo cada vez mais historicizada" (CARVALHO, 1996, p. 102). A observância dessas realizações permite, então, o reconhecimento e a identificação daquilo que se evidencia como fenômeno de tendência e das ações que surgem como fenômenos de fato.

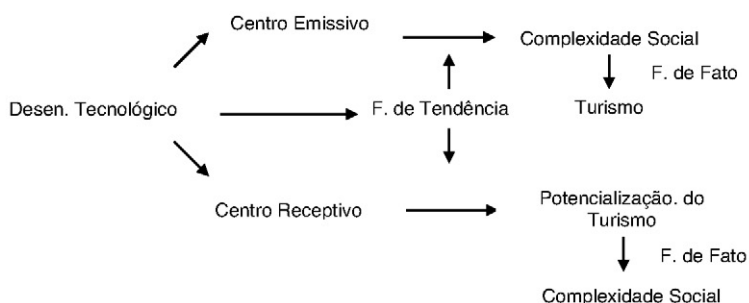
Para Leroi-Gourhan (1971), a tendência implica nos resultados, considerando-se desde a invenção até a utilização dos aparatos. Essa implicação corresponde a um movimento contínuo que pode estar sempre gerando um novo fato, provocando mudanças peculiares na dinâmica dos locais, contribuindo para os hibridismos culturais e para as mutações identitárias das entidades envolvidas no processo.

Como aponta Lévy (1999, p. 23), "as técnicas carregam consigo projetos, esquemas imaginários, implicações sociais e culturais bastante variados. Sua presença e uso em lugar e época determinados cristalizam relações de força sempre diferentes entre seres humanos". Ou seja, o desenvolvimento tecnológico provoca diferentes ações e efeitos em diferentes localidades e em diferentes grupos culturais. Tais ações e efeitos dependem de aspectos históricos, das estruturas

físicas e de relações socioeconômicas. Essas diferentes relações entre técnica e lugar caracterizam a ambivalência ou a multiplicidade cultural que surge a partir dos usos da tecnologia, podendo ser estes tratados como fenômeno de tendência ou como fenômeno de fato.

Por este princípio, justifica-se que a relação entre turismo e desenvolvimento tecnológico inicia-se a partir de relações sociotécnicas nos centros emissivos e completa-se em suas evidências nos centros receptivos. Ou seja, aponta-se que a cultura turística está diretamente vinculada ao nível de complexidade tecnológica e social dos centros emissivos, ao mesmo tempo em que, nos centros receptivos, buscam-se essas mesmas tecnologias para potencialização das atividades, gerando novas complexidades sociais.

Portanto, quando considerada a relação 'centro emissivo/tecnologia', o turismo comporta-se como fenômeno de fato, que vai gerar outro(s) fato(s) no centro receptivo, afinal a cidade turística tem sua dinâmica própria e suas problemáticas cotidianas. Por outro lado, quando considerada a relação 'destino turístico/tecnologia', observa-se não apenas estruturas potencializadas pela técnica, mas também uma nova complexidade social. Nesse caso, a tecnologia aplicada ao turismo comporta-se como fenômeno de tendência (Ver diagrama abaixo).



O diagrama explica o contínuo movimento social provocado pela inserção de tecnologias nos locais, considerando as peculiaridades culturais. Esse diagrama, contudo, representa uma perspectiva (e não uma realidade), entre tecnologia, cultura e turismo. Desse modo, o indicador complexidade social, por exemplo, como fenômeno de fato nos centros receptivos pode ser alterado por outra variável, como

a agilização dos processos comunicacionais. Reitera-se também pelo diagrama que não há tecnologias benéficas nem malélicas, mas sim o modo e as intenções de sua utilização podem determinar o seu fim.

É necessário insistir, de acordo com Maffesoli (2004, p. 37), “que a vida não pode ser reduzida à utilidade”, afinal existem aspectos contidos nos fenômenos sociais que os relativizam e põem em questionamento as práticas humanas, gerando problematizações/virtualizações das atividades sociais, com seus sentidos e valores. Portanto, o fazer turismo se comporta ora como fenômeno de tendência, ora como fenômeno de fato, e, às vezes, estes dois fenômenos podem fundir-se. Portanto, o entendimento da cultura turística deve centrar-se em sua complexidade.

Essa reflexão sobre a relação entre fenômenos de tendências e de fato, mudanças tecnológicas, econômicas e sociais reitera o turismo como uma cultura específica do lugar onde ele se evidencia e não apenas como uma atividade de mercado. Uma percepção dessa relação a partir do desenvolvimento tecnológico industrial pode ratificar tal contextualização. A consolidação da economia industrial incrementou as relações socioeconômicas internacionais, especificamente a partir do século XX, favorecendo a abertura do mundo ao cosmopolitismo.

Embora a industrialização tenha ampliado e tornado mais acirrados conflitos sociais, devem-se considerar aspectos que impulsionaram as viagens e possibilitaram que cidades se preparassem para receber e acolher pessoas, tornando-se centros receptivos. Entre esses fatores, pode-se pontuar o surgimento da classe média, com salários definidos, aumento dos ganhos pelos grupos dominantes, aperfeiçoamento de vias e de meios de transportes, bem como o surgimento de indústrias de entretenimento. A viagem tornou-se um meio de as pessoas penetrarem nas particularidades culturais das sociedades distantes e de se envolverem com tradições, exotismos e com novos modos de vida que passavam a conhecer.

Constroem-se, assim, semiosferas<sup>5</sup> do conhecimento e da busca por diversão, evasão e prazer. O fazer turístico desponta, no século XX, como nova possibilidade de vida, seja para quem procurava por destinos, em fuga da sua rotina ou ostentando seu poder econômico, seja para quem recebia nesses centros, que

---

<sup>5</sup> De acordo com Volli (2007), semiosfera corresponde ao âmbito no qual circula ideias, mensagens, sinais, artefatos, hábitos, mercadorias e pensamentos. Segundo o autor, o termo associa-se ao que Morin (1993) entende como noosfera.

vislumbrava novas possibilidades de aumentar seus ganhos e reestruturar a vida. Nesse cenário, proliferam-se empresas hoteleiras, restaurantes, indústrias de entretenimento, agências de viagens e demais prestadores de serviços, que cada vez mais se transformam, adequando-se às metamorfoses tecnológicas.

A multiplicação das trocas e o desenvolvimento das tecnologias de produção, de transportes e de comunicação, as melhorias na infraestrutura urbana, bem como o progresso técnico-científico tornaram-se fatores preponderantes para o incremento da atividade e o seu enquadramento junto à dinâmica dos locais. Essas inovações e transformações do século XX correspondem a fenômenos de tendências, uma vez que as ações sociais, econômicas e políticas delas decorrentes são possivelmente previsíveis, por estarem submetidas ao controle de grupos dominantes. Esses fenômenos contribuem para que se estabeleça maior delimitação e padronização de perspectivas sociais ou mesmo uma consciência tecnocrática junto aos grupos culturais por onde se alastram.

Na cultura industrial, fenômenos de tendência são delimitados por regras e normas que os institucionalizam e põem as relações humanas no âmbito da sociabilidade, condicionando as práticas cotidianas às transformações tecnológicas, o que contribui para que o homem busque espaços outros para a fuga da sua rotina, culminando, muitas vezes, no fazer turismo. Além disso, a propagação de imaginários, por meios de comunicação de massa que se popularizavam no começo do século XX, e por produções literárias, ampliam os desejos de viagem. Para Simões (1998), por exemplo, a viagem começa na literatura e, por analogia, pode-se dizer que nessa era de cibercultura, a viagem começa no ciberespaço.

Portanto, a cultura turística é também resultante de uma série de fatores impulsionados pelo desenvolvimento tecnológico, que levam cidadãos a buscarem novidades e saciarem seus desejos. Assim, qualquer que seja o motivo ~~que~~ estimulador do deslocamento (conhecimento, convivialidade, lazer ou erotismo), este está vinculado ao modo como os grupos culturais, em que vive o turista, usam e compreendem as invenções e inovações técnicas.

Por sua vez, viagens a lazer, decorrentes da abertura de estradas, o surgimento de serviços de atendimento aos viajantes, que cada vez mais se potencializam com tecnologias digitais, correspondem a fenômenos de fato. São ações decorrentes do desenvolvimento tecnológico que, de modo geral, não estão

vinculadas à lógica da institucionalização, comportam-se mais como alternativas às padronizações e novas possibilidades interativas. Ainda, pode-se incluir, nesse contexto, o reconhecimento e a delimitação de cidades como centros receptivos, o surgimento das empresas prestadoras de serviços turísticos, bem como a diversidade de comunidades turísticas. Justamente por constituírem-se como fenômenos de fato, justificam-se as dificuldades em se estabelecer controles e delimitações nos ambientes turísticos, que têm suas problemáticas peculiares.

Essa perspectiva acentua-se com a emergência da cibercultura. As novas práticas sociais, possibilitadas pelas tecnologias digitais, propõem reconfigurações e ressignificações da cultura turística. A cibercultura está potencializando as atividades desenvolvidas nos locais, criando novas possibilidades para os seres conectados e mais obstáculos para os desatualizados.

As rápidas conexões, a proliferação da economia de serviços, ressaltando os serviços *online*, as maiores possibilidades de informação e as flexibilidades do trabalho redimensionam a dinâmica dos locais e põem o homem em um estado constante de negociação com a vida e com a sua sociedade. Ainda, consideram-se processos de desterritorialização dos locais, das empresas e dos grupos culturais que, projetados no ciberespaço, cada vez mais têm seus limites ampliados.

No entanto, ao mesmo tempo em que os grupos economicamente privilegiados vislumbram novas probabilidades de interação e de conhecimento, grupos menos favorecidos economicamente continuam submissos às formas de controle, que só ampliam divergências sociais, entremeando de desigualdade e segregações todo o mundo. A vida na maioria dos centros tomados pela cibernética torna-se mais veloz e cada vez mais segmentada. Uma tendência da digitalização, da robótica e demais mecanismos da inteligência artificial é a padronização das ações, o que favorece o exercício dos controles e com ele as determinações e imposições na sociedade da informação, mesmo em tempos de redes sociais livres.

[...] os termos *desigualdade*, *polarização*, *pobreza*, e *miséria* se enquadram no domínio das relações de distribuição/consumo ou apropriação diferencial da riqueza gerada pelo esforço coletivo. De outro lado, *individualização do trabalho*, *superexploração dos trabalhadores*, *exclusão social* e *integração perversa* são características de quatro processos específicos *vis-à-vis* as relações de produção (CASTELLS, 1999c, p. 95).



Estes termos estão condicionando a Era da Informação a complexidades que sujeitam os cidadãos contemporâneos às manipulações ideológicas por falta de clareza analítica nas informações que circulam 'livremente'. Por desigualdade, entende-se a apropriação desigual de riqueza entre indivíduos de grupos culturais distintos; polarização é o processo em que o topo e a base da escala de distribuição de renda e riqueza crescem mais velozmente que a faixa intermediária e acentua as divergências sociais. A pobreza caracteriza os grupos que sobrevivem com a renda mínima considerada em uma sociedade; miseráveis são aqueles que estão abaixo da pobreza.

Com relação aos processos que caracterizam as relações de produção, Castells (1999c) observa que a instabilidade nos padrões de emprego representa a tendência de se excluir continuamente segmentos populares do mercado de trabalho formais. Assim, ele entende individualização do trabalho como a forma desregulamentada de contratação, ficando esta a critério da contribuição e condição do trabalhador no processo produtivo. Superexploração indica as relações trabalhistas que submetem determinados tipos de trabalhadores a condições piores do que as normas/regras que regem um dado mercado de trabalho, em tempos e espaços determinados.

Por exclusão social, entende-se o processo em que grupos de indivíduos encontram-se impossibilitados de desenvolverem uma posição autônoma dentro dos padrões que compunham um dado contexto. E a integração perversa, a que se refere o autor, corresponde às formas de trabalho praticadas na economia do crime, ou seja, por atividades geradoras de renda, que estão sujeitas às sanções legais cabíveis em certo contexto social, como o tráfico de drogas e a prostituição infantil.

Portanto, esse cenário segmentado também compõe a ambiência em que se propaga a cibercultura que, enquanto acelera o ritmo de vida dos seres conectados, vai configurando sucessivamente as relações sociais como racionais e individuais. Assim, a socialização em destinos adequados à cibercultura, como Porto Seguro-BA, torna-se cada vez mais difícil, não somente para quem vem sofrendo as consequências malditas do desenvolvimento tecnológico, mas para toda a sociedade que continuamente se preocupa com a violência urbana, decorrente, em grande parte, das diferenças sociais.

As interações humanas ficam, continuamente, mais críticas, mais embaraçosas e mais difíceis de se amenizarem. Cada vez mais ‘tecnicizado’, o cidadão entra em um constante processo de solidão e de sociabilização, relacionando-se apenas o necessário, ou quase nada, com as pessoas de sua cidade. Por outro lado, as Tecnologias da Informação e de Comunicação (TIC) têm permitido ao cidadão conectado criar formas alternativas de vida e de trabalho, montando seus negócios e fixando residência em locais menos conturbados, sem perder o contato com o mundo, caracterizando a Nova Economia.

No estudo sobre o surgimento da Nova Economia ou Economia de Serviços nos Estados Unidos, Beyers (1996) identificou, a partir da década de 1980, que produtores começavam a migrar para pequenos centros em busca de melhores condições de vida. Movimento que, com as devidas considerações às relações de países em desenvolvimento, também pode ser identificado em Porto Seguro no mesmo período em decorrência do turismo.

Nesse período, as áreas de maior crescimento da Nova Economia, nos Estados Unidos, foram as cidades de Las Vegas, Seattle, Atlanta, Orlando e St. Petersburg, enquanto grandes centros – Los Angeles, Chicago e New York – tiveram baixo crescimento ou perda da oferta de empregos. Além da produção de mercadorias, a geração de informações orientadas movimenta essa nova economia, possibilitando a profissionais atuarem exclusivamente na resolução de questões intelectuais.

Empresas de consultorias, diversos campos de uso dos *softwares* e o agenciamento de atividades turísticas *online* são algumas indicações ou nichos de especializações que exemplificam a prestação de serviços sem envolver, necessariamente, a circulação e produção de mercadorias. Tais usos desterritorializam mais e mais o mercado consumidor das empresas inseridas nessa nova economia.

Assim, quanto ao modelo geográfico da localização de mercados, Beyers (1996) identifica dois grupos. Os ‘*Lone Eagles*’ têm forte poder econômico e atuam em mercados descentralizados. A metáfora da tradução literal ‘Águias Solitárias’ permite contextualizar melhor as dimensões territoriais alcançadas e as potencialidades econômicas das empresas dessa categoria. O outro grupo os ‘*High Fliers*’ é constituído por empresas que atuam com maior força no mercado local e

geralmente iniciam suas atividades com poucos funcionários, mas apresentam uma 'Alta Inclinação' a atuar em mercados externos.

Esses empreendedores buscam a independência com o objetivo de montar o próprio negócio, correndo os riscos e oportunidades de quaisquer outros, porém estão em fuga das problemáticas sociais dos grandes centros urbanos. Assim, as razões que culminam na escolha do local de estabelecimento são a busca por melhor qualidade de vida e a procura por novas possibilidades de negócios, o prestígio do local, a existência de prestadoras de serviços, o nível educacional da população e, por fim, são avaliados custos de vida, impostos locais, existência de empresas fornecedoras e o custo com a mão de obra.

Essa flexibilidade da localização dessa Nova Economia possibilita um descongestionamento das grandes cidades, ao passo que promove a reestruturação de pequenos centros. Contudo, em termos de Brasil, nessa economia de serviços não se evidencia uma preocupação com a população desses 'pequenos centros reestruturados', o que pode ser constatado em cidades turísticas, a exemplo de Porto Seguro-BA, que tem, como cruel problemática, o conflito constante entre ricos grupos prestadores de serviços e a falta de oportunidades para a população autóctone, que se transforma em mão de obra barata ou tem seus pequenos negócios prejudicados com a concorrência desleal.

Esses conflitos geram, no local, processos de individualização do trabalho, superexploração dos trabalhadores, exclusão social e integração perversa, além de espetacularizações sobre expressões identitárias regionais, como estão descritos no capítulo quatro (De porto à cidade: potencialidades e complexidades do corpo social). De acordo com Graham e Marvin (1996), essa problemática é consequência da falta de políticas públicas e de planejamento, da ausência de debates populares e acadêmicos sobre os assuntos que envolvem a integração das tecnologias e, principalmente, das telecomunicações com a cidade, enfatizando que mesmo quando ocorrem, geralmente são conduzidos pelo determinismo tecnológico, não sendo levados em conta peculiaridades culturais das localidades.

Os debates devem analisar o contexto local e a intervenção das tecnologias de comunicação como fator de interdependência entre cidades, transportes e relações humanas ou sociais. Graham e Marvin (1996) sugerem, ainda, que as políticas internacionais (e acrescentam-se as interestaduais e as intermunicipais) devam

corroborar para a articulação entre a forma construída e o desenvolvimento socioeconômico das cidades, bem como devem sugerir caminhos para a integração criativa das telecomunicações nas políticas e estratégias urbanas locais.

Nesse sentido, sinaliza-se que a projeção das cidades no ciberespaço, constituindo Cidades Virtuais (discussão do penúltimo capítulo), pode tornar-se um fator de maior organização do espaço físico. Afinal, no ciberespaço é possível a disponibilização de informações e execução de ações capazes de colaborar com mudanças que contribuam para a melhor estruturação das localidades. Informações que promovam transparência administrativa, divulgação e fortalecimento da cultura local, espaços que estimulem a participação da população nas decisões referentes aos destinos do patrimônio municipal, como também criação de laços comunitários são fatores que podem contribuir para a resolução de problemas sociais que se proliferam nas localidades turísticas. Por isso, reitera-se a necessidade de democratização do acesso à informação e de programas alternativos de educação.

Através da internet pode-se propor que membros das comunidades turísticas possam melhor interagir entre si, antecipando relações de socialidade, o que pode evitar, no espaço físico, intolerâncias, discriminações e preconceitos. Por outro lado, turistas podem conhecer melhor e mais detalhadamente aspectos socioeconômicos e naturais dos destinos. Essas perspectivas sugerem a necessidade de estudos direcionados, detalhando aspectos culturais das sociedades, em busca de compreensões sobre potencialidades e complexidades do lugar, o que se tenta indicar nos capítulos posteriores. Porém, antes, propõem-se reflexões sobre a relação entre tecnologia e cultura.

## 2. A cultura que emerge nas entrelinhas da tecnologia

Abri-vos, túmulos; mortos das pinacotecas, mortos adormecidos atrás de portas secretas, nos palácios, nos castelos e nos mosteiros, eis o porta-chaves feérico, que tendo às mãos um molho com as chaves de todas as épocas, e sabendo manejar as fechaduras mais astuciosas, convida-vos a entrar no mundo de hoje, misturando-vos aos carregadores, aos mecânicos empobrecidos pelo dinheiro, em seus automóveis, belos como armaduras feudais, a instalar-vos com todas essas pessoas, ciosas dos seus privilégios. Mas a civilização fará delas uma pronta justiça (Discurso que Apollinaire atribuiu a seu amigo Henri Hertz In: [www.inicia.es/de/m\\_cabot/el\\_surrealismo.htm](http://www.inicia.es/de/m_cabot/el_surrealismo.htm)).

O discurso de Apollinaire convida o seu amigo Henri Hertz a questionar o tempo, o mundo e as suas transformações, tendo como ponto de partida os insumos técnicos. Esse discurso suscita a ideia central a ser debatida neste capítulo – a relação entre tecnologia e formação cultural. A tentativa é de perceber como as culturas podem ser descritas pelo aporte tecnológico. Benjamin (1994) ressalta que o surrealismo foi o primeiro estilo literário a se preocupar com as energias revolucionárias que transparecem a partir das inovações tecnológicas como as construções de ferro, as fotografias, os objetos industrializados e toda a parafernália que proclama a moda e os gostos e torna antiquadas as manifestações passadas.

Para Benjamin (1994), há uma relação direta entre as revoluções sociais e os objetos frutos da criatividade humana. Esta relação por sua vez atribui sentidos às produções culturais, caracterizando um tempo no espaço de dependências técnicas, cuja nomenclatura (império, feudo, modernidade, revolução industrial, cibercultura...) deriva dos modos operacionais e comportamentais, bem como dos pensamentos desenvolvidos a partir das invenções e inovações. Já estas sinalizam a tentativa do homem em aprimorar as condições de vida e encontrar subsídios para melhor conduzir a realização de suas perspectivas.

Portanto, ações, invenções e inovações que potencializam, dinamizam e particularizam um local não só são elementos constitutivos da cultura como também são indicadores do pensamento vigente em uma esfera social em um determinado tempo. Assim, a tecnologia – o desenvolvimento de técnicas lógicas de ação ou, com base em Castells (1999a), o uso de conhecimentos científicos ou não científicos para especificar as vias de se realizarem as coisas e as atividades de uma maneira reproduzível – coopera para a edificação e solidificação de estruturas sociais

(grupos, organizações, comunidades, cidades) e contribuem para a delimitação de práticas culturais que circunscrevem modos de vida.

Como observa Leroi-Gourhan (1971), a tecnologia é a única disciplina etnológica que evidencia uma continuidade total no tempo, sendo, portanto, a única que permite a compreensão dos atos humanos em uma ordem cronológica.

[...] o Homem aperfeiçoa os seus utensílios com tal eficácia que, de um ponto de vista moral, artístico e social, está agora ultrapassado pelos seus próprios meios de ação contra o meio natural, e este movimento de progresso técnico é tão flagrante que, desde há séculos, todos os grupos que se exaltam nos seus utensílios julgam-se ter-se também elevados em todos os outros domínios (LEROI-GOURHAN, 1984, p. 232).

Isso propõe que a cultura tem suas raízes fincadas no âmago do fenômeno técnico. Nesse sentido, compreende-se com Lévy (1999, p. 22), que a técnica é um “ângulo de análise dos sistemas sociotécnicos globais, um ponto de vista que enfatiza a parte material e artificial dos fenômenos humanos, e não uma entidade real, que existiria independente do resto, que teria efeitos distintos e agiria por vontade própria”. Logo, os modos e os objetos técnicos comportam-se como elementos sinalizadores de práticas culturais de um local e corroboram para a edificação de sua narrativa identitária.

A relação entre cultura e tecnologia é fruto do modo como os atores sociais produzem, utilizam e interpretam as técnicas no seu dia a dia. Leroi-Gourhan (1984) aponta que, muito mais que um mecanismo de aperfeiçoamento operacional, os fatos técnicos cooperam para a compreensão das causas e do desenvolvimento dos processos históricos. Invenções, inovações, difusões entre técnicas oriundas de locais distintos, a inércia técnica ou mesmo a tomada de técnicas antigas provocam alterações na dinâmica da sociedade, interferindo em sua formação cultural. Afinal, as descobertas tecnológicas ocorrem em afluições, interagindo entre si em um procedimento dialético cada vez mais intenso, indicando, em qualquer que seja o processo, que a inovação tecnológica não ocorre de forma isolada.

Ela reflete um determinado estágio de conhecimento; um ambiente institucional e industrial específico; uma certa disponibilidade de talentos para definir um problema técnico e resolvê-lo; uma mentalidade econômica para dar a essa aplicação uma boa relação custo/benefício; e uma rede de fabricantes e usuários capazes de

comunicar suas experiências de modo cumulativo e aprender usando e fazendo (CASTELLS, 1999 a, p. 55).

A base do desenvolvimento tecnológico é também política e econômica, uma vez que a transformação da natureza representa alterações no comportamento humano e, por conseguinte, em toda vida social. Pode-se conceber que inovações e invenções são ao mesmo tempo frutos das necessidades sociais e fomentadores de novas práticas culturais. Portanto, “se a técnica se transforma na forma englobante da produção material, define então uma cultura inteira – um mundo” (HABERMAS, 1968, p. 55). Assim, o desenvolvimento tecnológico pode comportar-se como acelerador ou freio das transformações em uma localidade, afinal, como lembra Lévy (1999), associados às técnicas estão projetos sociais, interesses políticos e econômicos, ideias, utopias e demais fatores que constituem as atividades sociais.

As modificações nas sociedades estão vinculadas às constantes reformulações técnicas que se constituem como uma linha evolutiva contínua. Esse encadeamento descreve o que Mitchell (2000) denomina de ‘metamorfoses tecnológicas’, que, por sua vez, permitem que o espaço esteja sempre movimentado por um processo de construção/desconstrução, cujas reformulações vinculam-se aos modelos existentes. Ou seja, o ponto de partida de um novo sistema social é o atual. Ele completa o que está feito, estruturando um novo modelo.

De certo, as reformulações tecnológicas não criam novas condições de vida nem novas necessidades, elas apenas as reinventam, transformando o funcionamento dos sistemas e redistribuindo as atividades, estendendo-as por vários outros caminhos. Mitchell (2000) alerta, nesse contexto, que na medida em que os sistemas tecnológicos modificam operações sociais, o ser humano tem que buscar entendê-los, escolher opiniões, destinos e, cuidadosamente, construí-los.

Tempos antes, Dechert (1970) já apontava para esta perspectiva. Segundo o autor, toda vez que se faz uma inovação tecnológica e científica, os cidadãos mudam, reconstruindo o pensamento sobre as coisas, sobre o mundo e sobre si mesmo. As reformulações técnicas propõem novas constituições sociais, transformando a vida e a concepção de vida em sua totalidade, provocando rupturas de conceitos, crenças e valores; apresentando respostas, por um lado, e, por outro, gerando novas proposições.

Segundo Habermas (1968, p. 45), “na medida em que a técnica e a ciência permeiam as esferas institucionais da sociedade e transformam assim as próprias instituições, desmoronam-se as antigas legitimações”. Deste modo, pode-se considerar que as metamorfoses tecnológicas rompem com estruturas que se apresentam sólidas e apontam para novos ícones, símbolos e significados para a coletividade. As constantes revoluções da produção estremecem sucessivamente as condições sociais, transformando as relações concretas em sistemas envelhecidos. Tem-se a desconstrução de elementos identitários do local e a edificação de novos indicadores, estabelecendo, então, um processo ininterrupto de reconfiguração da identidade.

A identidade torna-se uma 'celebração móvel': formada e transformada continuamente em relação às formas pelas quais somos representados ou interpelados nos sistemas culturais que nos rodeiam. É definida historicamente e não biologicamente. O sujeito assume identidades diferentes em diferentes momentos, identidades que não são unificadas ao redor de um 'eu' coerente. Dentro de nós há identidades contraditórias, empurrando em diferentes direções, de tal modo que nossas identificações estão sendo continuamente deslocadas (HALL, 2003a, p. 13).

Em completude, considera-se com Castells (1999b, p. 22) que a identidade é “fonte de significado e experiência de um povo” vigente em um determinado período. A identidade é responsável pela organização dos significados de um grupo social para os indivíduos, sejam eles membros ou não do grupo. Além da revolução nos modos de produção, há diversos outros fatores que cooperam para constituições identitárias como a formação étnica, aspectos ambientais, mitologias, lendas, fantasias e crenças de uma ambiência.

Para Leroi-Gourhan (1984), a evolução dos modos de produção ocorre em um terreno instável; os elementos que constituem a unidade técnica derivam de diferentes grupos étnicos e de tempos e espaços variados. Em cada unidade, estão concepções ideológicas, filosóficas, sociológicas, econômicas, políticas, comunicativas, administrativas, entre outras, bem como sentimentos de medo e encantamento para com novos objetos e comportamentos.

As alterações nos processos técnicos, portanto, associam-se a complexidades e potencialidades das sociedades e comportam-se como responsáveis pelo delineamento dos seus obstáculos e possibilidades, paradoxos e certezas e das coerências e ambiguidades. É possível se identificar funções específicas do



desenvolvimento tecnológico que podem contribuir para a compreensão de como as técnicas interferem na identidade cultural. Hall (2003a) observa que, a partir da modernidade, as alterações sociais são mais profundas do que a maioria das mudanças características de períodos anteriores, uma vez que as conexões entre culturas passam a ser mais extensas e a interferir com mais intensidade no cotidiano popular. Entretanto, em qualquer período, o desenvolvimento tecnológico encontra-se veemente presente no imaginário social.

O refletir sobre a utilização das energias hidráulicas e eólicas e sobre o maquinismo e o automatismo que caracterizaram a produção técnica medieval, foi o fator preparatório para a definição da modernidade, afinal, proporcionou a emergência de códigos de procedimento nos quais a técnica passa a ser motor das transformações do mundo. Todavia, é o Renascimento do século XV que vai permitir a manifestação de uma revolução epistemológica capaz de somar ao pensamento de então ideais da modernidade. O teocentrismo é superado pela razão humana, difundida pelo empirismo de Francis Bacon e pelo racionalismo de René Descartes. O 'penso, logo existo' tornou-se a metáfora perfeita para a legitimação da ciência e do domínio humano sobre a natureza.

Esse pensamento racionalista, por sua vez, vai preparar a sociedade para a convivência com o ritmo acelerado das inovações que, a partir de meados do século XVIII, caracteriza as revoluções industriais. Quando a fusão entre o desenvolvimento técnico e a organização social deixa de ser apenas um projeto da modernidade e torna-se concretude. As cidades começam a ser organizadas sob a lógica da industrialização, (re)definindo suas funções (industrial, agropecuária, turística...) e alimentando a crença de que o desenvolvimento tecnológico significaria uma melhoria da vida e das relações sociais. A ideia de progresso técnico associa-se diretamente à reformulação das estruturas sociais, articulando-se técnica, trabalho e economia política, consolidando uma sociedade na qual a tecnologia alastrava-se por todos os domínios da vida.

No entanto, pode servir como uma forma abreviada para designar o poder do propriamente humano e, portanto, antinatural presente no trabalho humano descartado acumulado em nossas máquinas – um poder alienado, o que Sartre chama de a contrafinalidade do prático inerte, que se volta contra nós em formas irreconhecíveis e parece constituir-se no horizonte distópico massivo de nossa práxis coletiva e individual (JAMESON, 1997, p. 61).

Essa condição pragmática e alienante da técnica vai se evidenciar a partir da segunda Revolução Industrial, final do século XIX, ao promover a gênese de uma sociedade voltada para o consumo. A apropriação de espaços comunicacionais, como fotografia, cinema, rádio, e mesmo os periódicos impressos, como divulgadores de produtos industrializados, iniciou o processo de comunicação de massa que culminou na formação de uma nova prática cultural – a cultura de massa. Nela, o sujeito passa a ser compreendido como membro de uma coletividade, estando mais centrado no cerne das grandes estruturas sociais. A concepção de 'sujeito cartesiano' é substituída por uma definição mais social do sujeito.

[...] a medida em que as sociedades modernas se tornavam mais complexas, elas adquiriam uma forma mais coletiva e social. As teorias clássicas liberais de governo, baseadas nos direitos e consentimentos individuais, foram obrigadas a dar conta das estruturas do Estado-nação e das grandes massas que fazem uma democracia moderna. As leis clássicas da economia política, da propriedade, do contrato e da troca tinham que atuar, depois da industrialização, entre as grandes formações de classe do capitalismo moderno (HALL, 2003a, p. 29).

Essa concepção orgânica e funcional das relações sociais está imersa na racionalidade ideológica da industrialização. Habermas (1968) considera essa racionalidade como o conteúdo legitimador da dominação política, promotora das relações institucionalizadas. Para o autor, ela está intrinsecamente direcionada à laboração de estratégias de dominação tanto sobre a natureza quanto sobre o próprio ser social, comportando-se, dessa forma, como 'exercício de controles'.

Tal prática condiciona-se à capacidade e ao interesse de governos e grupos econômicos em delimitarem aspectos sociais, não estando associado diretamente à opressão e à exploração, embora admita caráter repressor na medida em que submete os indivíduos ao aparelho técnico e, conseqüentemente, ao estatal. Compõe-se, desse modo, uma sociedade totalitária de base racional, voltada para a ampliação da comodidade da vida e intensificação da produtividade do trabalho.

Assim, ao impor ao homem a vivência de ações padronizadas, o desenvolvimento industrial contribui para a atuação do Estado. Este promove a organização do tempo e dos espaços sociais, uma vez que o incremento das forças produtivas, associado ao desenvolvimento tecnológico e ao modo de produção capitalista, condicionava os cidadãos a pensar que o contínuo aumento da

produtividade e o domínio da natureza cooperavam para a edificação de uma vida mais confortável.

O aumento das forças produtivas institucionalizado pelo progresso técnico-científico faz explodir todas as proporções históricas. Dai tira o enquadramento institucional as suas oportunidades de legitimação. O pensamento de que as relações de produção pudessem medir-se pelo potencial das forças produtivas desenvolvidas fica cerceado pelo facto de que as relações de produção existentes se *apresentam* como a forma de organização *tecnicamente necessária* de uma sociedade racionalizada (HABERMAS, 1968, p. 48).

No entanto, observa-se, com Castells (1999a), que os ideais das revoluções industriais, ao difundir-se por todo o sistema económico e permearem em toda a esfera social, servem de base material para a continuação histórica das lutas humanas. Portanto, o desenvolvimento tecnológico contribui para legitimação do poder político, mas também permite o surgimento de insólitos sistemas culturais. A racionalização inerente a tais processos amplia as esferas ideológicas do trabalho industrial e abrange outros âmbitos da vida como urbanização, tráfico económico, redes de transportes e de comunicação, instituições de direito privado, escolas, religião e, também, o aproveitamento do tempo livre, como já pontuado anteriormente.

Se por um lado, a sociedade industrial retira do homem sua autonomia; por outro, cria subsídios para que se formem grupos culturais. A utilização de insumos tecnológicos e a reflexão sobre essa utilização ultrapassam limites institucionais, gerando uma complexa estrutura social, caracterizada por conflitos de toda ordem.

São problemas inseridos mais ou menos nas guerras e revoluções, nas lutas pela descolonização, nos ciclos de expressão e recessão das economias, nos movimentos do mercado de força de trabalho, nas migrações, nas peregrinações religiosas e nas incursões e tropelias turísticas, entre outras características mais ou menos notáveis da forma pela qual o século XX pode ser visto, em perspectiva geistórica ampla. São problemas raciais que emergem e se desenvolvem no jogo das forças sociais, conforme se movimentam em escala local, nacional, regional e mundial. Ainda que muitas vezes esses problemas pareçam únicos e exclusivos, como se fossem apenas ou principalmente 'étnicos' ou 'raciais', a realidade é que emergem e se desenvolvem no jogo das forças sociais, compreendendo implicações económicas, políticas e culturais (IANNI, 2000, p. 175).

Em meio a essas complexidades, Castells (1999b) observa três formas e origens de construção da identidade a partir de relações de poder. A ‘identidade legitimadora’, formada pela racionalização industrial; a ‘identidade de resistência’, característica dos grupos de oposição, e a ‘identidade de projeto’ quando o grupo redefine sua posição na sociedade, transformando a estrutura social. Estas duas últimas caracterizam movimentos trabalhistas, ambientalistas, de gênero e racial, entre outros, que lutam contra totalitarismos.

Ao proteger a legalidade da dominação, a racionalidade tecnológica legitima uma sociedade totalitária, na qual as normas sociais são reforçadas por sanções, caracterizando a tentativa do Estado-nação em delimitar os indicadores culturais nacionais, fomentando a construção de uma identidade legitimadora. Em contrapartida, ao abranger vários âmbitos da vida, a tecnologia industrial acaba por permitir a formação de subsistemas culturais. Estes vão evidenciar as complexidades sociais do sistema macro a que pertencem, fomentando grupos com identidades de resistência e de projeto.

A constituição de bairros e camadas sociais, associações (empresariais, filantrópicas, étnicas...), partidos políticos, grupos de oposição, tribos urbanas – bem como a formação dos guetos e grupos ‘*underground*’ – dão-se a partir da consolidação de códigos sociais peculiares que permitem a emergência dos indicadores culturais de cada um desses subsistemas. Por exemplo, na atualidade, em Porto Seguro, pode-se dizer que índios Pataxós representam identidades de projeto e resistência<sup>6</sup>, entre outros grupos, como associações de profissionais do turismo e de pescadores. Estão conectados às transformações mundiais, porém resistem a determinações de segmentos legitimadores (governo, *trade* turístico) que, por vezes, tentam sucumbir suas memórias e direitos legais.

Assim, em meados do século XX, as sociedades industriais já não mais poderiam ser concebidas como uma totalidade de indivíduos.

Quando se combinam industrialização, urbanização, secularização da cultura e do comportamento, racionalização das ações e das instituições, mercado, produtividade, competitividade, individualização e individualismo possessivo, como ocorre habitualmente no capitalismo, o resultado pode ser um ambiente

---

<sup>6</sup> Esta perspectiva pode ser ilustrada a partir de concepções de indígenas sobre turismo e cibercultura no <https://ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/> com o título *Porque não uma aldeia global no ciberespaço?*

social explosivo. Aí tendem a multiplicar-se as desigualdades sociais, juntamente com a divisão do trabalho social, com a hierarquização do *status* e papéis, com distribuição desigual do produto e do trabalho social. Esse o ambiente em que indivíduos, famílias, grupos e classes, ou maiorias e minorias, inseridos nas tramas das relações sociais, ou no jogo das forças sociais, podem tanto integrar-se como tencionar-se e fragmentar-se (IANNI, 2000, p. 188).

Nesse sentido, a evidência e o reconhecimento de diferentes identidades culturais suscitam uma nova forma de organização social, pois o racionalismo industrial, mesmo nas primeiras décadas do século XX, não se faz mais suficiente para manter a lealdade dos grupos sociais ao poder tecno-estatal. Então, o progresso tecnocientífico e o controle sobre ele vão exigir uma nova forma de legitimação do poder político – a consciência tecnocrática.

A consciência tecnocrática é, por um lado, menos ideológica do que todas as ideologias precedentes; pois, não tem o poder opaco de uma ofuscação que apenas sugere falsamente a realização dos interesses. Por outro lado, a ideologia de fundo, um tanto vítrea, hoje dominante, que faz da ciência um feitiço, é mais irresistível e de maior alcance do que as ideologias de tipo antigo, já que com a dissimulação das questões não só justifica o interesse parcial de dominação de uma *determinada classe* e reprime a necessidade parcial de emancipação por parte da *outra classe*, mas também afeta o interesse emancipador como tal do gênero humano (HABERMAS, 1968, p. 80).

No entanto, considerando a complexidade social típica de centros tecnológicos e que permite a constituição de diferentes identidades, pressupõe-se que o sentido utópico da ‘vida boa’ vinculado ao desenvolvimento tecnológico perde a força de sua projeção e torna-se uma ‘e-topia’<sup>7</sup> junto a diferentes perspectivas de grupos culturais, manifestando-se nas lutas por acesso a melhorias de vida. Isso aponta para a busca pela satisfação das necessidades privatizadas e uma tomada de consciência das massas sobre o seu contexto socioeconômico. Por outro lado, o reconhecimento de posturas críticas dos subsistemas com identidades de projeto e

---

<sup>7</sup> Para Mitchell (2000), o termo e-topia sugere novas configurações entre informação, conhecimento, política e cidadania a partir da digitalização. “O “e”, de e-topia, remete-nos a uma “família” de tecnologias que podemos identificar pela junção da eletrônica, a digitalização e a telecomunicação. Indica assim um ponto imaginário de cruzamento entre variáveis simbólicas e materiais: a materialidade técnico-econômica que sustenta o digital, e a configuração simbólica, mas não menos atual, dos fluxos informacionais que transitam pelas redes eletrônicas e planetárias. Antes que um não-lugar, seria um “e-lugar” em direção ao qual se construiriam as infraestruturas digitais e eletrônicas em domínios específicos: e-comércio, e-ciência, e-conhecimento, e-governo, e-cidadania”. (GÓMEZ, 2017)

de resistência, por parte de grupos dominantes, influencia novamente na promoção de ações que despolitizam sujeitos, vinculando-os a funções determinadas. Assim, o sistema passa a ser composto por subsistemas de ações racionais dirigidas afins. É essa forma sutil de controle direcionada que caracteriza a ‘consciência tecnocrática’.

Uma apreensão sobre esse conflito entre a implantação da consciência e os mecanismos de resistências sociais implica em um entendimento das ideias e práticas que particularizam cada um dos subsistemas que compõem o (macro) sistema social. Esta cognição pode ser adquirida, entre outros aspectos, a partir de estudos sobre processos comunicacionais. Afinal, as sociedades capitalistas necessitam de mudanças contínuas e rápidas, edificadas a partir das informações sobre suas próprias práticas e de outros espaços, propondo uma multiplicidade de produtos e de significados.

Tais significados estão impressos nos valores monetários e sociais, nos modos comportamentais, nas manifestações estéticas, artísticas e religiosas, nas posições partidárias, nas lutas em prol dos direitos coletivos, dos usos e das reflexões sobre as transformações tecnológicas, e principalmente nas experiências compartilhadas. Assim, constituem-se códigos que delimitam a identidade através da qual, os grupos sociais, tornam-se reconhecidos enquanto produtores de culturas específicas.

Jameson (1997) aponta que a cultura deve ser pensada em termos de uma explosão, cuja expansão abrange todas as esferas do domínio social. Dos valores econômicos e das peripécias estatais às práticas e à própria estrutura da psique, tudo, na vida social, pode ser considerado como cultural. Barbero (2001) chama atenção para a necessidade de se aceitar uma pluralidade de culturas.

Para Canclini (2000) o entrelaçamento desses diferentes modos de vida fomenta hibridismos culturais, ratificando o caráter dinâmico da cultura. Logo, pode-se pensar a cultura como um constante processo de criação, transformação de conhecimentos e vivências e de reformulações do ambiente social. Por isso, as identidades culturais estão sempre em mutação.

O entendimento sobre esse processo pode permitir a identificação dos espaços enquanto ‘lugar’, ‘território’, ‘lar’... ‘nação’, cujos significados são apropriados pelas experiências coletivas. Ao se agruparem em organizações comunitárias, as pessoas desenvolvem um sentimento de pertença a uma identidade cultural através da qual

sentem-se representadas e motivadas a lutarem pelos propósitos tanto pessoais, quanto coletivos, formando a ambiência do grupo cultural.

As pessoas se socializam e interagem em seu ambiente local, seja ela a vila, a cidade, o subúrbio formando redes sociais entre seus vizinhos. Por outro lado, identidades locais entram em intersecção com outras fontes de significado e reconhecimento social, seguindo um padrão altamente diversificado que dá margem a interpretações alternativas (CASTELLS, 1999b, p. 79).

Essas interações e interpretações compõem as ações comunicativas, que se configuram a partir dos sentidos que o grupo emprega às informações que produz e recebe.

A comunicação simbólica entre esses seres humanos e o relacionamento entre esses e a natureza, como base na produção (e seu complemento, o consumo), experiência o poder, cristalizam-se ao longo da história em territórios específicos, e assim geram *culturas e identidades coletivas* (CASTELLS, 1999a, p. 33).

A compreensão desse processo interativo e da construção de sentidos decorrente colabora para o entendimento de códigos culturais, uma vez que a comunicação perpassa por todas as esferas da sociedade, promovendo o elo entre os seus membros e a propagação das alterações em sua dinâmica. E como as metamorfoses tecnológicas fomentam dinâmicas sociais, reitera-se que o meio social é um 'meio técnico' delimitado pelo poder econômico e pelos códigos culturais que o caracterizam. Nesse sentido, afirma-se que a cultura emerge nas entrelinhas da tecnologia. E a cultura turística é um reflexo desse processo, o que está discutido no capítulo a seguir.

### 3. De porto à cidade: potencialidades e complexidades do corpo social

Todo dia, / o sol da manhã vem e lhes desafia. / Traz do sonho pro mundo que já não o queria. / Palafitas, trapiches, farrapos, / filhos da mesma agonia. / E a cidade / que tem braços abertos no cartão postal, / com os punhos fechados pra vida real, / lhes nega oportunidades / mostra a face dura do mal. / Alagados *trenchtown*, favela da maré, / a esperança não vem do mar / nem das antenas de TV / A arte é de viver da fé. / Só não se sabe fé em quê! (VIANA, Herbert. **Alagados**. In: [http://paralamas-do-sucesso.cifras.art.br/cifra\\_2768.html](http://paralamas-do-sucesso.cifras.art.br/cifra_2768.html), Acesso em 20 de outubro de 2004).

Passam das sete horas da manhã. Reinicia-se a dinâmica cotidiana de Porto Seguro. Da sacada de um pequeno hotel, no centro da cidade, pode-se observar o abrir das lojas, lanchonetes, restaurantes, escritórios, a formação de filas, profissionais correndo para o trabalho, enquanto alguns transeuntes perambulam sem destino. Jovens e crianças caminham para a escola, a maioria, com celulares, ouvem músicas ou enviam mensagens em suas trajetórias. Há também turistas voltando de festas, alguns ainda embriagados; outros, com suas malas, indicam o movimento de chegada e/ou despedida.

Nesse amanhecer, enquanto condutores acordam a cidade com suas buzinas, garis varrem as ruas e ambulantes correm para montar seus equipamentos. Para além da observação, em caminhadas por logradouros e quarteirões do destino, no percorrer do dia, é possível identificar aspectos que apontam para problemáticas locais. Precária infraestrutura urbana, como falta de pavimentação e de sinalização de trânsito, falhos sistemas de iluminação e de segurança pública, além de divergências socioeconômicas explicitadas nas estruturas dos seus bairros, que separam, claramente, ricos e pobres.

Em meio ao imaginário turístico inaugurado pela Carta de Caminha<sup>8</sup>, que contextualiza o município como marco inicial do descobrimento, natureza exótica e permissividade, Porto Seguro tem uma rotina própria, com ciclo entre repouso e reinício, que permite a (re)invenção contínua do cotidiano, onde estão suas complexidades e potencialidades<sup>9</sup>. Nesse processo, estão segregações,

---

<sup>8</sup>Um estudo sobre este imaginário está no <https://ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite> com o título *Primeiro chão, primeira missa... o umbigo do mundo*.

<sup>9</sup>A metodologia desta investigação está no <https://ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite> com o título *Tecnologia, cultura e turismo: metodologia*.



preocupantes índices de vulnerabilidades sociais, como de violência e prostituição, além de conflitos sociais de toda ordem. Como sinalizado pela epígrafe, a cidade que tem imaginários turísticos difundidos por meios de comunicação apresenta seu lado maldito, gerando talvez para muitos poucas perspectivas em melhorias de vida.

Segundo Certeau (1999), a cidade corresponde à produção de um espaço próprio, realçando aspectos ambientais e comportamentais que comprometem a estrutura urbana, incluindo táticas de cidadãos que aproveitam ocasiões para reproduzirem opacidades da história. Com Ortiz (1994, p. 21), entende-se que “a categoria espaço é dessa forma ‘preenchida’ das mais diferentes maneiras; tudo depende do conjunto das forças sociais às quais ela se refere”, ou seja, tudo depende das práticas sociais onde estão elementos de representações da cultura. Nesse sentido, com base em Bourdieu (1998), reitera-se que os elementos que definem a cidade constituem-se como ‘representações mentais e objetais’, constituindo discursos performativos, nos quais aspectos históricos associam-se aos contemporâneos, apontando para identidades locais.

Mas, mais profundamente, a procura dos critérios objetivos de identidade regional ou étnica não deve fazer esquecer que na prática social, estes critérios (por exemplo, a língua, o dialecto ou o sotaque) são objeto de representações mentais, quer dizer, de actos de percepção e de apreciação, de conhecimento e de reconhecimento em que os agentes investem os seus interesses os seus pressupostos, de representações objectais, em coisas (emblemas, bandeiras, insígnias, etc.) ou em atos, estratégias interessadas de manipulação simbólica que têm em vista determinar a representação mental que os outros podem ter destas propriedades e dos seus portadores (BOURDIEU, 1998, p. 112).

Por sua vez, a formação do município de Porto Seguro é objeto ideal para ratificar a importância do desenvolvimento tecnológico junto à formação da cultura turística, observando representações mentais e objetais. Através de processos técnicos, é possível perceber a evolução do primeiro porto nacional à categoria de cidade, e, em seguida, tornar-se um dos mais importantes centros receptivos da Bahia e do país, assimilando já no início da década de 2000, o imaginário da cibercultura (discussão do quinto capítulo).

Conforme pontua Paraíso (1998), a organização do município, começa a partir de 1530<sup>10</sup> quando governantes metropolitanos instituíram a criação de núcleos populacionais ao longo do litoral, sob a responsabilidade e financiamento de particulares – Capitânicas Hereditárias. Embora não tenha sido suficiente para garantir o povoamento da vila, no sistema de capitânicas foram construídas casas, fortes, capelas, armazéns, ribeira das naus e forja, além de engenhos de açúcar, constituindo-se como representações objetivas da organização social que se iniciava (atual Cidade Alta). Também foram promovidas expedições de entradas e bandeiras em busca de metais preciosos. Com a distribuição das sesmarias, houve a ocupação espalhada para o Norte e o Sul, com a população dedicada à lavoura e à pesca – esta última era o mais importante meio de subsistência dos colonos.

O pau-brasil foi a principal mercadoria de exportação e, por ser uma exploração itinerante, não foi responsável pela criação de qualquer núcleo urbano regular e estável. Localizada longe dos centros desenvolvidos, desviadas das rotas da Índia ou do Rio da Prata, embora no trânsito, a capitania de Porto Seguro contava apenas com seus próprios recursos. Ainda, os constantes ataques indígenas e a falta de escravos dificultavam o desenvolvimento socioeconômico da vila. Esses fatores culminaram para que, do início do século XVII a meados do século XVIII, a capitania entrasse em crise, quadro que só vai melhorar com sua incorporação à Coroa.

A partir do século XIX, as ações que compunham a dinâmica do local passam a consolidar-se na Cidade Baixa. Ali se concentraram as atividades pesqueiras, armazéns e casas comerciais – em oposição à Cidade Alta, onde estavam os monumentos religiosos, as instituições administrativas e a moradia das classes mais abastadas. Durante este século, a pesca e a construção de embarcação ao lado do corte de madeira e da agricultura constituíram a base econômica da vila.

Muitos viajantes, em sua maioria contrabandistas de pedras preciosas, passaram por Porto Seguro e deixaram relatos de suas impressões sobre a cidade, constituindo representações mentais através das quais se pode perceber a dinâmica da época e um indicativo da vocação turística do local e da complexidade que o esperava. Esses relatos estão registrados na *Proposta de Delimitação das Áreas*

---

<sup>10</sup> Antes das Capitânicas Hereditárias várias medidas foram tomadas para evitar tal invasão, mas todas fracassaram. Assim como em outras localidades do território brasileiro sob domínio português, foi feito o envio de armas para o policiamento das costas litorâneas e a tentativa de evitar a presença de navios que estabeleciam comércio clandestino com a população.

*Tombadas dos Municípios de Porto Seguro e Santa Cruz Cabrália* elaboradas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (Iphan).

Em 1802, o inglês Thomas Lindley, preso como contrabandista de pau-brasil, ouro e diamante, relata a situação de pobreza de Porto Seguro, mas observa que existiam barcos que pescavam garoupas em abrolhos, salgando-as e enviando-as para Salvador:

As ruas são simplesmente largas, retas, mas dispostas de maneira irregular. As casas têm geralmente um só pavimento, são baixas e mal construídas de tijolo moles (abobes), pintadas com barro e recobertas de argamassa. Todas têm aspecto sujo e miserável. Próxima da orla marinha, ergue-se uma série de casas de pescadores, sombreadas de ondulantes palmeiras à frente, tendo cada uma seu laranjal ao lado. Atrás dessas chapanas surge a vegetação baixa.

Outros registros não apenas confirmam esta informação, mas também apresentam descrições sobre a Cidade Alta. Em 1888, o forasteiro Durval Vieira de Aguiar descreve a vila de Porto Seguro da seguinte forma:

Dois compridos amuados quase em seguida, pela margem do rio, e de um terceiro, onde se acha a velha Matriz e o estragado, porém bem construído e assobradado edifício da Câmara, no alto da montanha, que é circulada em baixo pela povoação; de forma que substituindo-se pela parte do mar, pode-se descer pelo lado oposto, e subir-se na rua de Pacatá, onde está o melhor comércio. A morada do alto é excelente pela beleza da vista e bons ares; porém na parte baixa, onde '*aliaz*' reside a maioria da população, é humilde e às vezes doentia.

No final do século XIX, a vila é elevada à condição de cidade de Porto Seguro. Mas, somente a partir do século XX, tem início seu processo de estratificação espacial, base da atual organização urbana. A Cidade Baixa torna-se centro de habitação dos comerciantes, que começam a concentrar a pouca renda gerada no local; ficando a Cidade Alta para funcionários públicos e famílias economicamente favorecidas.

Nas primeiras décadas do século XX, a população de Porto Seguro encontrava-se em condições precárias de sobrevivência, com sobrados arriscando desabar, falta de querosene utilizado na iluminação, entre outros fatos que implicavam no esvaziamento do tecido urbano. Em meio a essa complexidade,

representações mentais e objetais imbricam-se umas às outras produzindo sentidos ao local.

Somente a partir da segunda metade do século passado, inicia-se o processo de movimentação social responsável pelo fomento à cultura turística, que irá promover o crescimento econômico do município. Tal movimentação inicia-se a partir de 1954, com as obras de construção da BR 101, que, possibilitando a ampliação do fluxo de pessoas, bens e informações, faz emergir uma nova fase na história do primeiro porto. Antes da construção da estrada, a dinâmica local era fomentada basicamente por ambulantes, trabalhadores rurais e pescadores que, em sua maioria, praticavam a cultura de subsistência.

Portanto, a construção da estrada caracteriza-se como fenômeno de tendência para o desenvolvimento socioeconômico local, que por sua vez irá fomentar a cultura turística, o fenômeno de fato. Afinal, a facilidade de deslocamento associada às características históricas, urbanas e à natureza do município possibilitaram a ampliação dos fluxos de pessoas, capitais, informações e tecnologias.

Em 1973, o Ministério das Comunicações, gerido por Mário Andreazza, reconhece o potencial atrativo de Porto Seguro e institui uma campanha de divulgação do município como um dos principais polos receptivos do país. Evidencia-se a beleza natural e a riqueza da sua história, instituída como 'berço da civilização brasileira', campanha que oficializa o imaginário turístico local a partir da Carta de Caminha.

O município passa a desenvolver-se economicamente e torna-se um importante centro receptivo estadual e nacional, fomentando a dinâmica atual. Ressalta-se que esses elementos de representações mentais e objetais indicados aqui apontam para a construção de uma realidade do município. Esta realidade construída caracteriza-se por ser um discurso performativo que, justamente por conter representações mentais e objetais, colaboram para processos de transformações do lugar e suas adequações à contemporaneidade, materializando a relação entre práticas cotidianas e movimentos históricos em uma dinâmica específica; no caso, em uma cultura turística.

Assim, no período de 1990 a 2000, Porto Seguro passa por profundas transformações socioeconômicas que, inclusive, possibilitam contextualizar o que Beyers (1996) classifica como Nova Economia. No entanto, observa-se que por um

lado, há melhorias na infraestrutura urbana e nas condições de vida da população; por outro, crescem conflitos de toda ordem decorrentes de diferentes interesses dos grupos que compõem a dinâmica local.

O Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável na Costa do Descobrimento (PDITS-CD, 2001), elaborado pela Prodetur<sup>11</sup> e pela Bahiatursa<sup>12</sup>, na década de 1990, aponta para um crescimento relativo de 78,1% na geração de empregos diretos e indiretos na Costa do Descobrimento. A maioria dessas oportunidades de trabalho estava concentrada no município de Porto Seguro, que reunia 73,6% dos estabelecimentos comerciais e de serviços da região.

Na década de 1990, o município obteve resultados positivos com relação à circulação de capital e à sua estruturação urbana. Conforme o PDITS-CD (2001), Porto Seguro apresentou, no período, o 17º (décimo sétimo) maior Índice de Desenvolvimento Econômico do Estado (a Bahia possui 417 municípios), sendo o 22º município com o maior Produto Interno Bruto (PIB). Esses resultados praticamente se devem a investimentos realizados no âmbito da cultura turística, como investimentos em meios de hospedagem, em restaurantes e em parques temáticos e demais empresas de entretenimento.

De 1994 a 2000, o número dos meios de hospedagem (pousadas e hotéis dos tipos A, B e C e aqueles não enquadrados na categorização)<sup>13</sup>, passou do total de 354 para 502, ampliando de 14.540 para 31.438 o número de leitos no município, e de 4.635 para 10.204 o total de unidades habitacionais. A cidade concentrava os maiores números de bares e restaurantes da região, de prestadores de serviços de entretenimento, considerando parques temáticos, boates, cabanas, museus, além da preservação de edificações históricas. Já havia no município, o maior número de agências de viagem da região, centro de convenções, aeroporto internacional, seis agências bancárias (Banco do Brasil, Bradesco, Caixa Econômica Federal, Itaú, HSBC e Real) que atendiam a toda Costa do Descobrimento.

---

<sup>11</sup> Programa Nacional de Desenvolvimento do Turismo - <http://www.turismo.gov.br/programas/5066-prodetur.html/>.

<sup>12</sup> Superintendência de fomento ao Turismo do Estado da Bahia - <http://www.bahiatursa.ba.gov.br/>.

<sup>13</sup> Os meios de hospedagem distribuídos nos tipos A e B, segundo a Bahiatursa, são aqueles que oferecem maiores opções de instalação e equipamentos para o conforto do hóspede (restaurantes, bar piscina estacionamento...). Os considerados tipo C e não enquadrados, oferecem o mínimo de instalações.

Essa observância da continuidade histórica de Porto Seguro permite refletir sobre uma concepção de cidade turística. Ao considerar a dinâmica socioeconômica ao longo do tempo e os diferentes períodos tecnológicos do município, percebe-se a cidade como um sistema concebido pela busca da qualidade de vida. Porto Seguro foi tomando sua forma atual à medida que se foram definindo funções e especificando atribuições e valores a partir do desenvolvimento de tecnologias aplicadas na construção da sua estrutura física (prédios, monumentos, estradas) e na produção econômica (agricultura, pesca, turismo).

As metamorfoses tecnológicas de Porto Seguro foram permitindo a emergência de práticas sociais peculiares e concepções da população local e flutuante sobre a identidade cultural que se compunha. Por esse processo, pode-se estabelecer a significância do município frente à região, ao Estado e ao país, o que permite os seus fluxos de capitais, pessoas, tecnologias e informações.

Como propõe Lemos (2001), entende-se que a cidade corresponde a produções do homem para a construção da vida em comum, incluindo potencialidades e complexidades. Nesse contexto, entende-se a cidade como um sistema integrado cujos elementos interagem para a formação de um composto com identidades e significados próprios, que podem ser compreendidos para além de suas fronteiras, a partir da identificação e reconhecimento dos seus elementos. É nas entrelinhas dessa efervescência tecnológica e de produção de sentidos que emerge a cultura.

Nas entrelinhas da aplicabilidade técnica na construção e transformações de Porto Seguro foram se misturando história, política, economia, imaginários, hábitos, costumes e também vícios populares, permitindo a delimitação de funções da cidade. Com o tempo, o primeiro porto do Brasil foi tornando-se local de encantamento, entretenimento, praticidade e conhecimento; aspectos responsáveis pela atração de pessoas. Algumas apenas queriam (querem) desfrutar das maravilhas do lugar, já outras percebiam (percebem) a possibilidade de negócios. Esse movimento de contemplação e empreendedorismo fomentou a organicidade de Porto Seguro, constituindo uma cultura específica – a cultura turística.

É essa constância de fluxos sociais, econômicos, tecnológicos, informacionais e de pessoas que faz do turismo uma cultura virtual. Aliás, reitera-se que o turismo só existe na virtualização, porque depende de atualizações contínuas. Assim,

propõe-se a cidade turística como uma unidade formada pela interação de aspectos tecnológicos, políticos, econômicos, sociais, históricos, naturais, étnicos, éticos e comunicacionais que delimitam práticas locais e relações com o exterior, sendo ao mesmo tempo espaço de contemplação e de praticidades. Portanto, com base em Lynch (1997), propõe-se que a identidade da cidade turística envolve três aspectos essenciais – cósmico, prático e orgânico – cuja compreensão é importante à sua organização e planejamento.

O cósmico envolve imaginários produzidos sobre o lugar, considerando a estruturação dos seus traçados e aspectos ambientais que funcionam como representações simbólicas, através das quais são possíveis percepções sobre o 'senso do local'. De acordo com imaginário instituído sobre Porto Seguro, o imaginário de Caminha, o aspecto cósmico propõe diversas práticas turísticas a exemplo do usufruto da natureza, considerando peculiaridades ambientais; e do ócio criativo, a partir da preservação do patrimônio material na Cidade Alta, no Quadrado, em Trancoso, nas tribos indígenas e na Passarela do Álcool e em diversos outros espaços da cidade.

Destacam-se ainda possibilidades de realizações de eventos acadêmicos, empresariais, artísticos, musicais e festivos. O aspecto cósmico compreende a área de sedução da cidade, oferecendo possibilidades de prazer ao turista e a residentes. O outro aspecto – o prático – vai compreender os espaços habitados, onde são desenvolvidas as relações comerciais e a dinâmica local. Nesse caso, evidencia-se o desenvolvimento material voltado para a consumação e a circulação do capital. Assim sendo, aponta-se que a dinâmica do centro da cidade e toda a movimentação e especulação em torno da cultura turística, inclusive no ciberespaço da internet, permitem a percepção do aspecto prático de Porto Seguro.

Portanto, além da própria dinâmica local, passeios, traslados, hospedagens, alimentação, ingressos, compras, entre outros serviços que compõem a cultura turística evidenciam o caráter prático da cidade, que se potencializa continuamente com as inovações tecnológicas. Afinal, a lógica econômica neoliberal contemporânea propõe a oferta ao consumidor da maior gama de produtos e serviços disponibilizados nas mais possíveis formas de pagamento, de modo a ampliar constantemente o fluxo de capitais no local.

E o município opera segundo critérios dessa Nova Economia, considerando o gerenciamento de informações direcionadas a seus segmentos, a partir da projeção de empresas turísticas no ciberespaço, além da utilização de outras Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) como cartões de crédito, cheques eletrônicos, pagamentos *online*. Essas especializações são importantes para garantir o fluxo de informações entre residentes, empresários e turistas fomentando a praticidade do lugar, já que essas 'informações mercantis', como denomina Beyers (1996), antecipam e potencializam a relação entre o turista e a cidade.

Por admitir aspecto cósmico, a cidade turística se comporta como espaço de lugar<sup>14</sup>, afinal tal característica é responsável pela produção da atmosfera que atrai pessoas, capitais e informações. No entanto, é principalmente espaço de fluxos<sup>15</sup>, uma vez que a cidade tem dinâmica e complexidade próprias, que ultrapassam as características delimitadas pelos imaginários institucionais, fomentando seu aspecto prático, no qual anfitriões e visitantes, na busca dos prazeres, geralmente se deparam com suas angústias.

Portanto, a cidade turística é um composto orgânico associando aspectos cósmico e prático de forma simbiótica, evidenciando pulsações vitais, nas quais estão os sentidos do urbano, prazeres e angústias dos cidadãos. O aspecto orgânico corresponde à mola propulsora que torna a cidade peculiar e permite a totalidade de ações que compõem a sua dinâmica e, em consequência, suas identidades culturais. Desse modo, a cidade está sempre em atualização, admitindo novas práticas sociais, novas potencialidades e novas complexidades.

As possibilidades de melhorias da qualidade de vida promovidas pelo turismo foram responsáveis pelo rápido crescimento demográfico do município na década de 1990. A população aumentou em 47%, atingindo, no ano 2000, um total de 95.665 habitantes, dos quais 83,1% concentraram-se na área urbana, constatando-se a

---

<sup>14</sup> Espaço de lugares fica entendido em Castells (1999a) pela interdependência das formas, das funções e dos significados dos locais dentro das fronteiras da contiguidade física, podendo claramente ser identificável tanto na aparência quanto no conteúdo. Ou seja, os espaços de lugares são locais que apresentam uma atmosfera peculiar identificada pelo seu *fluid locations*.

<sup>15</sup> Para Castells (1999a), o espaço de fluxos refere-se à organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de sequências intencionais, repetitivas, programáveis de intercâmbio e interação entre posição fisicamente desarticuladas, mantidas por atores sociais nas estruturas econômicas, política e simbólica da sociedade. A dominação estrutural dessa lógica provoca alterações no significado e na dinâmica dos lugares.



predominância de jovens com idade abaixo de 35 anos<sup>16</sup>. Este fato deveu-se também à migração da população rural em função da decadência da agricultura, na década de 1980, principalmente, da lavoura cacaueteira das regiões do Extremo Sul e Sul da Bahia.

Com esse movimento migratório, houve um constante aumento do número de bairros e comunidades no município, muitas caracterizando processos de favelização. De acordo com o então coordenador do setor de cadastramento da prefeitura municipal, José Emanuel Simões, a sede do município compreendia, até 2004, 31 (trinta e um) bairros dos quais oito correspondiam à classe média média; nove à classe média baixa; sete constituíam a classe baixa. Seis bairros podiam ser classificados como classe média alta.

Como apontou o então presidente do Conselho Regional de Turismo da Costa do Descobrimento, Laércio Gomes da Silva, esse movimento migratório em direção à cidade de Porto Seguro, geralmente, em busca de emprego e de melhores condições de vida, desencadeou uma série de fatores que tornaram a organização social cada vez mais complexa e carente de medidas públicas voltadas para a amenização das suas problemáticas.

Com a fama de que Porto Seguro era um Eldorado, as pessoas começaram a vir para cá, principalmente pessoas de baixa renda. Com a administração criminosa de ex-prefeitos de quatro em quatro anos, nascem sub cidades em Porto Seguro. Nós temos um crescimento médio maior de 10% ao ano, um dos maiores do Brasil. Veja que nós não temos emprego para isso, devido a sazonalidade da nossa economia. Nós não apostamos na indústria. Como falam 'os verdes' a indústria vai poluir, eles não acreditam em indústrias não poluentes. Como Ilhéus fez. Nessa parte, Ilhéus deu uns passos, com o campo de informática. Mas errou porque começou a comprar produtos prontos e virou só carcaça, como é na Zona Franca de Manaus. Se ela apostasse nas indústrias de informática e incentivasse indústrias de *software* e *hardware*, ela ganhava dinheiro, ali se planejava, ali se produzia... mas mesmo assim conseguiu bastante emprego. Não é como aqui que só é turismo, turismo, turismo. A padaria, o mercado, a lavanderia, tudo esperando pelo setor. Então inchou a cidade, mas houve benefícios para a população? Todo esse inchaço causa um grave problema para o setor turístico e para a população nativa. Essa especulação em torno do turismo não melhora em nada a vida do pequeno empresário (SILVA, Laércio Gomes. Presidente do Conselho Regional de Turismo da Costa do Descobrimento Em entrevista na segunda etapa da pesquisa de campo, 2004).

---

<sup>16</sup>Dados constatados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE

O inchaço populacional trouxe problemáticas como favelizações, pressões nos serviços de saneamento, aumento do consumo de água e de energia, acentuados nos períodos de alta temporada, entre outros. Ainda, o PDITS-CD (2001) indicava que os centros médicos e hospitalares não eram suficientes para atender à demanda populacional muito menos à turística (dois Centros de Saúde, 10 Postos de Saúde, apenas um hospital conveniado ao SUS e um total de 15 leitos contratados).

Também se constatou que o número de unidades escolares não atendia à demanda crescente da população. De acordo com o disposto no *site*<sup>17</sup> da Secretaria de Educação do Estado da Bahia, até o ano de 2004, o município, agrupava 106 unidades educacionais para o ensino fundamental (quatro particulares, três estaduais e 99 escolas da rede municipal) e apenas oito escolas do ensino médio<sup>18</sup> (seis estaduais e duas da rede privada). Esse reduzido número de unidades educacionais dificultava a conclusão do ensino médio e o ingresso dos jovens no ensino superior, embora já houvesse universidades privadas nos municípios de Santa Cruz Cabrália e de Eunápolis, onde também havia um *campus* da Universidade Estadual da Bahia (UNEB).

Além disso, Laércio Silva apontou que a falta de orientações sobre turismo nas escolas gerava profissionais sem a devida qualificação. “Somos uma cidade turística e não temos turismo nas escolas públicas. Noções de turismo, de cidadania... não temos”, relata o presidente. As poucas possibilidades de educação e qualificação profissional, o reduzido número de unidades de saúde, processos de favelização, problemáticas na administração pública, associado ao crescimento econômico desordenado, os diversos conflitos identitários, contribuiu, no final da década de 1990, para a classificação do município como o 165º (centésimo sexagésimo quinto) em Índice de Desenvolvimento Social (IDS) da Bahia.

Essa categorização do IDS pode ser ilustrada, no ano de 2004, através do confronto entre estruturas organizacionais dos bairros do Baianão, o mais popular do município, e o Paraíso Pataxós (classe média alta). Como base em *De Certeau* (1999), considera-se que o bairro corresponde a um território da cidade que tem

---

<sup>17</sup> [www.sec.ba.gov.br](http://www.sec.ba.gov.br)

<sup>18</sup> Segundo informações da assessoria de comunicação da Secretaria de Educação do Governo do Estado da Bahia, atualmente (2017) há oito escolas estaduais que oferecem o ensino médio, e há um projeto de equipá-las com rede wi-fi até o final deste ano de 2017.

ritmo próprio, cuja complexidade está associada às ações cotidianas dos cidadãos que o habitam e a suas relações com a própria cidade. Estas unidades sociais permitem a percepção de códigos e situações de diferentes grupos culturais, que fomentam a dinâmica urbana, comunicando divergências organizacionais.

O Paraíso Pataxós é situado no litoral Norte, em frente à praia de Taperapuan. É um local privilegiado. Ruas pavimentadas, sinalização de trânsito adequada, boa iluminação, coletores de lixo disponíveis, alguns das próprias residências, são, entre outros, fatores que contribuem para a sua melhor organização. O bairro é eminentemente residencial, ficando suas ruas quase sempre limpas e tranquilas. Os moradores são em sua maioria empresários oriundos de outras regiões do Brasil ou de outros países.

Já no Baianão<sup>19</sup>, comércio e moradia misturava-se, indicando sua dinâmica. Afastado do centro da cidade, o bairro tornou-se povoado, em sua maioria, por porto-segurense e famílias oriundas de municípios circunvizinhos (principalmente, aqueles que migraram a partir da década de 1980). Em geral, essa população constituía (e constitui) a mão de obra barata para empresários do turismo, fomentavam o comércio informal, prestavam serviços de manutenção ou tocavam pequenos negócios na própria comunidade. Embora contasse com ruas pavimentadas, grande parte das vias não eram urbanizadas, em 2004, denunciando a situação de isolamento e abandono pelos poderes públicos.

No entanto, observa-se que essas potencialidades econômicas e complexidades sociais situam Porto Seguro no âmbito global das cidades capitalistas, considerando as relações socioeconômicas nos países em desenvolvimento. Verifica-se a reprodução da consciência tecnocrática, culminando no exercício dos controles. Afinal, divergências socioeconômicas caracterizam a racionalização típica do processo de reprodução do capital, na qual a circulação dos lucros privilegia grupos dominantes em detrimento de oportunidades e de serviços básicos para a maioria da população. Nesse contexto, estão processos de integração perversa, superexploração, exclusão social e individualização do trabalho.

---

<sup>19</sup> A denominação Baianão propõe uma identificação do perfil socioeconômico de autóctones e de baianos que migraram para Porto Seguro em busca trabalho, essencialmente no setor turístico, e que geralmente atuam como mão de obra barata em empresas de estrangeiros.

Esses conflitos promovem a redefinição de comportamentos culturais, culminando na formação de blocos econômicos e sociais que definem representatividades locais. Em Porto Seguro, associações de moradores e de profissionais do turismo, sindicatos de trabalhadores e lutas por direitos iguais fomentam, desde a década de 2000, uma dinâmica social, na qual se observa uma população atenta às exigências da atualidade, criando identidades de resistência e de projeto. Por sua vez, a implantação de cursos de idiomas, de informática, de universidades privadas e de centros de qualificação profissional no município, aponta para demandas da população por especializações e capacitações profissionais. A questão é que na maioria das vezes esses serviços são muito caros.

Isso indica também que mesmo com a densa complexidade social, o imaginário turístico sobre Porto Seguro gera expectativas positivas na população<sup>20</sup>, já que é o principal responsável pela atração de empresários para o município e para toda a Costa do Descobrimento. No entanto, tem despertado residentes para o enfretamento conjunto das perplexidades do capitalismo.

[...] as cidades globais que emergem nesse contexto da globalização são cidades providas de infraestrutura tecnológica, de transporte, de lazer, etc. e que passam a desempenhar um duplo papel: o de metrópole cosmopolita, pertencente a um seletivo grupo de cidades integradas e interligadas tecnológica, econômica e financeiramente (cidades globais), e o de metrópole de caráter ainda nacional que podem ser referência política, econômica ou cultural, ou todas elas ao mesmo, como é o caso de algumas capitais (ROEDEL, 1999, p. 111).

Porto Seguro é cidade global da Costa do Descobrimento não apenas por ser referência em crescimento econômico, mas também pela afirmação de um cosmopolitismo. O patrimônio cultural local tornou-se patrimônio comum para região e Estado, potencializando a cultura turística. O crescimento do índice de visitação turística durante a década de 1990 e a migração de pessoas para o município em busca de novas possibilidades de vida são indicadores dessa perspectiva.

---

<sup>20</sup> Essa inferência resulta de entrevista realizada com universitários e estudantes do ensino médio do município de Porto Seguro bem como com índios Pataxós. As entrevistas estão disponíveis no [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/), com os títulos 'Perspectivas de jovens porto-segurenses sobre turismo e cibercultura' e 'Por que não uma *'aldeia global'* no ciberespaço?'; respectivamente.

Portanto, pode-se dizer que a tentativa de Porto Seguro em construir um desenvolvimento socioeconômico se torna fator preponderante para o fomento à cultura turística, o que se começa a se concretizar a partir da década de 1950, a partir da implementação de tecnologias de transportes e de comunicações. A complexidade dessa conjuntura perpassa por diversos aspectos como relações políticas, história, natureza, crise econômica regional, sistemas administrativos e a vida cotidiana. Esse cenário reitera que a dinâmica turística do município foi instituída a partir de uma ‘consciência *high tech* positivamente imperante’, que por sua vez, representa o espírito de tempo de todo o século XX.

Em termos mundiais, tal consciência, a partir da década de 1970, toma caráter ubíquo, sendo incisiva para a edificação e consolidação de sociedades influenciadas por tecnologias cibernéticas. O desenvolvimento tecnocientífico associado a instituições, empresas e à mão de obra qualificada proporcionou o surgimento da Revolução Digital ou, como denomina Castells (1999a), Revolução da Tecnologia da Informação ou Revolução da Informação, formando a Sociedade da Informação e a Era do Conhecimento.

Desde o final do século passado, essa revolução tem transformado a cultura material em mecanismos de um novo paradigma tecnológico, fomentando uma nova forma cultural – a cibercultura – manifesta, de algum modo, em todas as áreas de atuação humana, acelerando trocas entre grupos e os situando em uma dimensão global, formando uma nova realidade extremamente abrangente e complexa.

Mais uma vez, no final do século XX, o mundo se dá conta de que a história não se repete no fluxo da continuidade, das sequências e recorrências, mas que envolve também tensões, rupturas e terremotos. Tanto é assim que permanece no ar a impressão de que terminou uma época, terminou estrondosamente toda uma época; e começou outra não só diferente, mas muito diferente, surpreendente. Agora são muitos os que são obrigados a reconhecer que está em curso um intenso processo de globalização das coisas, gentes e ideias (IANNI, 1999 p. 10).

É, portanto, mais uma perspectiva de novidade, de mudanças e de tentativa de rupturas com o passado repressor que caracteriza as sociedades a partir das últimas décadas do século XX. A humanidade mais uma vez se depara com novas possibilidades e ressurgem indagações sobre a atuação humana, desta vez, pensada em uma ambiência planetária. Entram em negociação valores locais e

globais, redimensionando esferas da vida, desde realizações mais banais do cotidiano até complexas relações políticas e econômicas entre nações.

Consideram-se, nesse sentido, redefinições da cultura turística a partir da adequação de tecnologias digitais aos lugares, bem como a partir de novas práticas interativas e novas formas de prazer, que associam tecnologia e subversão. Esse é o ambiente em que se prolifera a cibercultura, a cultura contemporânea que, de acordo com Lemos (2002), corresponde a uma atitude influenciada pela contracultura americana que acena contra o poder tecnocrático, promovendo a democratização da informação. Temática discutida a seguir.

#### 4. Uma abordagem sobre cibercultura

[...] Acessando a internet você chaga ao coração da humanidade inteira sem tirar o pé do chão. Reza Pai Nosso em hebraico, filosofa em alemão, entende porque o Michael deu chilique na televisão. Kdi Vinil, quando é que tu vai gravar CD? São milhões de *megabits* afanando a solidão, com a graças de Bill Gates salve a globalização. Se o homem já foi a lua, vai pegar o sol com a mão. Basta comprar um PC e aprender o *abc* da informatização (BALEIRO, Z. **Kid Vinil**. In: [zeca-baleiro.lettras.terra.com.br/lettras/80229/](http://zeca-baleiro.lettras.terra.com.br/lettras/80229/) Acesso em 04 de janeiro de 2005).

A epígrafe, um fragmento de texto da canção *Kid Vinil*, oferece reflexões sobre mudanças operacionais e comportamentais propostas pela cibercultura. O texto aponta para práticas sociais possibilitadas pela digitalização ao mesmo tempo em que traz questionamentos por meio da metáfora que envolve Kid Vinil, um músico colecionador de discos de vinil, que se recusou a gravar CD. O compositor Zeca Baleiro convida seu público, por meio de sua música, a meditar sobre as novas formas de relacionamento humano, produção e recepção de conhecimentos e informações e de operacionalização das ações.

Será realmente necessária a substituição das antigas técnicas por novas? A quem interessa esse procedimento? O homem deve ser sempre dependente das inovações ou ele deve adaptá-las às suas necessidades e desejos? Que interferências as tecnologias digitais provocam nas culturas e como elas podem estabelecer suas identidades frente ao ininterrupto processo de globalização? Até que ponto esse processo contribui para a melhoria da vida humana? O que é cibercultura? Qual identidade turística forma-se com a cibercultura?

A partir de meados do século passado, começam a vigorar novas formas de pensar e agir, de impulsionar processos econômicos e políticos e de buscar interações humanas e a resolução de problemas sociais. Emergem novas maneiras de entender a sociedade e o indivíduo e de se questionarem as suas ações e inter-relações e, logicamente, de confronta-las. Formas estas de tal modo sinérgicas que estabelecem sínteses operacionais entre homem e máquina, desencadeando uma série de novos processamentos, ideias e conceituações acerca das próprias ações e dos espaços que as possibilitam.

A integração crescente entre mentes e máquinas, inclusive a máquina de DNA, está anulando o que Bruce Mazlish chama de 'a quarta descontinuidade' (aquela entre seres humanos e máquinas), alterando fundamentalmente o modo pelo qual nascemos, vivemos, aprendemos, trabalhamos, produzimos, consumimos, sonhamos, lutamos ou morremos. Com certeza, os contextos culturais/institucionais e a ação social intencional interagem de forma decisiva com o novo sistema tecnológico, mas esse sistema tem sua própria lógica embutida, caracterizada pela capacidade de transformar todas as informações em um sistema comum de informação, processando-as em velocidade e capacidade cada vez maiores e com custo cada vez mais reduzido em uma rede de recuperação e distribuição potencialmente ubíqua. (CASTELLS, 1999a, p. 51)

Na busca da definição e da superação do próprio tempo, o ser humano acaba por produzir um novo movimento de criação e de transformação do social, uma nova forma de cultura que resulta da aplicabilidade científica sobre o desenvolvimento da técnica, fomentando uma revolução operacional e comportamental, baseada na codificação da informação – a Revolução Digital. Uma nova conjuntura que propõe processos de reconfiguração, ressignificação, reconstrução das esferas sociais para adaptá-las ao presente, repensando maneiras de reconstruir e reescrever a vida em sua totalidade de aspectos. Porém, é preciso atentar que essa revolução pode despontar como ameaças para aqueles que não se encontram diretamente envolvidos nos processos de criação e de apropriação dos insumos digitais.

Para dizer a verdade, cada um de nós se encontra em maior ou menor grau nesse estado de desapossamento. A aceleração é tão forte e tão generalizada que até mesmo os mais 'ligados' encontram-se em graus diversos, ultrapassados pela mudança, já que ninguém pode participar ativamente da criação, das transformações, do conjunto de especialidades técnicas, nem mesmo, seguir essas transformações de perto (LÉVY, 1999, p. 28).

A Revolução Digital é o sistema de produção motivado pela cibernética, a ciência de controle e processamento de informações (DECHERT, 1970), desencadeando uma nova ordem global a partir de sistemas de telecomunicações digitais. Graham e Marvin (1996) anteciparam que este sistema difundir-se-ia rapidamente nas casas, locais de trabalho, ruas e instituições públicas. Como resultados desse movimento estão processos de convergências tecnológicas e culturais, como observa Jenkins (2009), e a rápida penetração de infraestruturas



digitais de processamento de informações em quase todas (ou todas) as esferas de atuação humana.

Como explica Lévy (1999), mensagens e informações que puderem ser medidas, estão sendo digitalizadas com precisão, alta velocidade e dissipada por diferentes plataformas. Para Lemos (2002, p. 111), mais que conversão do modo analógico ao digital, “o nascimento da microinformática (e da cibercultura) é fruto de movimentos sociais” caracterizando uma nova lógica em relação às tecnologias contemporâneas, atribuindo-lhes qualidades lúdicas, criativas e enriquecedoras. Essa conjuntura propõe novos significados para a produção tecnológica, contrapondo-se às imposições tecnocráticas, uma vez que os cidadãos conectados podem também produzir e distribuir conteúdos, compartilhar emoções, o que colabora para construções comunitárias e maior dissipação de informações.

A cibercultura oferece novas oportunidades para se pensar e construir o mundo, na qual segmentos culturais e humanitários podem associar-se. A partir de novos potenciais interativos, cidadãos se deparam com possibilidades de renegar e, portanto, abalar (e, quem sabe romper?) com princípios deterministas e reguladores que impuseram consciências tecnocráticas nos primórdios desse sistema tecnocientífico. Um vasto contingente de oportunidades configura a cibercultura como uma realidade sociotécnica e como um movimento social.

Nesse processo, o ser humano se torna capaz de criar e recriar sua própria ambiência e de interagir com os mais longínquos espaços do planeta, dinamizando ainda mais processos de globalização. A cibercultura está manifesta ao mesmo tempo e ‘em tempo real’ nos mais distintos e distantes locais do globo, sugerindo e permitindo a ampliação de horizontes sociais, através da reconfiguração e reedição de espaços e modelos políticos, econômicos, educacionais, enfatizando a produção e circulação de informações, que têm fundido categorias de usuários e de criadores.

Segue-se uma relação muito próxima entre os processos sociais de criação e manipulação de símbolos (a cultura da sociedade) e a capacidade de produzir e distribuir bens e serviços (as forças produtivas). Pela primeira vez na história, a mente humana é uma força direta de produção, não apenas um elemento decisivo no sistema produtivo (CASTELLS, 1999a, p. 51).

Trata-se, segundo Mitchell (2000), de um movimento contínuo no qual usuários partem do estágio de lidar com comandos virtuais do *desktop*, baseados em

metáforas icônicas do uso de objetos reais, para incorporar a lógica digital aos próprios objetos, expressando noções de interface e ambiente de respostas que estão gerando relações simbióticas entre ser humano e computador. Como exemplo, tem-se o modelo de pesquisa desenvolvido pelo *Massachusetts Institute of Technology* (MIT) sob o nome genérico '*Things That Think*' – coisas que pensam.

A partir desse modelo, o autor interpreta o *software* como o elemento fundamental desse processo de reconfiguração dos espaços e da atuação humana, tornando-se o pressuposto central da incorporação da lógica da programação aos lugares, objetos e ações do cotidiano, edificando ações computacionais. Essa conjugação de *software* e *hardware* nas atividades diárias, estão transformando, adaptando e modificando a dinâmica dos sistemas culturais.

Transeuntes das ruas e avenidas das metrópoles ou dos pequenos centros podem perceber e vivenciar essa conjugação. A tecnologia incorporada através de sensores ópticos, códigos de barra e QR, leitores de impressões digitais, sistemas de reconhecimento de faces, GPS, dispositivos acústicos, eletromagnéticos, cartões de acesso e de créditos, caixas eletrônicos, telefonia celular, mídias locativas, internet, redes sociais, dispositivos de aplicativos móveis... sinaliza a convergência do local à conjuntura cibernética, caracterizando a aplicabilidade da Teoria da Informação, que busca a redução dos erros e aceleração dos processos.

Essa atual estrutura com base em tecnologias programáveis interfere nas relações de tempo e espaço com a dinâmica das localidades que passam a ter as redes informacionais como mais um fator condicionante de sua funcionalidade. Assim como redes de água, esgoto e eletricidade trouxeram novidades para o cerne social, proporcionando melhorias na infraestrutura e qualidade de vida nos centros urbanizados, a cibercultura tem proporcionado novos modos de vida, desenvolvendo a concepção de uma sociedade digital focada no desenvolvimento do que Mitchell (2000) denomina '*computers for living in*' – computadores para a vida.

De eletrodomésticos às vestimentas e acessórios pessoais, tudo se insere na lógica de que podem se tornar utensílios capazes de, alguma forma, transportar, transmitir, gerenciar e apresentar dados, transformando e ampliando as fronteiras das sociedades. Fomentando o cenário da cibercultura, observam-se eventos e ações sociais que difundem o imaginário *cyberpunk*. Para Lemos (2001), o *cyberpunk* é um reflexo da cultura contemporânea que se caracteriza por ser um

mistura de estilos, utilizando-se da sátira e de outras formas literárias, como o horror e o fantástico, para, ao mesmo tempo, negar os fatores agressivos e repressivos e afirmar a luta contra a tecnocracia. Como representações mentais e objetais do *cyberpunk*, estão as *raves* (festas alucinantes e liberadas), a ciber-moda tribal e presenteísta, repleta de materiais sintéticos, *piercings* e *tattoos*, que proclamam novos padrões estéticos, os *cyborgs* protéticos e interpretativos, os *net cyborgs*<sup>21</sup>, o hipercorpo<sup>22</sup>, além da ciberarte (futurista e funcional).

Tudo isso configura nova dinâmica às culturas contemporâneas. Ainda destacaram-se, no início deste século XXI, os *cybercafés* (cafeterias que promovem agregação a partir das redes telemáticas) e as *Lan Houses* (locais de jogos eletrônicos). Também projeções da arquitetura voltadas para adaptar tecnologias aos locais, a popularização de áreas de internet *wi-fi*<sup>23</sup>, públicas e/ou privadas, além de infinitos modos comportamentais e criativos que repercutem na estrutura dos sistemas sociais, evidenciam suas potencialidades e complexidades.

A cibercultura vai, pouco a pouco, redefinindo nossa prática de espaço e do tempo, particularmente no que se refere ao novo nomadismo tecnológico e às fronteiras entre o espaço público e o espaço privado. Com os telefones celulares, os fax, os computadores portáteis, modem e satélites, estamos em casa o tempo todo. Como disse Barlow num evento multimídia em Amsterdã, 'minha casa é meu *e-mail*'. O espaço privado se imbrica no espaço público e vice-versa, numa verdadeira publicização do privado e de privatização do público (LEMOS, 2002, p. 128).

Conforme observa Lévy (1996b), pode-se dizer que esses conflitos espaciais caracterizam a virtualização do espaço e das ações. Esse processo se inicia quando entidades (ideias, pessoas, ações, lugares, grupos culturais...) penetram em uma atmosfera de mutação da identidade, passando do campo ontológico para um campo problemático, onde se desprendem de suas bases estruturais, ficando

---

<sup>21</sup> Em Lemos (2002) *cyborg protético* é uma pessoa, cujo funcionamento fisiológico, é ajudado por aparelhos eletrônicos. O interpretativo constitui-se pela influência dos meios de comunicação de massa e os *net cyborgs*, são os *cyborgs interpretativos* das redes, libertando-se da sociedade do espetáculo.

<sup>22</sup> Para Lévy (1996a) o *hipercorpo* constitui-se a partir do transplante de órgãos, criando uma grande circulação de órgãos entre os corpos humanos, o que corresponde à virtualização do corpo.

<sup>23</sup> Tecnologia para redes de internet sem fio.

disponíveis para a coletividade. Isso aponta para desterritorializações e mutações identitárias. No momento de mudanças, as entidades tornam-se virtuais.

Conforme Lévy (1999, p. 49) o virtual é “aquilo que existe apenas em potência e não em ato, o campo de forças e de problemas que tende a resolver-se em uma atualização. O virtual encontra-se antes da concretização efetiva ou formal”. Portanto, o processo de virtualização antecipa e põe em discussão fatos, ações e ideias, possibilitando o surgimento de várias interpretações.

E é justamente essa abrangência subversiva que vai situar a virtualização em um campo problemático. Assim sendo, através do processo de virtualização, tem-se a redefinição das práticas cotidianas e, conseqüentemente, alterações nas funções e nas estruturas dos locais. Como exemplo de estruturas contemporâneas virtualizadas, pode-se apontar a reconfiguração da residência (privado/interior) em um ambiente de trabalho (público/externo), fundindo os limites que separam (ou separavam) o ócio do negócio.

Outros protótipos são as máquinas inteligentes, que potencializam as relações sociais assíncronas<sup>24</sup> (intermediada pela máquina), que estimulam novas formas de relações face a face (síncronas), além de vários outros mecanismos fomentados por tecnologias de informação e por sua permeabilidade em todas as áreas de atuação humana. Nessa nova conjuntura, as comunidades, instituições, organizações e cidades têm a perspectiva de estenderem-se para o ciberespaço, um plano metafísico e insistentemente problemático.

De acordo com Lévy (1999, p. 92), corresponde a um “espaço de comunicação aberto pela interconexão mundial dos computadores e das memórias dos computadores”. Ou ainda pode-se pensá-lo como “um objeto comum, dinâmico, construído, ou pelo menos alimentado, por todos que o utilizam” (LÉVY, 1996a, p. 128), em que estão inclusos os sistemas de comunicação eletrônicos enquanto transmissores de informações provenientes de fontes digitais ou destinadas à digitalização.

---

<sup>24</sup> Não chega a ser uma novidade absoluta, afinal outras formas comunicativas como telefonemas e cartas nos habituou em uma comunicação interativa, recíproca, assíncrona e à distância. Contudo, apenas as particularidades técnicas do ciberespaço permitem que os membros de um grupo humano (que podem ser tantos quantos se quiser) se coordenem, se cooperem, alimentam e consultam uma memória comum, e isto quase em tempo real, apesar da distribuição geográfica e da diferença de horários (LÉVY, 1999, p. 49).

Conectado às redes, o homem perde a referência espacial e temporal. No ciberespaço, ele se depara com vários universos, rompendo barreiras do conhecimento e até mesmo desafiando a física newtoniana, ocupando, ao mesmo tempo, vários espaços em um só lugar. O ser humano mergulha no ambiente digital e se enquadra à virtualidade. O longe se tornou um lugar que não existe mais mesmo. As distâncias são superadas; as ações ocorrem em tempo rápido e sem medidas, projetados em uma realidade virtual. O espaço se fragmenta conforme necessidades humanas. Tudo isso repercute nas estruturas socioeconômicas nacionais, redefinindo comportamentos culturais.

A característica principal dessa revolução é a aplicabilidade de conhecimentos e informações em processos contínuos de realimentação cumulativa entre inovações e seus usos. Essa tessitura digital eclode na 'sociedade da velocidade' e das ações sinérgicas em que o hibridismo cultural e operacional tem desencadeado velozmente convergências entre culturas e contraculturas, manifestações étnicas, identitárias, éticas e estéticas, fomentando o tribalismo e diferentes formas de interação do humano com tecnologia e, a partir dela, várias experiências coletivas espontâneas.

Há um alastramento cultural tanto para além das fronteiras dos sistemas sociais como para os domínios regionais, municipais e domésticos, possibilitando a conexão entre os mais distantes locais do globo terrestre. Desse modo, entende-se que esse sistema digital constitui-se como uma nova forma de ligação entre os espaços, podendo ser distinguidos os componentes das relações intracidades e intercidades (Mitchell, 2000).

O sistema de comunicações digitais tem criado novas interdependências entre regiões dispersas, exigindo uma reformulação rápida de conceitos e valores locais para adaptá-los aos modos globais. Esse processo contribui para a flexibilização das identificações regionais em complexas 'identidades glocais' como resultado de uma negociação ou de uma familiarização (FEATHERSTONE, 1997) ou mesmo de um hibridismo entre as expressões culturais do local com as de outras regiões do globo, evidenciando novas práticas em seus limites geográficos.

Na medida em que as culturas tornam-se *glocais*, os seus elementos identitários vão tomando cada vez proporções mais complexas, principalmente

pensando-se em termos de cultura de consumo<sup>25</sup>. Nesse caso, não se pode ignorar ou simplesmente considerar distantes, estranhos ou exóticos, os novos signos, significados e ícones que proveem de outras culturas, uma vez que estes passam a compor a nova atmosfera do lugar.

Como sugere Featherstone (1997), para poder entender e se situar nesse novo contexto, cidadãos e instituições devem se acostumar com a flexibilidade e a capacidade de mudanças de códigos das práticas e experiências com que se deparam, afinal, elas constituem as novas identidades culturais, reunindo aspectos globais e locais. Essas identidades locais desenvolvem-se através de processos 'transculturais' que indicam formas de afirmação, recuperação, invenção ou reinvenções da identidade.

O transculturalismo é uma condição e um produto das migrações transnacionais, dos movimentos dos indivíduos, famílias, grupos, coletividades, sempre envolvendo diferentes etnias e distintos elementos culturais. Ao mesmo tempo em que se formam bolsões, enclaves ou guetos, também se multiplicam os contatos, intercâmbios, mesclas, hibridações, mestiçagens ou transculturações. Criam-se novos contextos socioculturais, outras possibilidades de produção material e espiritual, contextos esses nos quais se multiplicam diversidades, desigualdades, intolerâncias, tensões, xenofobias, etnicismos e racismos (IANNI, 1999, p. 202).

Todas as formas de produção social e econômica, tanto a produção material quanto a espiritual bem como as empatias e antipatias entre grupos culturais fomentam esse processo de 'glocalização'. Ao mesmo tempo em que sistemas culturais alargam suas fronteiras, tornando-se cosmopolitas, reestruturam-se no âmbito interno, criando também novos horizontes e novas possibilidades em termos de localismo, (re)configurando, desse modo, as relações intracidades, através da edificação dos Pontos de Presença (POP), conforme considera Mitchell (2000), ou *Digital Places* (HORAN, 2000), que são espaços de conexões entre tecnologias e ser humano.

A principal característica desses locais é que podem funcionar como *ágoras* culturais, na qual membros de uma mesma comunidade adquirem mais uma

---

<sup>25</sup> O termo cultura de consumo não apenas assinala a produção e o relevo cada vez maiores dos bens enquanto mercadoria, mas também o modo pelo qual a maioria das atividades culturais e das práticas significativas passa a ser mediada através do consumo (FEATHERSTONE, 1997, p. 109).

oportunidade de interação. Foram realizadas no início deste século XXI diversas experiências nesse sentido: o ‘Espaços Internet Aveiro Digital’<sup>26</sup>, da cidade de Aveiro, em Portugal, e centros nacionais como Porto Alegre/RS, nos ‘Telecentros’<sup>27</sup>, e no projeto intitulado, ‘Porto Digital’<sup>28</sup>, na capital pernambucana, e em vários outros empreendimentos privados como os *cybercafés* e *Lan Houses*. Atualmente áreas *wi-fi*, públicas ou privadas, e tecnologias de internet móvel, potencializam estas conexões.

Contudo, essa conjunção físico-virtual deve ser realizada após reflexões sobre a melhor forma de integrar tecnologias aos lugares. Devem-se preocupar com estéticas, funções, necessidades e desejos dos cidadãos, considerando fenômenos de tendência e de fato. Na cultura turística especificamente, essa adaptação deve respeitar imaginários, aspectos socioeconômicos e anseios da população, então, reconfigurando o ‘senso do local (*fluid locations*)’, que Horan (2000) entende como uma superestrutura de autoidentificação do espaço físico através de sua memória, ideias, atitudes, valores, preferências, significados e concepções. O senso do local é o que permite uma maior interação entre comunidades vizinhas.

A recombinação do *design* urbano, ressaltando centros receptivos, deve agrupar conhecimentos diversos (científicos, tecnológicos, políticos, geológicos, arquitetônicos, econômicos, sociais) na perspectiva de edificação de *digital places*. Esse, portanto, deve ser considerado como um deliberativo e interativo processo interdisciplinar de reinvenção de bases e circunstâncias sociais, que está diretamente vinculado ao planejamento urbano. Assim, os *digital places* comportam-se como ‘espaços de fluxos’ e ‘*espaços de lugares*’. Possibilitam o processamento de informações, podendo ampliar e fortalecer intervenções públicas (ou mesmo empresariais) de modo cada vez mais democrático, mas suas implantações devem estar submetidas às peculiaridades culturais e ambientais.

Tudo isso pressupõe maior interatividade entre governos, cidadãos e empresas, de modo que decisões sobre intervenções no espaço público partam do consenso social, atendendo diversas perspectivas de usuários do lugar. Horan (2000) estabelecer uma diferença entre ‘comunidades de lugares’ e ‘comunidades de interesses’ para grupos que entram em conexão através do ciberespaço. As

---

<sup>26</sup> [www.aveiro-digital.pt](http://www.aveiro-digital.pt)

<sup>27</sup> [www.portoalegre.re.gov.br](http://www.portoalegre.re.gov.br)

<sup>28</sup> [www.portodigital.org/instituto/contato.html](http://www.portodigital.org/instituto/contato.html)

primeiras são formadas por pessoas que habitam uma mesma localidade, no caso dos centros turísticos, seriam os residentes. Já as comunidades de interesses ultrapassam fronteiras locais, sendo constituídas por pessoas de locais diversos que compartilham ideias e objetivos semelhantes, a exemplo de turistas e empresários.

No entanto, essas reconfigurações dos centros urbanos chamam a atenção para a necessidade de mudanças nas normatizações das ações. Por exemplo, normas de condutas ou mesmo econômicas devem ser pensadas pelas gestões públicas, para regulamentar serviços locais e universais. A emergência de serviços como Uber<sup>29</sup> e o Airbnb<sup>30</sup>, que reiteram o caráter subversivo da cibercultura, ratifica essa necessidade. Ainda, essas infraestruturas digitais possibilitam democratizar a sofisticação educacional, medicinal e de outros serviços vitais, podendo, do ponto de vista operacional, reduzir diferenças entre cidades e fazendas, regiões centrais e periféricas.

Grupos com identidades de projeto e de resistência, ou da contracultura podem, através do ciberespaço da internet, construir formas organizativas de ação mais dinâmicas, mais velozes e mais abrangentes, divulgando ideias, expressando descontentamentos cotidianos, agrupando e mobilizando pessoas e transformando, conseqüentemente, as questões localizadas em fenômenos globais. Desse modo, os grupos podem fomentar um ativismo cibernético, constituindo redes de movimentos sociais.

Esse ciberativismo amplia as esferas dos movimentos sociais, proporcionando a manifestação de interesses e necessidades de grupos culturais, sem submetê-los às determinações e hierarquias tradicionais, podendo convergir em únicos propósitos comunidades de lugar e de interesses. Nesse sentido, formam-se redes de organismos independentes que favorecem a intensificação de parcerias e a internacionalização dos propósitos locais, podendo-se cogitar a formação de grupos mundiais de oposição aos efeitos nefastos da globalização, reunindo forças para convertê-los em ações em prol dos direitos humanos.

---

<sup>29</sup> Uber é uma empresa multinacional norte-americana, prestadora de serviços eletrônicos na área do transporte privado urbano e baseada em tecnologia disruptiva em rede, através de um aplicativo *e-Hajling* que oferece um serviço semelhante ao táxi tradicional, conhecido popularmente como serviços de "carona remunerada".

<sup>30</sup> O Airbnb é uma comunidade confiável para que as pessoas reservem hospedagens em residências de autóctones pela internet, bem como propõe ao visitante experimentar a cidade sobre a lógica do anfitrião. Para participar é preciso se cadastrar tanto como anfitrião quanto como visitante.



Segundo Beyers (1996), nesse novo contexto, a produção industrial começa a ser suprida pelo desenvolvimento da *Economia de Serviços*, que corresponde a trabalhos de alta qualidade, com ênfase à inovação contínua e a uma busca constante por flexibilidade, eficiência e responsividade. A competição em um mercado global (no tempo adequado e falando a língua certa) pode tornar-se mais interessante que começar no espaço físico em que se encontra.

As ofertas podem ser ordenadas ou redistribuídas eletronicamente, crescendo facilmente e alcançando mercados consumidores, os mais distantes possíveis. Por outro lado, enquanto empresas empurram seus produtos, usuários atentam para as melhores aquisições. Por sua vez, ao mesmo tempo em que companhias desenvolvem sistemas alternativos de distribuição, ameaçam a estabilidade e existência de seus concorrentes, especialmente microempresários de comunidades locais. Vislumbra-se o fortalecimento das economias locais e também competições ainda mais violentas e a perpetuação das acirradas desigualdades sociais.

Portanto, na sociedade *glocal*, estruturas econômicas e de poder devem desenvolver-se com perspectivas globais, atuando como forças decisivas na criação e regulamentação dos processos que disseminam o novo mapa do mundo. Evidentemente, essas estruturas não prescindem das configurações nacionais e regionais, muito menos, dos sistemas de integração dos blocos geopolíticos.

Umás vezes apoiam-se neles, assim como em outras combatem-nos. Isso fica evidente nas controvérsias sobre como administrar a dívida interna e externa, como desestatizar ou desregular a economia, reduzir tarifas, acelerar a integração regional, etc. [...] São estruturas globais de poder, às vezes contraditórias em suas diretrizes ou práticas, mas sempre pairando além de soberanias e cidadanias nacionais e regionais. Parecem desterritorializadas, já que se deslocam ao acaso das suas dinâmicas próprias, deslocadas de bases nacionais, do jogo das relações entre estados nacionais. E reterritorializam-se em outros lugares, principalmente em cidades globais, transcendendo nações e nacionalidades, fronteiras e geografias (IANNI, 2000, p. 17).

Nesse sentido, ao considerar que a digitalização é infraestrutura básica para potencialização de relações comerciais, Graham e Marvin (1996) apontam para o fato de que elas podem contribuir para a centralização do controle global e das funções de gerenciamento nas mãos de pequenos grupos. Estes manipulam centros em desenvolvimento apenas como operadores e receptores de produtos, e assim,

forjam a sociedade do conhecimento, criando a ilusão de que tudo tende a harmonizar-se, o que geralmente ocorre em centros turísticos. Dinâmica percebida em Porto Seguro-BA, como foi evidenciada no capítulo anterior.

Portanto, essa conjuntura favorece a penetração de regiões periféricas por organizações centralmente localizadas, designando um sistema de troca inter-regional de bens, informações e serviços com desenvolvimentos cada vez mais específicos para as diferentes localidades. Possibilitam o gerenciamento em tempo real das ações nos grupos sociais, criando regras-chaves na constituição do novo espaço social e fragmentando por pedaços sua utilidade com maior nível personalizado, de acordo com diferenças socioeconômicas. Esses processos se constituem, ainda mais sutilmente que a consciência tecnocrática da sociedade industrial como uma forma de dominação.

Segundo Graham e Marvin (1996), somente com um estudo detalhado e crítico dos diversos aspectos que caracterizam a dinâmica de um local pode-se chegar a um entendimento das interferências das tecnologias em toda a sociedade e, então, criar perspectivas reais de como a tecnologia pode melhorar, ampliar e potencializar ações do local. O entendimento da relação entre cidades e digitalização (evidenciando a emergência do ciberespaço) deve, contudo, superar o determinismo tecnológico e o futurismo utópico, com o objetivo de promover a construção social a partir da tecnologia.

Virilio (1993) previu que o ciberespaço poderia esvaziar locais de convivialidade, assemelhado ações humanas a sistemas de audiência eletrônicos, causando fechamentos de empresas, desemprego, trabalho autônomo, privatizações, etc. Tais interrupções, como denomina o autor, podem gerar turbulências capazes de desorganizar o meio urbano, implicando no declínio e degradação dos locais. O autor acusou que com a interface da tela, as coisas e os fatos passavam a existir enquanto distância, compondo uma nova representação sem visibilidade face a face, podendo fazer desaparecer a ambiência das ruas e avenidas, por isso, ele considerou o ciberespaço como um espaço crítico.

Essa perspectiva pessimista convida a reflexões sobre como pensar a cidade turística em meio a processos de digitalizações. Que potencialidades propõem a cibercultura ao turismo? Observa-se a necessidade de tomadas de decisões perspicazes junto ao aproveitamento de tecnologias para que a cidade e os locais de

socialização não sejam pensados apenas como espaços de reprodução de ações digitais, perdendo sua dinamicidade e peculiaridades. Por isso, argumenta-se que não existe turismo virtual ou e-turismo; afinal, a cultura turística dinamiza-se com a experimentação dos espaços, com práticas interativas, através das quais é possível a percepção dos sentidos do lugar e a promoção de atividades que fomentem a sua dinâmica.

As tecnologias digitais devem potencializar práticas turísticas, reestruturando espaços, promovendo práticas sociais e econômicas, ou antecipando ações, através de plataformas no ciberespaço. Portanto, para se evitar colapsos sociais e especulações mercadológicas devem ser pesadas as melhores formas de se adaptarem tecnologias aos locais, preocupando-se, logicamente, com suas funções.

Para atribuir novos sentidos às modificações sociais propostas pela cibercultura, é preciso antes compreender diferentes perspectivas de comunidades de lugar e de interesses, políticas governamentais e movimentações econômicas. Cada área de atuação exige direcionamentos específicos, assim as técnicas utilizadas devem partir da necessidade de aprimoramento das ações, possibilitando a compreensão das complexas relações que as envolvem.

Em tais aplicabilidades, devem ser identificadas funções características do desenrolar técnico (dicotômica, dialética, sinalizadora e dinamizadora), de modo que seu entendimento promova o aperfeiçoamento da ação, preocupando-se com expressões que compõem identidades do sistema social ao longo de sua história. Na medida em que são desenvolvidos novos sistemas sociotécnicos há o surgimento de novas práticas turísticas, o que atualiza a cultura e mantém viva a cidade, atribuindo-lhe nova dinâmica. E a cibercultura fomenta desde a década de 2000, novas práticas turísticas em Porto Seguro. Discussão evidenciada no capítulo seguinte.

## 5. Turismo *cyberpunk*: uma movimentação turística fomentada pela cibercultura

Grupos de marinheiros saídos direto do porto, turistas solitários nervosos à caça dos prazeres não listados nos guias, figurões do *Sprawl* exibindo enxertos e implantes, e uma dúzia de diferentes, espécies de achacadores, todos enxameando a rua numa intrincada dança do desejo e do comércio (GIBSON, 2003, p. 23).

A epígrafe contribui para o entendimento de como as tecnologias digitais interferem nas produções locais e corroboram para a edificação de novas estruturas socioeconômicas. A literatura de William Gibson, segundo Jameson (1997), representa uma inusitada realidade da ficção científica em um tempo em que predominavam as produções orais e visuais. Difundindo o universo *cyberpunk*, a obra do ficcionista constitui-se como uma expressão da atualidade de corporações multinacionais e da própria dinâmica global, mostrando possíveis transformações do social.

Nesse contexto, estão contínuas ressignificações e reconfigurações de práticas sociais e de lugares da cultura bem como a emergência de novas operações a partir da digitalização. É o que se observam em Porto Seguro, a partir da década de 2000 quando é intensificado o uso de tecnologias digitais nas operações turísticas e cotidianas. A cibercultura contribui para a redefinição de sentidos da cidade e da cultura turística, interferindo em quase todas as esferas sociais (ou todas), desencadeando códigos, formatos, padrões, pensamentos e atitudes, fomentando novos imaginários.

A digitalização das operações em empreendimentos como os chamados hotéis inteligentes, com mecanismos de controles digitais; as edificações de *digital places*, a comunicação e prestação de serviços por meio da internet, formação de comunidades, sites e redes sociais voltadas para dinamizar a cultura turística explicitam claramente a apropriação da cibercultura pelo município. Além disso, é possível perceber o imaginário da cibercultura no pensamento de residentes<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Uma amostragem dessa perspectiva está nos textos 'Perspectivas de jovens porto-segurenses sobre turismo e cibercultura' e 'Por que não uma *'aldeia global'* no ciberespaço?' disponibilizados no [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/).

Na década de 2000, era incontável o total de *cybercafés*<sup>32</sup> no município, que funcionavam quase que 24 horas por dia, atendendo principalmente turistas, especialmente nos distritos de Arraia D’Ajuda e Trancoso. Já os bancos de autoatendimento começavam a se misturar com a paisagem arquitetônica e natural. Em 2004, era possível contar oito postos no centro da cidade de Porto Seguro (Bradesco (2), Itaú (2), Real, Banco do Brasil, HSBC e um Banco integrado 24 horas), três no aeroporto internacional (B. Brasil, Bradesco e C. Econômica), dois postos no distrito de Arraial d’Ajuda (Cx. Econômica e Banco do Brasil), e um em Trancoso (Banco do Brasil). Esses eram os únicos de toda a Costa do Descobrimento.

Por sua vez, imóveis coloniais ressignificados materializavam a apropriação das tecnologias digitais pela cultura turística. No guia virtual, no Centro Histórico, na Cidade Alta, o turista tinha acesso a um hipertexto virtual, contendo características e informações sobre a Costa do Descobrimento que reproduzia o imaginário de Caminha. Era possível comprar o conteúdo, armazenado em CD, pelo valor de R\$ 25,00. Já a *Tenda cyber Dance Café* era um local multiuso, na Cidade Baixa, que funcionava tanto como *cybercafé* quanto como boate, difundindo ritmos eletrônicos como *trance*, *house* e *tecno*. O espaço foi inaugurado no verão de 2004. A perspectiva do proprietário, um *clubber* paulista que residia há 15 anos no município, era atender ao público *cyberpunk*.

Ainda, a própria fixação de adesivos de operadoras de cartões de crédito e de cheques eletrônicos nas vitrines e paredes das lojas da Passarela do Álcool reitera a potencialização do turismo pela cibercultura. A Passarela do Álcool é uma avenida de concentração de lojas de artesanato, bares e restaurantes, cujo período de maior movimento é entre o crepúsculo e a meia noite, quando começam as festas nos centros de entretenimento noturnos, especialmente as *raves*. Nos estabelecimentos da avenida, adesivos de operadoras de crédito competem com cardápios e traçados da arquitetura colonial.

---

<sup>32</sup> Com a emergência da internet 2.0, por conta da popularização e barateamento de custos para implantação das redes wi-fi em residências, *cybercafés* localizados em bairros de classe média e alguns no centro da cidade foram desativados. Várias operadoras prestam serviços de internet no município. As principais são os grupos Oi e Vivo, e outras empresas menores como Cabo, *Out Center*, Infonet e WKVE. No entanto, alguns *cybercafés* sobrevivem no centro da cidade, para atender principalmente a turistas. Um dos motivos que mantém esses empreendimentos é que o município ainda não conta com áreas de *wi-fi* pública. Esses dados foram atualizados com a colaboração da jornalista Anna Dias.

Essas apropriações representam redefinições da paisagem urbana, a partir de processos interativos e operações econômicas digitais, atribuindo novos sentidos práticos e funcionais à cultura turística. Evidencia-se que a estética comporta-se como um fator tradutor e comunicador das ações e pensamentos produzidos em um local. Portanto, essas transformações da (e na) paisagem acabam atualizando o patrimônio cultural, como propõe Canclini (1998), e representam o que Maffesoli (1998) entende como 'espírito de tempo'.

Pode-se pensar que este seja o caso da estética que garante, desde então, a sinergia social, a convergência das ações, das vontades, que permite um equilíbrio, mesmo que conflitual, dos mais sólidos. Os historiadores mostram que a arte *stricto sensu* pôde representar esse papel em inúmeras civilizações; pode-se imaginar que a vida cotidiana enquanto obra de arte possa também representá-lo hoje em dia (MAFFESOLI, 1998, p. 32).

Tais reconfigurações dos espaços indicam e propõem novas formas de se pensar e encarar a dinâmica da cultura turística, considerando a inclusão do local no processo de evolução tecnológica por que passa o mundo. Isso contribui para enfatizar Porto Seguro como cidade global da Costa do Descobrimento, apresentando caráter *glocal*. Contudo, observa-se que em espaços tombados pelo IPHAN como patrimônio nacional, a exemplo da Passarela do Álcool, estas reconfigurações trazem novas complexidades.

Por um lado, não se podem impedir comerciantes de comunicarem a potencialidade tecnológica de seus empreendimentos para manter padrões estéticos anteriores. Mesmo porque essa superposição de adesivos além de representar expectativas de empresários em aumentarem rendimentos, também respondem a expectativas de consumidores que querem maior comodidade e facilidades de pagamento. Em contrapartida, a paisagem urbana não deve estar submetida aos interesses de entidades econômicas, afinal, o *marketing* turístico não justifica loucuras de mercado.

A sociologia dos usos visa assim entender o modo pelo qual usamos os objetos técnicos no cotidiano, descrevendo uma perspectiva que flutua entre a etnometodologia e a psicologia. Talvez seja mais apropriado falar em astúcia dos usos, já que esse termo, mais aberto ao imprevisto, escapa à ideia de 'lógica', como sustenta Perriault. Sabemos, com De Certeau, como os usuários inventam o cotidiano, como eles investem conteúdos simbólicos, imprimindo seus traços na mais banal ação do dia-a-dia. Não há uma lógica, mas antes uma

dialógica complexa (Morin) entre os objetos, os usos e as obrigações funcionais destes mesmos objetos (LEMOS, 2002, p. 259).

Portanto, a adequação de tecnologias aos espaços representa uma estética funcional tal qual Gibson (2003) apresenta em seu *Neuromancer*. Mais que isso, simboliza a capacidade do lugar em se reinventar e se adaptar às transformações mundiais.

Portanto, tais processos de ressignificações, longe de representar apenas uma ânsia capitalista, indica paradigmas *high tech* da contemporaneidade, mostrando uma relação estreita entre cultura turística e avanço tecnológico, fomentando a apropriação do imaginário da cibercultura. Este, por sua vez, aponta para a liberdade de expressão e para a popularização da informação, através de fatores (realidade virtual, música eletrônica, imagens de síntese, manipulações digitais...) que exprimem o “espírito transgressor, desviante e apropriador, chegando à sua disseminação pelo corpo social, atingindo, mesmo indiretamente, todas as pessoas que têm acesso às novas tecnologias” (LEMOS, 2002, p. 258).

Isso implica que, se, por um lado, o *trade* tem se apropriado de tecnologias digitais para manter o histórico processo de dominantes e dominados, por outro, a cibercultura oferece possibilidades aos dominados de rebelarem-se e criarem alternativas; afinal, a cibercultura emerge em meio a movimentos da contracultura. O Airbnb, por exemplo, constitui-se com uma alternativa popular para enfrentamento de problemáticas capitalistas que permeiam a cultura turística.

Ressalta-se ainda intertextualidades entre os imaginários sobre Porto Seguro e da cibercultura. Há representações mentais e objetais que propõem práticas tradicionais da cultura turística com roupagens *cyberpunk*. O próprio *designing* dos *flyers* promocionais das festas populares já indica essa convergência. É o que se observa da divulgação de eventos dos empreendimentos do circuito ‘*Porto Night*’ – uma sequência de cabanas na praia de *Tapera* que oferece a cada dia uma programação específica. Além do destaque para ritmos eletrônicos, as fontes utilizadas assemelham-se ao descrito na obra de Gibson (2003) – com maiúsculas retorcidas que imitam japonês impresso.

Contudo, são nos distritos do Arraial d’Ajuda, Trancoso e Caraíva que estão concentradas maiores práticas do universo *cyberpunk*. Nestes locais ciber-moda, ciberarte, consumo de músicas eletrônicas e de drogas sintéticas, especialmente

nas *raves*, bem como processos de transculturações reiteram o imaginário de permissividade e de libertação, inaugurado pela Carta de Caminha<sup>33</sup>, ressignificando o discurso fundante sobre o município, a partir de representações mentais e objetais que contextualizam o turismo na cibercultura. Esse novo discurso propõe performances que apontam para o universo *cyberpunk*, podendo ser objetivado como 'turismo *cyberpunk*' – o turismo da cibercultura.

Tal perspectiva pode ser constatada a partir de notícias veiculadas na imprensa, por narrativas de turistas bem como pela própria estética de bares e restaurantes localizados em Arraial d'Ajuda, Trancoso e Caraíva. Jornais de circulação estadual e nacional, desde a década de 2000, divulgam os distritos como espaços propícios à associação do '*clima legalize*' e da música alucinante da cibercultura à natureza exótica do município. Por meio das reportagens, é possível comparar esses lugares às '*arcologias*<sup>34</sup>', da ficção de Gibson (2003). Nesses ambientes, manifestações comportamentais e artísticas típicas da cibercultura associam-se à arquitetura e à natureza. Trata-se, portanto, da propagação de um turismo *cyberpunk*, corroborando para a formação de um novo senso do local.

A reportagem 'Arraial e Trancoso: para badalar', da editoria de turismo do Jornal do Brasil, de 20 de julho de 2002, delimita as localidades como destinos frequentados pelos 'moderninhos', (termo referente aos adeptos da ciber-moda). Em meio à adjetivação das praias como 'badaladas', 'lindas' e 'deslumbrantes', a reportagem destaca "as conhecidas *raves*, festas eletrônicas que chegam a durar uma semana" como parte da programação dos locais que, como sinalizado pelo impresso, correspondem a "marco de gente bonita e descolada".

Com essa mesma perspectiva, a matéria 'Quatro séculos de Arraial d'Ajuda', de 14 de agosto de 2002, da editoria de turismo do jornal A Tarde, descreve o destino, apontando que "o clima da vila é descontraído. Nas ruas, *hippies* convivem harmoniosamente com turistas que procuram conforto" (observa-se aí uma relação dialógica entre ego e *alter* ego do turista, uma vez que *hippies* também são turistas).

---

<sup>33</sup> O estudo sobre o imaginário da Carta de Caminha está disponível no blog [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite), com o título 'Primeiro chão, primeira missa... o umbigo do mundo?'

<sup>34</sup> Conforme a descrição de Gibson, *arcologia* refere-se a grandes cidades contidas num único edifício. O nome, surgido da junção das palavras arquitetura e ecologia, foi cunhado pelo arquiteto italiano, radicado nos EUA, Paolo Soleri (1919) no final da década de 1960 para descrever seu conceito sobre novas cidades planejadas. Está-se aqui fazendo uma apropriação do termo para reiterar a ideia de turismo *cyberpunk*.



Em outra reportagem, 'Rumo à estação Caraíva', de 24 de janeiro de 2003, o mesmo jornal, após descrever o distrito como local de águas mansas, límpidas e piscinas naturais, constituindo "uma das mais belas paisagens do litoral baiano" aponta que "no final da tarde, jovens como colares de índio, 'dread looks', e clima *legalize*" se reúnem no pôr do sol, preparando-se para, em conseqüente, aproveitar a agitação noturna.

Esse discurso da imprensa reverbera-se em comentários de turistas<sup>35</sup>, fomentando, segundo Foucault (2007), uma sociedade do discurso, que conserva e reproduz os sentidos propagados pelas instituições de mídia, incorporando-o à suas práticas culturais. O empresário gaúcho, de 38 anos, descreve o Arraial e Trancoso como ambientes ideais para fugir da sua rotina, contextualizando a ideia desenvolvida no primeiro capítulo:

Eu venho aqui há 15 anos. Vou vir sempre. Adoro viajar, porque trabalho com antiquários, mas aqui eu venho descansar. Aqui é lindo. As pessoas são descontraídas e descoladas, são bonitas. São livres, não é? Isso é muito bom, quando venho aqui é porque estou cheio da minha cidade, aí eu venho ser livre... fico entre Trancoso e o Arraial, é tudo muito bom.

O cabeleireiro mineiro, 36 anos, quando esteve no município pela primeira vez narrou seu encantamento com o local, mostrando-se tranquilo como as diferenças:

Arraial e Trancoso estão entre os melhores lugares que eu conheço. Aqui na Bahia, não tem igual. Tudo é muito bonito. Esses bares todos incrementados dão uma ideia de modernidade, mas ao mesmo tempo nos remetem ao passado do país, principalmente aqui no Quadrado. Eu achei fantástico esse lugar. Meus amigos vieram aqui no ano passado e ficaram maravilhados com o local, com tudo. Eu só acho que é tudo muito caro aqui e as pessoas usam muita droga por aqui. Eu não gosto, mas não me importo, cada um faz o que quer de sua vida. Eu prefiro curtir a natureza... não tem igual.

Para o turista da Nova Zelândia (32 anos):

Aqui (Arraial d'Ajuda) é muito bom. Aqui e em Trancoso. Aqui eu posso ouvir *trance*, a música do meu país. Tem praias bonitas e pessoas bonitas também e não tem muita gente, como em Salvador. É

---

<sup>35</sup> Os entrevistados pediram para não ser identificados, e optou-se por não criar nomes fictícios. O método está no [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/), com o título *Tecnologia, cultura, turismo: metodologia*.

muito bom. Eu venho ano sim, ano não, com meus amigos. Amanhã eu vou para Trancoso, para a rave na praia<sup>36</sup>.

A jornalista paulista, de 26 anos, relata:

Eu estou um pouco decepcionada com o local. Eu achava que aqui era mais louco, mas não é muito. As *raves* não duram mais três dias como me falaram, acabam 10h00, 11h00 da manhã, eu gosto de ficar sem parar, mas mesmo assim eu estou gostando. Aqui é muito bonito, já estou aqui há um mês e vou ficar todo o verão. Aqui tem um clima de '*cybercultura*', eu gosto, parece um pouco com a noite paulista, só que na praia.

O empresário mineiro, de 29 anos, aponta para tranquilidade e agitação que, paradoxalmente, caracterizam o local, além de dar ênfase ao multiculturalismo:

Loucura. Isso aqui é *muito louco cara*, é *muito doido mesmo*. Eu venho de Miami todo ano. Passo Natal em Minas com minha família e depois venho para cá. Venho ver o mar, além disso, eu gosto das *raves* e da mistura que *rola por aqui*. Tudo fica misturado, todas as tribos, todos os gostos, todas as pessoas. Eu '*acendo unzinho*' na praia, tranquilo, à noite. Relaxo e depois *curto a 'night'* numa boa, até de manhã... Dou um mergulho e vou para o hotel descansar.

Os depoimentos ilustram perspectivas teóricas evidenciadas anteriormente. Os empresários mineiros, gaúcho e o cabeleireiro apontam para a fuga do cotidiano com o objetivo de se enquadrarem temporariamente em nova ambiência, onde possam interagir com pessoas que compartilham de suas perspectivas, reiterando a ideia de *flanerie* capitalista temporária e comunitária. Além da socialidade, destaca-se a necessidade de turistas encontrarem nos destinos ações semelhantes às vivenciadas em seus locais de origem, o que é evidenciado pela jornalista paulista.

Isso aponta para desejos de visitantes em vivenciar a alteridade, mas também de se perceber no destino (e perceber os outros de si). O visual extravagante e exótico da ciber-moda, que combina vários acessórios, material sintético, cores destoantes, *piercings* e tatuagens, sugere ao mesmo tempo diversidade e individualismo, porém aponta para um grupo cultural específico, constituindo uma comunidade turística com códigos ideológicos, éticos, econômicos, entre outros, que

---

<sup>36</sup> O visitante conseguia formular frases em português, com a devida ajuda para identificar algumas palavras e expressões locais.

possibilitam relações de socialidade, já que membros dessa comunidade aceitam o outro em suas estéticas e conteúdos culturais.

Para membros dessa comunidade turística, a regra é justamente não ter regra, embora o 'não ter regra' acaba apontando para os códigos sociais. Tais códigos propõem, ainda que implicitamente, por um lado, a fragilidade de pensamentos totalitários e de ações que segregam, e, por outro, o fortalecimento de relações espontâneas. É esse espírito de tempo que caracteriza a cibercultura e representa o turismo *cyberpunk*.

A designer paulista de 34 anos diz:

Arraial e Trancoso são meus lugares preferidos. Não é como Porto Seguro. Aqui eu posso usar minha moda *fashion*, que ninguém se importa. Alias, aqui todo mundo é *fashion*, por isso eu exagero, eu adoro aparecer, eu adoro cores... eu adoro isso aqui. É muito '*louco mesmo*'. Eu adoro dançar e conhecer pessoas diferentes, e aqui eu posso interagir com muita gente diferente e de vários lugares diferentes.

Já o *clubber* alemão<sup>37</sup> (27 anos) exalta a qualidade da música eletrônica local:

Eu gosto muito desse lugar. Eu posso ouvir e dançar *tecno*, *house*, *trence*... a verdadeira música eletrônica. Aqui toca a música que toca na '*Parada Love*' em Berlim, que é a verdadeira música eletrônica, a música de Goa, na Índia, onde tudo começou. Já tem quatro anos que eu venho aqui com meus amigos e vou voltar todo ano.

O estudante mineiro (25 anos) fala da liberdade e da permissividade:

O Arraial é tudo de bom. Belas praias, pessoas legais e bonitas e as festas são alucinantes, eu curto *raves*. Sem falar que aqui a gente pode fazer o que quiser que ninguém importa. Ninguém está preocupado com o que estamos fazendo, como estamos vestidos, nem como nos comportamos. É a primeira vez que venho ao Arraial e vou voltar todo ano.

As narrativas reafirmam o turismo *cyberpunk*. O que também está indicado no *design* de bares e restaurantes em Arraial d'Ajuda e Trancoso que reúne materiais sintéticos, néons, pinturas e projeções surrealistas em combinações de cores e motivos que promovem um cenário de evasões. Nesses ambientes, adeptos da

---

<sup>37</sup> Tal qual o nova-zelandês, o *clubber* alemão conseguia formular frases em português, com a devida ajuda para identificar algumas palavras e expressões locais.

contracultura como *punks*, *clubbers*, LGBT, *hippies*, entre outros turistas que aproveitam a viagem para liberarem seus *alter egos*, misturam-se promovendo fusões culturais, associando alta tecnologia, drogas (evidenciando as sintéticas) e erotismo. São áreas liberadas, constituindo-se como ambientes ideais para manifestações éticas e estéticas da cibercultura.

São 'arcológicas turísticas', onde a produção e consumo de ritmos eletrônicos constituem a sonoridade festiva. A música digitalizada é tocada nesses ambientes, atraindo, como o *clubber* alemão, da amostragem, adeptos e fãs do estilo, promovendo novas formas de se tecer o laço cultural na contemporaneidade. Afinal, a música eletrônica representa o modo dinâmico "que define a essência da cibercultura" (LÉVY, 1999, p. 143). Desse modo, nas *raves* estão representações mentais e objetais do turismo *cyberpunk* em Porto Seguro, ratificando-o, elas mesmas os são.

De acordo com Maffesoli (2004) as *raves* apresentam uma condição auto-organizadora, sugerindo práticas culturais que apontam para a edificação de um sistema social aberto. Tal sistema é caracterizado por uma forma de dupla polaridade, que, de certo modo, evidencia, por negar, interações e ações que distinguem processos de sociabilidade. Escancaram, muitas vezes, questões sociais, como violências, consumo de drogas e prostituições, que as administrações públicas e *trade* tentam sucumbir. Nas *raves*, tudo é aberto, tudo é possível, tudo está à mostra para quem quiser ver e observar.

Entende-se melhor, nessas condições, porque as *raves*, que no fim das contas certamente não oferecem mais tóxicos que as boates, e, de qualquer maneira, fazem menos mortos que as saídas das festas de sábado à noite, tenham parecido tão perigosos aos políticos. Nelas, o transe, 'os produtos', a violência são integrados à festa e não deixados na porta (MAFFESOLI, 2004, p. 36).

Assim sendo, a ambiência das *raves*, que se caracteriza, principalmente, pela falta de delimitações de todo tipo, põe em questionamento códigos da tecnocracia, assinalando problemáticas sociais oriundas das repressões dessa forma de dominação. Ao mesmo tempo, apresentam novas alternativas de interação que podem caracterizar processos de socialidade, desmoronando barreiras políticas, ideológicas, profissionais ou mesmo culturais.

As *raves* se caracterizam por uma efervescência social que permite a turistas vivenciarem coletivamente experiências culturais glocalizadas. Trata-se de uma prática voltada para a consumação de exageros, evidenciando prazeres e angústias da contemporaneidade. A festa, as drogas, o sexo e quaisquer outros excessos podem ser pagos nessas ambiências (a um custo alto). Isso indica, ou melhor, escancaram problemáticas da sociedade do consumo e das formas de subversão da cultura. Por isso, as *raves* geralmente ocorrem em locais distantes dos centros urbanos. Por essa contextualização, infere-se que a cibercultura aponta para a necessidade de melhor planejamento urbano e melhor gestão da informação dos centros receptivos.

Problemáticas sociais no local que se evidenciam com a cultura turística podem ser identificadas através da reportagem '*Porto Seguro pretende criar novas opções para turistas*', de 21 de maio de 2002 no jornal *A Tarde*. A matéria relata sobre o 1º Encontro Empresarial de Porto Seguro, reunindo mais de trezentas pessoas que destacaram a necessidade de se 'reinventar' o destino turístico Costa do Descobrimento a partir de novas opções de lazer, maior valorização das manifestações populares bem como melhores estratégias políticas junto às questões de segurança, saúde, limpeza e informação.

As várias categorias representadas no encontro evidenciaram problemas e perspectivas. Domingos Carvalho, representante dos pescadores, disse que as tecnologias antigas e a falta de uma escola de pesca prejudicam a classe. Renato Borges denunciou a concorrência desleal feita aos corretores imobiliários regularmente credenciados. Para os produtores rurais, Pedro Vítório solicitou passeios para que os turistas possam conhecer as roças onde se produzem os alimentos consumidos na cidade. O vice-presidente da Associação Comercial, Rogério Cardoso, cobrou uma informação mais pontual por parte do poder público e uma redução na quantidade de ambulantes. 'Nunca temos dados oficiais sobre a saúde e segurança, as calçadas são ocupadas por barracas e nas praias o assédio dos ambulantes aos turistas chegou a níveis insuportáveis'. O presidente do Conselho Regional de Turismo, Wilson Spagnol, fez um apelo para uma ação mais direta por parte da comunidade. 'Precisamos saber quem está dentro do barco' (*Jornal A Tarde, Editoria Municípios, caderno 4, 21/05/02*).

A narrativa jornalística aponta para processos que, como destaca Castells (1999b), estão condicionando a Era da Informação a perplexidades. A corrida dos ambulantes em busca de turistas caracteriza processos de individualização do trabalho; a concorrência desleal culmina na superexploração dos trabalhadores.

Ainda pode-se dizer que a falta de técnicas modernas para a pescaria, caracteriza o processo de exclusão social (e acrescentando a exclusão digital), considerando que ricos grupos, geralmente nacionais ou multinacionais, ao introduzirem no município inovações da cibercultura saem na frente da concorrência sucumbindo pequenos produtores.

Declaração do então presidente do Conselho Regional de Turismo da Costa do Descobrimento, Laércio Gomes da Silva, ratifica esse processo de exclusão social e digital.

Porto Seguro adentrou a cibercultura carente de mão de obra especializada. Os grandes e médios hotéis são informatizados, fazem negócios via internet, compram insumos, pagam contas, e oferecem serviços, mas a mão de obra aqui ainda é desqualificada, por isso eu digo que o povo vive entre o abismo e o céu. Falta educação digital. Existem cursos caríssimos, para poucos. Nós estamos preparando os funcionários da Secretaria de Turismo. É uma ação exclusiva. Não temos previsão de promover esses cursos para a comunidade, mesmo porque toda a problemática política dessa gestão, não possibilita uma continuidade de ações. Mas na gestão anterior não tinha o pensamento de modernização (SILVA, Laércio Gomes. Presidente do Conselho Regional de Desenvolvimento de Turismo da Costa do Descobrimento, em entrevista para a pesquisa, 2004).

No entanto, o gestor observou que hotéis que começavam a oferecer serviços pela internet se deparavam com situações imprevisíveis, também em consequência da falta de educação digital.

Hoje, por exemplo, eu estou com uma reclamação de um indivíduo que fez uma reserva pela *internet* no hotel e não teve mais contato, quando chegou teve um '*over book*' ele está sem quarto. Também tive notícias de uma operadora que fez a reserva e não pagou e só hoje abriu sua caixa e percebeu um *e-mail* frio de que ele tinha sido transferido para outro hotel (SILVA, Laércio Gomes. Presidente do Conselho Regional de Desenvolvimento de Turismo da Costa do Descobrimento, em entrevista para a pesquisa, 2004).

Tais problemáticas indicam fragilidades das estruturas organizacionais e amadorismo nos processos de comunicação virtual, nos quais o internauta não dispõe de formas comunicativas claras nem precisas junto à solicitação *online* de serviços. Assim sendo, partindo do princípio de que comunicação e transportes constituem-se como pilares do desenvolvimento das cidades turísticas, é preciso se

evidenciar um estudo sistemático sobre características da internet de modo que sua utilização seja usada para potencializar ações da cultura turística.

Afinal, na cibercultura, o turista cada vez mais organiza sua viagem pela internet<sup>38</sup>. Por exemplo, todos os entrevistados durante a pesquisa de campo afirmaram que utilizam do ciberespaço para perceber detalhes do local e antecipar serviços. Isso aponta para a potencialidade da internet junto à cultura turística e para a necessidade de se pensar formas dinâmicas de projeção dos lugares, ampliando potenciais informacionais, interativos e econômicos que corroborem para edificação de estruturas sociais menos complexas e mais democráticas.

O ciberespaço é ambiente ideal para ampliação de relações entre turistas e o local. As comunidades virtuais, na visão de Lévy (1999), formam-se a partir de afinidades de interesses, conhecimentos e de processos de trocas e de cooperações que se dão nesse ambiente virtual. Assim, no próximo capítulo, será apresentado um estudo sobre processos informacionais na internet, evidenciando características e categorias de atitudes do meio.

---

<sup>38</sup> Durante a reedição do texto, houve a curiosidade de atualizar essa informação, visto que no ano da pesquisa não foram encontradas informações precisas sobre esta estatística. De Segundo o Anuário Turístico 2016, publicado pelo Ministério do Turismo, 44% dos estrangeiros que visitaram o país em 2015 usaram a internet como principal fonte de consulta. Em 2011, esse índice era de 32,1% (Fonte: <http://especiais.correio24horas.com.br/agendabahia/internet-muda-jeito-do-turista-programar-viagens-e-roteiros-sao-feitos-ate-pelo-celular/>)

## 6. Interação entre governos, cidadãos e empresas na internet

De meados da década de 1980 ao final da década de 1990, um imenso número de comunidades locais passou a operar *online*. Com frequência estavam associadas às instituições locais e governos municipais, dando um cunho local à democracia dos cidadãos no ciberespaço. De maneira geral, três componentes diversos convergiram na formação dessas redes de computadores baseadas na comunidade: movimentos locais pré-Internet em busca de novas oportunidades de auto-organização e elevação da consciência; o movimento *hacker* em suas expressões mais politicamente orientadas; e governos municipais empenhados em fortalecer sua legitimidade pela criação de novos canais de participação do cidadão (CASTELLS, 2003, p. 199).

A epígrafe, extraída do livro *Galáxia da Internet* (Castells, 2003), chama a atenção para ações na *web* que podem colaborar para potencializar a dinâmica das localidades. Governos, cidadãos e empresas, desde a década de 1980, vêm apostando na internet como um espaço propício à democratização de questões políticas, manifestações sociais, associações e compartilhamentos de pensamentos e ideias, à ampliação do comércio ou mesmo como um novo mecanismo de monitoramento social, o que pode culminar em intervenções públicas mais democráticas ou em novas formas de controle.

Portanto, a cidade que ficava apenas de braços abertos no cartão postal, agora pode estar de corpo e alma disponíveis na internet, na forma de uma Cidade Virtual, em projeções capazes de descrever em *bits* o espaço físico da ação humana. No ciberespaço, as entidades sociais podem projetar suas características, interesses e peculiaridades, constituindo um tecido urbano virtual. Nessa representação binária, podem estar contempladas potencialidades econômicas, ações políticas e manifestações sociais, expressando identidades e culturas dos lugares digitalizados, através de um sistema de signos e de significações, que se combinam na forma de ícones, índices e símbolos para exprimir o senso do local.

A ideia central que envolve a discussão sobre a cidade virtual, observa Graham (2001), propõe ações iterativas entre o computador e o usuário, na medida em que este navega entre os vários *links* disponibilizados como representações dos lugares. Essa representação virtual constitui-se como espaço de promoção de debates públicos, manifestações e interações sociais. Nesse sentido, Lévy (1999) aponta quatro categorias de atitudes na internet – analogias, substituição, assimilação e



articulação – que podem fomentar um processo operacional sinérgico entre o físico e o virtual.

As analogias aos espaços urbanos podem estimular as iniciativas de visitação e de ações no espaço físico a partir da descrição das funções e dos aspectos do local. Dados como horário de funcionamento de organizações, atividades realizadas bem como informações sobre regras e normas para visitas constituem-se como analogias representativas dos espaços. São informações que antecipam sentidos da viagem e geram novas formas de interação entre visitantes e autóctones, a exemplo de guias turísticos e das próprias configurações do Airbnb e do *Foursquare*<sup>39</sup>, que promovem novas formas de interação.

Nesse sentido, pensando em otimizar a funcionabilidade do local, a substituição de ações no espaço físico por ações *online*, como reservas e pagamentos de passagens, leitos, contratação de serviços, compra de ingressos, apresenta-se como saída operacional e econômica para organizações e cidadãos. As oportunidades operacionais oferecidas pela internet permitem a amplitude e a simultaneidade de participações dos cidadãos em vários ambientes sociais a partir das suas próprias residências, dos seus locais de trabalho ou de quaisquer outros lugares, basta a conexão.

A assimilação das redes de comunicação interativa às estruturas físicas constitui-se, também, como uma forma de pôr em sinergia a internet e a cidade. Para empresas, esse universo multimídia apresenta um importante e infindável mercado de equipamentos, conteúdos e serviços que podem ser usados a favor da instituição junto aos processos de aquisição de benefícios, a exemplo de redes de cartões de crédito, códigos de barra e GR, sistemas digitais de monitoramento e de controle de serviços que caracterizam os hotéis inteligentes.

A assimilação dos recursos do ciberespaço possibilita a essas entidades um maior controle sobre suas ações e sobre as ações dos seus respectivos clientes. Para Lévy (1999), a melhor forma de usufruir da potencialidade da internet a favor do desenvolvimento de sistemas sociais dá-se a partir de articulações entre esse ciberespaço e o território físico, fomentando processos de inteligência coletiva. Isso

---

<sup>39</sup> Foursquare é um aplicativo de geolocalização para Android, iOS, Windows Phone, BlackBerry e Windows, que recomenda lugares interessantes, como bares, boates, museus, restaurantes, informando peculiaridades e características de funcionamento, além de permitir ao usuário manifestar opiniões sobre os lugares.

implica na utilização da internet para solucionar problemáticas a partir de cooperações mútuas, na qual governos, empresas e cidadãos podem correlacionar-se mais facilmente, edificando processos de socialidade.

Articular os dois espaços não consiste em eliminar as formas territoriais para substituí-las por um estilo de funcionamento ciberespacial. Visa antes compensar, no que for possível, a lentidão, a inércia, a rigidez indelével do território por sua exposição em tempo real no ciberespaço. Visa também permitir a solução e, sobretudo, a elaboração dos problemas da cidade por meio da colocação em comum das competências, dos recursos e das ideias (LÉVY, 1999, p. 195).

Entretanto, observa-se que ao apresentar uma essência hipertextual, a internet caracteriza-se como um local estratégico para reviver a democracia e a disseminação de informações na sociedade por meio das suas ferramentas (*fóruns, chats, e-mails, sites, blogs, redes sociais, canais de vídeos, jogos, sistemas de armazenamentos de informações*) e características (metamorfose, heterogeneidade, multiplicidade, exterioridade, topologia e mobilidade dos centros)<sup>40</sup>. Assim, pode-se ter, conforme a imprensa, o rádio e a TV a comunicação *unidirecional*, na qual a mensagem parte de um polo emissor para vários receptores.

Também se pode ter um processo de comunicação *bidirecional*, em que os envolvidos trocam particularmente suas informações, como proporcionado pelo telefone. Principalmente, é possível de se realizar uma comunicação *multidirecional* na qual produtores e receptores misturam-se em suas funções, fomentando uma comunicação *dispositivo todos-todos* (LÉVY, 1999). Grupos, comunidades, cidades podem constituir progressivamente e de forma cooperativa um contexto comum.

Os mundos virtuais para diversos participantes, os sistemas para ensino ou trabalho cooperativo, ou até mesmo, em uma escala gigante, a WWW, podem todos ser considerados sistemas de comunicação todos-todos. Mais uma vez, o dispositivo comunicacional independe dos sentidos implicados pela recepção, e também do modo de representação da informação. Insisto nesse ponto, porque são os *novos dispositivos informacionais (mundos virtuais, informação em fluxo) e comunicacionais (comunicação todos-todos) que são os maiores portadores de mutações culturais*, e não o fato de que se misture o texto, a imagem, e o som, como

---

<sup>40</sup> De acordo com Lévy (1999), essas são características do hipertexto, mas como a *internet* é um ambiente hipertextual, optou-se por apontar, diretamente, essas características como sendo do meio.

parece estar subtendido na noção vaga de multimídia (LÉVY, 1999, p. 63).

Por isso, é importante investigar características da internet para acentuar especificidades do meio e observar formas de como as novas técnicas de transmissão e de tratamento da mensagem contribuem para a redefinição e/ou a reconfiguração de ações e aspectos sociais. Essas características ou princípios, como chama Lévy (1999), contribuem para que se perceba a internet muito mais como um sistema emaranhado de informações conectadas, constituindo um rizoma informacional, capaz de decodificar e ao mesmo tempo convergir estruturas organizacionais.

Pelo princípio da metamorfose (constante construção e renegociação) pode-se digitalizar a dinâmica das entidades virtualizadas, de modo que seja possível propor, ao internauta, concepções sobre alterações sociais que ocorrem naturalmente em um espaço. O princípio da heterogeneidade (possibilidades de disponibilidade de várias formas comunicativas – imagens, textos, audiovisual, transmissão em tempo real, ícones...) pode propor conexões lógicas e/ou afetivas, através das várias possibilidades de simulação e compartilhamento de símbolos da cultura.

Já pelo princípio da multiplicidade (qualquer nó ou conexão pode revelar-se conforme uma rede) pode-se apontar para a complexidade social que está envolto de um determinado ícone, através das inúmeras conexões que este ícone pode propor e, nesse sentido, fazendo um movimento inverso, pelo princípio da exterioridade (conexão com outras redes), o internauta pode chegar à entidade digitalizada. Esses dois princípios, portanto, direcionam para os outros restantes.

O princípio da topologia (tudo é perto na rede) aponta para a necessidade de conexões, propondo interligações entre ambientes. Por fim, o princípio da mobilidade dos centros (não há um único centro na rede) aponta para o fato de que a internet é um ambiente cheio de ramificações que esboçam detalhes, peculiaridades e sentidos, através dos quais, o usuário pode percorrer o mundo, abrindo apenas as janelas do seu micro ou outras plataformas de recepção.

A internet e demais tecnologias digitais, são novos espaços de convivência que sugere, a cada dia, novas e incipientes práticas sociais. Formas de se pensar e de se fazer o mundo e o cotidiano tornam-se cada vez mais frequentes nessa ambiência, possibilitando aos usuários novas experimentações interativas,

cognitivas e existenciais. Entre o imaginário e o mundo tátil, a internet constitui-se como o local alternativo de relações, nas quais as analogias, substituições, assimilações e articulações são fatores à disposição da criatividade humana para a constante edificação de práticas democráticas e desterritorializadas.

O que antes se encontrava limitado, circunscrito às fronteiras geográficas e/ou institucionais agora corresponde à amplidão, admitindo caráter universal e adimensional o que contribui para a formação do processo de mundialização como “um fenômeno social total que permeia o conjunto das manifestações culturais” (ORTIZ, 1994, p. 30). Contudo, imagens que compõem as representações binárias da cidade correspondem apenas a uma extensão dos territórios de uso do homem. Por elas, o navegante da internet pode perceber e participar de ações no local, mas sem experimentá-lo.

A internet e tecnologias digitais potencializam o turismo, mas não criam uma categoria turística do ciberespaço (reiterando o que já foi evidenciado). A cidade virtual, portanto, comporta-se como um dispositivo comunicacional capaz de incitar o surgimento de práticas sociais voltadas para a disseminação de expressões culturais e de valores locais. Assim, antecipa as ações, mas o turismo se concretiza no espaço físico, onde há experimentações e conseqüentemente produções de sentidos, afinal como propõe Merleau-Ponty (1999), a produção de sentidos dá-se após as experimentações.

O filósofo faz um convite à apreensão de sentidos dos fenômenos a partir de suas essências, princípios e da experimentação da coisa em si mesmo, constituindo uma síntese perceptiva, para posteriormente se exercer a síntese intelectual da narrativa proposta por ela. “Não é o sujeito epistemológico que efetua a síntese, é o corpo, quando sai de sua dispersão, se ordena, se dirige por todos os meios para um termo único de seu movimento, e quando, pelo fenômeno de sinergia, uma intenção única se concebe nele” (MERLEAU-PONTY, 1999, p. 312).

Portanto, a produção dos sentidos está vinculada a uma síntese perceptiva, que parte das sensações, da experiência sensível, penetrando em seguida na consciência, na razão cognitiva, constituindo-se como uma síntese intelectual, manifesta na forma de discurso, cuja materialidade, segundo Foucault (2007), está justamente nas sensações, na experiência e nos aspectos da cultura. Por isso, afirma-se com Merleau-Ponty (1999, p. 315) que “os sentidos traduzem-se uns aos

outros sem precisar de um intérprete, compreendem-se uns aos outros sem precisar passar pela ideia". O que faz a realidade do fenômeno é aquilo que pode ser apreendido pelo observador – quem experimenta e decodifica a cidade e dinamiza o turismo.

Quando se percorre o processo ininterrupto da percepção, a partir da cidade virtual, à experimentação que só é possível no lugar da cultura turística, pode-se dizer que se atingiu a unidade dos sentidos. Daí são admissíveis produções e reproduções discursivas, mesmo como negação dos discursos instituídos (ou como dúvidas). Ao tentar entender sentidos da cultura turística, a partir do ciberespaço, é importante considerar formas espaciais da cidade e as sensações que estas e seus elementos produzem em residentes e visitantes.

No entanto, admite-se que a ambiência comunicacional do ciberespaço ao possibilitar diversas formas de informações, ações e interações propõe o surgimento de construções culturais inéditas, corroborando para a reconfiguração das identidades digitalizadas.

A estrutura comunicativa da rede não representa um caminho que regula diretamente o pensamento e as ações humanas. Ela orienta apenas a comunicação que tornará a aceitação de determinadas mensagens e informações mais prováveis do que outras. É o sentido dado a conjuntos de mensagens que delimita os campos de comunicação (listas de discussão, consultas, sites, chats etc.) enquanto sub – ou microssistemas sociais (STOKINGER, 2001, p.110).

A própria estrutura comunicativa da rede conduz a produções de sentidos sociais de forma democrática, afinal, é o próprio internauta, um leitor imersivo, como denomina Santaella (2004), quem escolhe e delimita as suas ações *online*, construindo os seus horizontes e limites informacionais e operacionais, alterando ações e seus modos de percepção da vida. Esse movimento colabora para a atribuição de sentidos às suas conexões a partir do ciberespaço. Isso implica que cada comunidade turística escolhe seus próprios caminhos na internet, o que aponta para a necessidade da promoção de multiplicidade de ações e de informações em rede.

Porém, “a internet não pode fornecer um conserto tecnológico para a crise da democracia” (CASTELLS, 2003, p. 120). Mas a utilização do meio deve contribuir para promoção de benefícios às localidades digitalizadas. Palácios (2004) sintetiza

fatores que podem traduzir as expectativas sobre a interferência das cidades virtuais nas relações sociais e econômicas. Transparência administrativa e orçamentária, participação, democracia direta, desburocratização, acesso à informação e a programas alternativos de educação e lazer podem incitar uma efervescência social mais justa e mais humana.

A cidade virtual pode ser um dispositivo eficiente junto à divulgação e fortalecimento das culturas, à criação de novos laços comunitários e de vizinhança, além de ampliar lutas contra exclusões, colaborando para regenerações do espaço público. Para tanto, é preciso pensar formas adequadas de se propor ações políticas, econômicas, educacionais, informativas, interativas e quaisquer outros componentes da cidade virtual, para promoção do alargamento da democracia na sociedade. Compreende-se, com Bobbio (1997), que o desenvolvimento da democracia está vinculado à sua transição da esfera política (em que o indivíduo é concebido como cidadão) para a esfera social (na qual o indivíduo é reconhecido por seu *status*), o que exige um direcionamento de ações, conforme demandas sociais.

O tratamento dado à política na rede deve circunscrever-se a um aspecto cultural através do qual se propõe uma melhor organização da sociedade, privilegiando perspectivas e direitos coletivos. Nesse caso, além dos atos elaborados pelas representatividades eleitas pela população também as ações e protestos característicos de grupos culturais com identidade de resistência e de projeto devem caracterizar-se como expressões políticas contemporâneas que fomentam uma efervescência social democrática.

Uma vez conquistado o direito à participação política, o cidadão das democracias mais avançadas percebeu que a esfera política está por sua vez incluída numa esfera muito mais ampla, a esfera da sociedade em seu conjunto, e que não existe decisão política que não esteja condicionada ou inclusive determinada por aquilo que acontece na sociedade civil (BOBBIO, 1997, p. 156).

As ações políticas, portanto, devem comportar-se como manifestações culturais nas quais os cidadãos não apenas buscam direitos, mas também procuram espaços para reafirmarem pensamentos e propostas. Pensar em uma democracia contemporânea consiste na tentativa de promoção do acesso e participação coletiva junto às tomadas de decisões referentes aos destinos das cidades, envolvendo sentimentos e interesses da população que participa e compõe o cenário social. No

caso dos centros turísticos, considera-se importante a inclusão de residentes e visitantes nesses processos. Os primeiros porque fazem o cotidiano do lugar, os outros porque sem eles não há cultura turística.

Nessa era da cibercultura e convergências culturais, as cidades virtuais podem constituir-se como espaço de extensão das ações democráticas. Não se trata da elaboração de um novo tipo de democracia, mas da utilização das ferramentas e características do meio hipertextual bem como da adequação das categorias de atitudes *online* junto a fatores que esclarecem questões da atualidade local. Deve-se, também, possibilitar e estimular o cidadão a participar das decisões futuras da comunidade em que convive e que, de algum modo, se sinta responsável, considerando o processo de mundialização da cultura, em que comunidades de interesses e comunidades de lugar podem entrar em sinergia e concordância.

As cidades virtuais possibilitam, através de grupos de discussões, momentos de argumentação racional sobre temas de interesses coletivos. Nesses *chats* e redes sociais, o cidadão não é representado, mas pode com suas próprias palavras expor e compartilhar com o mundo suas indignações e reivindicações de forma direta, sem interlocutores. Essa interatividade permite o estabelecimento de uma esfera pública virtual, na qual, como reitera Jenkins (2009), produtor e receptor de mensagens se confundem e reparam continuamente de papéis, gerando uma inteligência coletiva.

Jamil e Marques (2003, p. 189) observam que “diferentes pontos de vistas e soluções a determinados problemas podem ser colocados neste âmbito de discussão, o que favorece a integração de ideias (isso acaba se relacionando à noção de inteligência coletiva de Lévy)”. A internet pode contribuir para o fomento de ações políticas com abrangência até mundial, a exemplo dos *'flash mobs'* – movimentos sociais instantâneos organizados a partir da rede – ou mesmo práticas de ciberativismo voltadas para colaborar com lutas de grupos com identidade de resistência e de projeto, como movimentos de gêneros e étnicos, grupos de trabalhadores do turismo e/ou qualquer minoria em representatividades políticas.

Os movimentos sociais do século XXI, ações coletivas deliberadas que visam à transformação de valores e instituições da sociedade, manifestam-se na e pela Internet. O mesmo pode ser dito do movimento das mulheres, vários movimentos pelos direitos humanos, movimentos de identidade étnica, movimentos religiosos, movimentos nacionalistas e dos defensores/proponentes de uma lista

infindável de projetos culturais e causas políticas. O ciberespaço tornou-se uma *ágora* eletrônica global em que a diversidade da divergência humana explode numa cacofonia de sotaques (CASTELLS, 2003, p. 115).

Assim, as movimentações sociais a partir da rede podem propor redefinições da esfera pública, já que as ações virtuais acabam por entrelaçar aspectos diversos da atuação humana. A própria estrutura rizomática da rede compreende uma maior interação de atividades sociais. Portanto, a interação *online* perpassa pelo domínio da cidadania, penetrando em questões econômicas, educacionais, informacionais, entre outros aspectos e peculiaridades das dinâmicas locais.

Projeções e movimentos sociais na internet possibilitam às empresas uma prática de comércio e prestação de serviços eletrônicos específicos para grupos manifestantes. Em *sites* voltados para a prática do ciberativismo, como o oficial do grupo *gay* de Portugal ([www.portugalgay.pt](http://www.portugalgay.pt)), evidencia-se a comercialização de produtos para os usuários, além da possibilidade de reservas de diárias em hotéis e de bilhetes para *shows* e festivais LGBT, entre outros serviços.

Essa prática cooperativa do *portugalgay* representa uma nova conjuntura organizacional das empresas e uma nova forma interativa destas com seus fornecedores, consumidores e concorrentes, fomentando inclusive, o que se denomina de *marketing* societal<sup>41</sup>. A utilização da rede como forma organizacional da empresa afeta todo o processo de criação, troca e distribuição de valores, fazendo emergir uma nova configuração sociotécnica, cuja compreensão é indispensável ao êxito empresarial.

Para Castells (2003), a empresa da (e na) rede corresponde a uma agência de atividade econômica estruturada em torno de projetos empresariais específicos, que devem apresentar flexibilidade e adaptabilidade voltadas para uma economia global, na qual se evidencia uma demanda em constante modificação. Por isso, a necessidade de incessantes inovações e da disponibilização de informações rápidas, precisas e direcionadas, que devem implicar na redução dos custos, eficiência e satisfação do consumidor.

---

<sup>41</sup> Segundo Kotler (2006), o *marketing* societal propõe que a organização deve conhecer necessidades, desejos e interesses dos mercados-alvo, satisfazê-los de maneira mais eficiente e eficaz que os concorrentes, de um modo que conserve ou aumente o bem-estar do consumidor e da sociedade como um todo. Trata-se de um *marketing* socialmente responsável com preocupações mais abrangentes, incluindo nas estratégias contextos éticos, ambientais, legais e sociais.



Para tanto, a empresa virtual pode incluir uma quantidade infinita de componentes, dependendo das operações e transações desenvolvidas, que podem atuar tanto em esfera global quanto local. Quanto mais houver interatividade e personalização dos serviços, melhor a qualidade e o ajustamento entre a empresa e o seu público (consumidores e fornecedores) no processo empresarial. O bom gerenciamento desses fatores permite uma maior administração da flexibilidade. Desse modo, enquanto é mantido o controle das operacionalizações e transações empresariais, pode-se ampliar o alcance do mercado consumidor bem como se pode diversificar a composição da empresa (oferecendo novos produtos e serviços, o que demanda novas relações).

Esses aspectos estão vinculados também ao reconhecimento da organização no mercado consumidor e na sua boa relação com o público, resultantes do uso adequado da marca junto à sociedade. Indubitavelmente, a melhor maneira de se manter uma boa imagem é manter a alta satisfação do cliente, considerando desde o momento de acesso à empresa *online*, passando pela execução da compra ou aquisição do serviço virtual, até o momento em que o cliente utiliza o bem ou o serviço adquirido. Mas como propor a satisfação do cliente, partindo desses três âmbitos (acesso, compra/solicitação de serviços e utilização do produto)?

Para tentar responder a esta questão considera-se que as ações na rede geralmente envolvem a constituição de comunidades virtuais e que os membros desses espaços são os principais divulgadores de artefatos dos interesses comuns, já que eles mesmos selecionam seus caminhos virtuais. Isso implica que membros de uma mesma comunidade virtual podem não ter relações entre si, mas têm as mesmas preferências e tolerâncias. Tais comunidades constituem redes de laços interpessoais capazes de proporcionar socialidade, informação, apoio mútuo e um senso de integração e identidade cultural.

A busca por informações, em uma determinada comunidade, pode possibilitar compreensões das atividades preferenciais dos usuários. O estudo sobre aspectos da comunidade virtual (que é também um estudo sobre identidade cultural) contribui para o delineamento das principais características do referido grupo. A investigação pode ser realizada a partir da análise dos discursos em rede (por exemplo, utilizando de técnicas da semiótica), dos principais *links* disponibilizados, sistemas de algoritmos, também a partir da frequência de visitas aos espaços virtuais, entre

outros aspectos que compõem a memória digital<sup>42</sup>. Estudos sobre as características identitárias das comunidades virtuais podem contribuir para produções customizadas, nas quais o produto final é adaptado ao consumidor individual, contribuindo para redução de custos com produção e a distribuição.

Por sua vez, evidencia-se que debates e ações nos espaços virtuais colaboram para o desenvolvimento das cidades turísticas, já que a compreensão desses processos pode oferecer pressupostos para a melhor estruturação de suas funções e aspectos. Como projetar, então, uma cidade nesse universo sem fronteiras? Como as cidades virtuais podem indicar ao navegante o senso do local? Como essas projeções podem contribuir para o desenvolvimento e organização do espaço urbano e como podem estimular fluxos de informações, capitais e pessoas? Como o imaginário turístico e o cotidiano do destino devem combinar-se na rede?

Diversas são as tentativas de digitalização das cidades e são também várias as referências virtuais de uma cidade turística cujas fronteiras ultrapassam o aspecto geográfico. Contudo, muitas dessas representações não exploram e nem sequer sinalizam a totalidade de aspectos que compõem a dinâmica local. Afinal, a cidade é uma totalidade de ações e de aspectos, na qual conflitos e harmonias; problemas e soluções compõem a sua ambiência.

Desta forma, não é tarefa fácil digitalizar uma cidade e devemos ter em mente esta complexidade para que a cidade digital não seja apenas uma metáfora simplificadora. O design deve explorar o potencial de conexão entre as pessoas e evitar ser uma simples transposição espacial do espaço. O modelo não deve ser substitutivo, nem transpositivo, mas complementar. De certa forma, as cibercidades devem insistir em formas de *multiplicar você*, já que podem ampliar o poder da ação à distância (teleação) e potencializar a emergência de redes de socialidade locais e empáticas (LEMOS, 2001, p. 17).

A cidade virtual deve exprimir o senso do local a partir da codificação simbólica das ações reais desenvolvidas no espaço físico, sem que haja omissão de perplexidades e regiões periféricas. Ao contrário, deve apresentar perspectivas de soluções para essas questões, bem como a capacidade do local em resolver

---

<sup>42</sup> Segundo Palácios (2003), a memória digital corresponde a uma memória múltipla, instantânea e cumulativa com grande potencialidade de arquivamento, flexibilidade combinatória e velocidade de acesso do ciberespaço. Isso cria um novo panorama no resgate da memória coletiva, pois funciona como uma base de dados para a produção de conteúdos.

eventuais problemáticas imprevisíveis. Afinal, não existe organização capitalista sem conflitos sociais, econômicos e políticos, por menores e menos significantes que sejam.

Não se deve pensar a digitalização das cidades sem situá-las no âmbito planetário como forma de reconhecimento e legitimação de uma nova fase inaugurada pelo capitalismo. Esse processo revela o caráter civilizatório desse sistema, o que para Roedel (1999, p. 109) corresponde “à sua capacidade de impor novos valores e/ou assimilar antigos traços culturais e denotar a eles novos sentidos mais adequados à globalização”.

A cidade virtual constitui-se como um ‘espaço de fluxo’, devendo, então, intensificar a dinâmica do local e de seus aspectos, fomentando relações de socialidade e a ocupação de espaços da cidade. Tais projeções cooperam para processos de mutação das identidades locais, bem como para processos de hibridismo cultural e para a emergência de multiculturalismos, pensando no respeito à alteridade e a aceitação das diferenças. Este pode ser um caminho para a construção de uma sociedade mais justa e mais humana.

Em Lemos (2001), apreendem-se três modelos de cidade virtual – ‘*grounded cyberscity*’, ‘*non-grounded cyberscity*’ e ‘*metaphorical cyberscity*’. O primeiro modelo, o da cidade virtual enraizada em espaços urbanos concretos, “tem finalidades mais diversas, desde a ampliação do espaço público, passando pela consulta a bancos de dados, à criação de comunidades através de fóruns e *chats*, até a possibilidade de fazer compras em shoppings virtuais e se entreter” (LEMOS, 2001, p.).

Como um exemplo bem sucedido dessas cidades enraizadas, tem-se a Aveiro Cidade Digital ([www.aveiro-digital.pt](http://www.aveiro-digital.pt)), construída na década de 2000. O modelo buscou mobilizar a sociedade com projetos de intervenção no espaço concreto, sugeridos pela própria comunidade, por meio de quiosques públicos, acesso a escolas e bibliotecas, incluindo também várias iniciativas culturais. Representa uma tentativa de incorporar tecnologias de comunicação à sociedade, promovendo igualdade de oportunidades e o acesso público e universal à informação.

O segundo modelo, o *non-grounded cyberscity*, geralmente fornece informações turísticas e culturais de uma cidade, servindo como um guia, a exemplo das cidades dos portais Terra e UOL ou mesmo páginas municipais. Trata-se da enumeração de dados e paisagens, sem preocupação em exprimir o senso do local.

Exibem paisagens exóticas ou o brilho dos néons, tentando-nos com os prazeres da noite e da boa mesa, atraindo-nos para shows folclóricos ou visitas a museus e galerias de arte, anunciando saudáveis caminhadas por aventureiras trilhas tropicais ou relaxamento total em luxuosos spas cercados de montanhas nevadas (PALÁCIOS, 2004).

Esse modelo é pertinente por apresentar informações rápidas e precisas, mas não permite ao usuário executar ações na rede. Como poderiam descrever a complexidade de cidades onde se evidenciam vários tipos de turismo? O que enfatizar? Paisagens naturais, centros históricos, espaços para eventos? Ou deve-se organizar a cidade na forma de *links* pontuados em sequência, onde poucos internautas têm paciência de abrir um por um? Esses questionamentos valem também para o terceiro modelo, o *metaphorical cyberscity*, que apenas assemelham-se a uma cidade na construção das informações, constituindo metáforas da cidade, como o são os *sites* do *Geocities* e Wikipédia.

Desde o final da década de 1990, o município e companhias turísticas de Porto Seguro começaram a ser projetadas no ciberespaço da internet, porém, a maioria desses sítios virtuais não promovem debates públicos. A maioria funciona como folhetos destinados a vender serviços turísticos, cuja preocupação é fornecer informações sobre características ambientais, festivas e folclóricas do local, exibindo paisagens e atrações noturnas. Um estudo sobre representações de Porto Seguro na internet é conteúdo do próximo capítulo.

## 7. Um Porto virtual Seguro?

Quem quer levada? Tem; quem quer cocada? Tem; a massa que rebola, abará, coca-cola. Quem quer miolo? Tem; quem quer crioulo? Tem. O plug a lata d'água; prêt-a-porter, anágua [...]. Ta no tabuleiro ponto com mundo inteiro, o balancê, balancê dos balangandás, um ie, ie, ie, ie, ie, ie no sol das manhãs, na rua te ver [...] (DEL REY, Tenilson; VASCON, Paulo; ZARATH, Jorge. **Groove da baiana**. In: Daniela Mercury, disco Sol da Liberdade 2000).

O fragmento de texto da letra da canção *Groove da Baiana*, usado com epígrafe, representa aqui uma metáfora para se analisar as representações de Porto Seguro na internet, para em seguida sugerir novas reformulações. No tabuleiro da baiana, o acarajé, vatapá, caruru, salada, pimenta, bolinho de estudante e cocadas estão organizados à vista do freguês de modo a estimular o apetite. O aroma que exala da fritura do bolinho é elemento de *marketing* do tabuleiro, e o ordenamento dos alimentos possibilita aos consumidores escolher exatamente o que adicionar no quitute.

Uma vez aberto, o tabuleiro não se esgota. À medida que seus itens vão acabando, logo a quituteira ou suas auxiliares vão repondo. Mas indubitavelmente o que consolida a freguesia, o que faz o consumidor se fidelizar a um tabuleiro, entre tantos na Bahia, é a capacidade de interação da baiana. E para tanto, ela utiliza de diversas linguagens, como indumentária e acessórios, alegria, charme, expressões regionais e o esforço para atender às demandas do dia, satisfazendo seus clientes; seja dosando a quantidade de pimenta, ou mesmo seja com um simples sorriso de simpatia, atraindo pessoas do mundo inteiro.

Como o tabuleiro da baiana, a cidade virtual turística deve ser um espaço dinâmico e democrático, onde todos podem opinar, comprar e interagir com as mesmas possibilidades, criando uma ambiência capaz de atrair os usuários para o espaço físico, dinamizando a cultura turística. A extensão da cidade para o ciberespaço da internet deve ser organizada de modo a permitir que usuários consigam trafegar por suas infovias, construindo suas próprias trilhas virtuais de modo a satisfazer suas necessidades de informação e interação, além de poderem contratar os serviços desejados.

Há quase duas décadas estão disponíveis na internet diversas representações do município de Porto Seguro, porém ainda estão longe de representar a

complexidade social do local bem como toda a potencialidade da cultura turística. Estas representações quase sempre ressaltam o imaginário da Carta de Caminha, pontuando festividades e a natureza exótica. Geralmente são extensões de empresas do *trade*, pouco voltadas para o estímulo à democracia e à interação social, funcionando na maioria das vezes como catálogos de imagens, e no caso de hotéis, possibilitam reservas de leitos para hospedagem.

Essa constatação deu-se após nova visitação e análise de conteúdo de *sites* referentes ao município, nos meses de junho e julho de 2017<sup>43</sup>. Estes sítios virtuais foram estudados durante a pesquisa de mestrado em 2004<sup>44</sup>, portanto, a revisão teve o objetivo de atualização do estudo. Para surpresa, houve pouquíssimas mudanças, inclusive, vários sites não atualizaram nem mesmo os textos de apresentação. Alguns, por sua vez, já estão desativados, porém, optou-se por deixá-los na relação de análise no blog, no sentido de materializar a dimensão da investigação. De modo geral, os sites mantiveram as mesmas estruturas informacionais e de serviços, havendo mudanças apenas na interface, e em alguns casos conexões a redes sociais, especialmente o *Facebook* e *Twitter*, até o momento da revisão.

Entre os 108 sites analisados, 32 se aproximavam do modelo *non-grounded cybercity* e 76 do *metaphorical cybercity*, embora com diferenças muito sutis. Assim, além dos aspectos definidos anteriormente, considerou-se como *non-grounded cybercity sites* que imediatamente possibilitavam idealizações sobre o local, considerando que as informações disponibilizadas pudessem estimular no internauta o desejo de vivenciar o espaço físico.

Aqueles que exibiam apenas informações textuais foram considerados *metaphorical cybercity*. De 2004 a 2017, não houve iniciativas que pudessem ser classificadas como cidade virtual enraizada em Porto Seguro. Porém, fica como questão se a disponibilização de redes de wi-fi por hotéis e demais empreendimentos poderiam constituir-se como experiências de *grounded cybercity*, já que de algum modo possibilitam o acesso do usuário à rede, potencializando processos interativos.

---

<sup>43</sup> A relação de sites visitados e revisados está no endereço [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/) com o título Sites analisados.

<sup>44</sup> A metodologia da pesquisa está no [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite/) com o título Tecnologia, cultura e turismo: metodologia.

Buscou-se identificar nos *sites* uma concepção mais aproximada possível do senso do local, tentando identificar elementos como informações e serviços que propunham inter-relacionamento do usuário com a cidade, bem como entre membros de uma mesma comunidade turística. Concluiu-se que era necessário encontrar em uma única representação virtual, informações gerais sobre a localidade, informações jornalísticas, educação, prestação de serviço, comércio eletrônico e interatividade.

A partir desses conteúdos, inferiu-se que o internauta pudesse desenvolver uma compreensão mínima sobre a dinâmica do local no espaço físico, o que pode proporcionar-lhe uma concepção da cidade enquanto um composto orgânico. Como interação, foi evidenciada qualquer ação que proporcione o contato humano através do computador (*e-mails*, *chats* ou *fóruns*) observando, na atualização da análise, a disponibilidade de informações em redes sociais.

Por prestação de serviços, incluiu-se a reserva de diárias e de passagens, contratação de passeios, compra de ingressos, locação de automóveis e/ou outros serviços da cultura turística. As informações estipuladas deveriam referir-se a dados estatísticos, geográficos e da natureza, informações históricas e da atualidade do município, ressaltado o número de bairros, hospitais, escolas, bancos e postos de autoatendimento bem como qualquer informação que amplie a descrição da cidade.

Compreendeu-se que a educação, nesses espaços virtuais turísticos, deve proporcionar orientações para turistas e autóctones, cuidados com o meio ambiente e com o patrimônio histórico bem como a disponibilização de estudos científicos, enfocando aspectos referentes ao meio ambiente, história, organização socioeconômica, etnicidade entre outras temáticas do urbano. Também se considerou como educação, orientações para evitar perplexidades sociais, bem como a promoção de conteúdos que estimulam o respeito à alteridade. Por fim, foram consideradas como *e-commerce* a venda e compra de utensílios e objetos pela rede e, por jornalismo informações sobre o cotidiano do município, o que poderia proporcionar uma concepção mais ampla sobre a contemporaneidade.

Hotéis, restaurantes, a Prefeitura Municipal, a Cidade Alta, a Passarela do Álcool e muitos outros espaços de Porto Seguro estão presentes no ciberespaço, em locais que pouco ou quase nada contribuem para a promoção de debates públicos e para a prestação de serviços à comunidade civil. Pode-se dizer que

apenas um dos locais analisados - [www.citybrazil.com.br/ba/portoseguro](http://www.citybrazil.com.br/ba/portoseguro) - possibilita percepções sobre a complexidade socioeconômica do município, além de disponibilizar espaços para manifestações públicas. Este *site* explora as características do meio e oferece serviços que agilizam as ações dos visitantes.

Porém, na maioria das representações, muito pouco ou quase nunca se fala na melhoria da localidade, apenas exalta-se o multiculturalismo, propagando o imaginário de Caminha. Natureza exótica, sensualidade e liberdade são os principais temas apresentados pelos *sites*. Em português ou em qualquer outro idioma, principalmente inglês, Porto Seguro está presente na rede como o local da diversão, da descontração e do 'se querendo tudo pode', como está evidenciado nos textos abaixo retirados de sites analisados, que permaneceram inalterados entre 2004 e 2017.

Porto Seguro [...] conhecido por ser o local do descobrimento do Brasil. Carnaval é especialmente animado e o local é conhecido por sua agitada vida noturna e pelas comemorações do ano novo. Índios Pataxós, ainda vivem em Porto Seguro, pescando e fazendo artefatos para venderem aos turistas no centro da cidade histórica, onde tem interessantes igrejas, adoráveis jardins e uma bela visão panorâmica. A área em volta de Porto Seguro é uma densa reserva da Mata Atlântica. Cruzando a baía, chega-se ao Arraial d'Ajuda, um cenário admirável em um penhasco irregular com tranqüilas praias. O centro é cheio de bares e restaurantes e tem uma boa vida noturna. Ao longo da costa, está Trancoso, uma pequena e simples vila conhecida por ter as mais bonitas praias do Brasil.<sup>45</sup> In: <http://discoverbrazil.com/ntours/PortoSeguroPackageDN/index.cfm>

Turista tem muito o que fazer nas noites 'arraialenses'[...] Não há espaço para o tédio em um território repleto de bares, boates com infra-estrutura completa, bar e ambientes com efeito *hi-tech*. O roteiro da *nigth* obrigatoriamente passa pela *Brodway*, Estrada do Mucugê e Beco das Cores [...] Homens bonitos, geralmente estrangeiros tostadinhos e gatinhas que capricham no visual (nada de encarnar Gabriela Cravo e Canela e perambular por lá no modelito de chita, hein meninas!) sobem e descem a ladeira de paralelepípedos, atentos a olhares, e disparando olhares. Não sei que tipo de magia

---

<sup>45</sup> Porto Seguro, in the extreme south of Bahia – including Arraial d'Ajuda and Trancoso – is another Bahia destination that has been selected by DiscoverBrazil.. Carnival here is especially lively and the town is known for its vibrant nightlife and New Year's Eve celebrations. Pataxo Indians still live near Porto Seguro, fishing and making handicrafts to sell to tourists and the town itself has a historical city on top of the hill with some interesting churches, lovely gardens and wonderful panoramic views. The area around Porto Seguro is a densely forested nature reserve of original Atlantic forest. Across the bay lies Arraial d'Ajuda, which is set high on a cliff overlooking a rugged coastline with idyllic beaches. The town is full of bars and restaurants and has a good nightlife. Further along the coast is Trancoso, a simple little village known for having some of most beautiful beaches in Brazil.



para no ar, que faz com que Arraial D'Ajuda desencilhe seus visitantes. Que lá todo mundo se arranja, ah! isso é verdade. In: <http://www.cosmo.com.br/viagem/integra.asp?id=96051>

Como nesses dois exemplos, em quase todos os *sites* analisados há a propagação do imaginário de Caminha e de elementos que fomentam o processo de espetacularização da cultura local, reproduzindo discursos de outros meios, como pode ser observado no primeiro texto sobre os índios Pataxós.

Nenhum dos sítios virtuais contemplou todos os aspectos estipulados. Muitos nem mesmo exploram as características do meio para a contextualização do município, o que poderia permitir ao internauta uma maior percepção do cotidiano. As informações, em geral, referem-se à descrição de hotéis e de alguns atrativos turísticos, evidenciando praias e casas noturnas.

Com relação ao conteúdo estipulado para o critério informação, pode-se destacar, como o melhor estruturado, o *site* [www.portosegurotur.com/](http://www.portosegurotur.com/). Este oferece uma ampla contextualização sobre o município, constituindo-se como um bom local para identificação de prestadoras de serviços úteis aos visitantes e também à população local. Entre as informações, estão aspectos geográficos, localização, enumeração de estabelecimentos comerciais, telefones e endereços de prestadores de serviço como hospitais, postos de saúde, empresas de transportes e bancos. Ainda constam informações sobre o calendário de eventos, sobre os centros culturais e enumeração das principais atividades econômicas.

Contudo, o PortoSeguroTur não proporciona prestação de serviços, educação, nem *e-commerce*. O jornalismo limita-se a aspectos lúdicos do município, como festas e diversões. De modo geral, o jornalismo referente ao município praticado na internet é voltado para notícias turísticas ou espetacularizações da violência ou problemas políticos, pouco se apuram ações cotidianas. As realizações populares, lutas de classes, situações reais dos bairros (os bairros nem constam nos *sites*) e as perplexidades sociais não são pautas da maioria dos *sites* que oferecem jornalismo.

Da totalidade de espaços estudados que apresentam este conteúdo, apenas três são totalmente referentes ao município de Porto Seguro, as outras notícias estão veiculadas em extensões de jornais impressos ou em portais que reúnem cidades turísticas, ou *sites* referentes à região. Um exemplo é o [www.radar64.com](http://www.radar64.com) que, embora tenha várias editorias, destaca na página inicial notícias sobre

problemáticas locais, evidenciando a violência urbana. Tais produções têm pouco aprofundamento, caracterizando-se mais pelo sensacionalismo.

*E-commerce* e educação são os aspectos menos frequentes na rede referentes ao município. Do universo investigado, apenas oito *sites* contemplam a educação, apresentando estudos científicos, versões sobre a história local, inclusive um que apresenta linguagem infantil, de modo a orientar a criança sobre as peculiaridades do local e explicações sobre a fauna e a flora, bem como sobre construções arquitetônicas e cultura do município.

O *e-commerce* é frequentemente encontrado em *sites* de imobiliárias, que disponibilizam vendas *online* de imóveis. Como no caso do <https://www.bahiahomes.com.br/> extensão de uma empresa familiar que vende loteamentos e imóveis em Trancoso, entre outras localidades da Bahia, como Ilhéus, Praia do Forte e Barra Grande. O negócio pode ocorrer em tempo real uma vez que o usuário pode entrar em contato direto com o vendedor, através de uma caixa de diálogo. Esta prática sinaliza a emergência de empresas *Lone Eagles* e *High Fliers*. Também foram encontradas ofertas de obras de arte, produzidas por artistas locais entre objetos como roupas e eletrodomésticos (o OLX não foi considerado).

As empresas hoteleiras constituem a maioria das representações do município na internet. Reproduzem uma prática comunicacional voltada para a organização de *links* que conduzem o usuário a trafegar por todo o hotel e em alguns espaços exóticos do município, antes de realizarem as reservas de suas diárias. Geralmente, essas extensões de hotéis apresentam em sua estrutura *links* denominados '*Reservas*' (permitindo a execução de reservas diárias); '*Contate-nos/Fale conosco*' (promove interação do navegante com a empresa); '*Serviços*' (descreve os serviços do hotel); '*Conheça nosso hotel*' (apresenta as instalações do hotel).

Nas extensões desses empreendimentos, geralmente aparece o *link* '*Passeio Virtual*', onde estão enumerados alguns atrativos turísticos, demonstrados através de fotografias e um pequeno texto com a função de estimular o visitante ao deslocamento físico. Exibem paisagens exóticas, praias tropicais, *shows* contagiados por multidões enlouquecidas, lindas mulheres e garotos fortes e um pouco de história, propagando o mito do descobrimento. Outros serviços são oferecidos na rede por imobiliárias, agências turísticas, locação de automóveis,

aluguéis de casas para temporada, reservas de passagens aéreas e/ou terrestres, matrícula em aulas de dança, e também há a oferta de serviços sexuais.

Nos espaços analisados há links que estabelecem relação direta entre usuários e prestadoras de serviços. A maioria utiliza de *Fanpages* para postagens de imagens da cidade e fotografias de turistas nas instalações, porém são espaços pouco frequentados. No entanto, turistas compartilham experiências ou deixam recados, elogios ou críticas à empresa e/ou à cidade. Não há de fato estímulo à cidadania nem à democracia nesses ambientes.

De alguma forma, todos os *sites* oferecem algum tipo de informação (questiona-se a qualidade destas informações). A prestação de serviços é bastante limitada à rede hoteleira; não há exatamente o que se poderia chamar de educação para o turismo, embora se encontre *sites* com conteúdos científicos sobre o lugar. O *e-commerce* ainda não fomenta uma dinâmica econômica do município. O que se observa como jornalismo reproduz, na maioria dos casos, práticas da imprensa marrom, noticiando apenas o espetáculo, em vez de usar o meio para promover a democratização da informação, uma das principais funções do jornalismo.

A interação nas representações virtuais de Porto Seguro são espectros de uma economia capitalista e de um sistema tecnocrático. Tem-se um conjunto empresarial voltado para interagir com possíveis clientes, no sentido de fazer-lhes reservar seus serviços. Não há estímulos a reflexões nem questionamentos sobre política, economia, cidadania, turismo e demais temáticas contemporâneas. Há reproduções de espetáculos como simulacros da cultura.

Não existe uma interação entre a comunidade civil e os setores públicos e empresariais que poderiam caracterizar uma democracia social e sinalizar uma melhor organização do local. Não há também uma interconexão entre essas representações de Porto Seguro. Os conteúdos estipulados para a pesquisa estão presentes na rede, porém dissociados, dispersos, o que não permite apreensões amplas sobre a cidade. Geralmente, estão disponíveis segundo a frequência identificada pela tabela que se segue (tabela 1.1).

<b>Presença total dos conteúdos nos sites analisados</b>	
<b>Conteúdo:</b>	<b>Número total de sites em que se identificam os conteúdos:</b>
Interação	Em 76 sites (e-mail – 70; fórum – 5; chat – 5 caixa de diálogo 11)
Prest. de Serviços	Em 65 sites
Informação	Em 111 sites
Educação	Em 8 sites
E-Commerce	Em 8 sites
Jornalismo	Em 21 sites

**Tabela 1.1**

Constatou-se ainda que os sites analisados não exploram devidamente as características da internet. Isso também dificulta para o usuário um melhor entendimento sobre a dinâmica do município. Apenas em três endereços<sup>46</sup> foram contempladas todas as características do meio. De modo geral, observa-se a exploração da hipertextualidade e da heterogeneidade. Em poucos sites, observa-se o princípio da metamorfose, estes geralmente aparecem em espaços jornalísticos e em imobiliárias e agências. Também o princípio da exterioridade não é tão evidente.

A maioria das representações do município apresenta estrutura fixa, principalmente quando se trata de hotéis. Estas empresas utilizam muito da heterogeneidade, da hipertextualidade e da mobilidade dos centros para apresentarem suas acomodações, compartimentos e mostrarem os serviços oferecidos. Por se tratar de edificações isoladas, geralmente, não há exterioridade, por isso, na maioria das vezes, ao entrar em um hotel virtual, o usuário não consegue deslocar-se para outro espaço, o que culmina também na não utilização do princípio da topologia, afinal, nesses hotéis virtuais estão aproximadas apenas as instalações da própria empresa e alguns aspectos do cenário urbano e natural.

Em sites de imobiliárias ou agências de turismo, observa-se a exploração da topologia, aproximando localidades em links, que, geralmente, não se convertem em

<sup>46</sup> [www.citybrazil.com.br/ba/portoseguro/](http://www.citybrazil.com.br/ba/portoseguro/)  
[www.cvc.com.br/brasil/aereo/portoabrolhossaba\\_8d/default.asp](http://www.cvc.com.br/brasil/aereo/portoabrolhossaba_8d/default.asp) e [www.freires.com.br](http://www.freires.com.br)

ampliação do conteúdo originário, mas sim, que levam o usuário a outro espaço, acrescentando-lhe outras informações também superficiais. Nesses sites, fica fácil deslocar-se de hotel em hotel, ou, em poucos casos, dar um passeio virtual pelo município. Mas esse é um caminho sem volta, afinal, muitas vezes não há como retornar sem sair do *site 'linkado'*.

Portanto, pode-se dizer que extensões do município de Porto Seguro ainda não constituem verdadeiras representações do local, mas sim, simulacros isolados, que proporcionam ao internauta apenas ilusões referenciais e limitadas. Como demonstrado na tabela abaixo (Tabela 1.2), alguns recursos são mais explorados que outros. A análise aponta para a necessidade de se planejar melhor o município de Porto Seguro no ciberespaço, na tentativa de representá-lo como um composto orgânico.

<b>Características do meio encontrada nos sites analisados</b>	
<b>Características</b>	<b>Total de sites que apresentam a característica</b>
Hipertextualidade	Encontrada em 102 sites
Metamorfose	Encontrada em 43 sites
Heterogeneidade	Encontrada em 77 sites
Multiplicidade	Encontrada em 26 sites
Exterioridade	Encontrada em 15 sites
Topologia	Encontrada em 60 sites
Mobilidade dos centros	Encontrada em 57 sites

**Tabela 1.2**

Ressalta-se também a importância da exploração das categorias de atitudes, verificando *'a priori'* como estas vêm sendo utilizadas nas extensões do município. Assim, nos sites analisados, identificou-se a utilização dessas categorias em representações de hotéis, agências de turismo e imobiliárias. Apenas a categoria analogia aparece em quase todos os sites. A substituição foi identificada em imobiliárias; a assimilação em hotéis virtuais e a articulação é uma categoria de atitude bastante utilizada por agências de turismo e imobiliárias, pondo o usuário em contato direto com hotéis ou, no segundo caso, com o locador ou o proprietário de

imóveis. O total de exploração das categorias de atitudes pelos sites analisados está identificado na tabela abaixo (tabela 1.3).

<b>Categorias de atitudes disponibilizadas nos sites</b>	
<b>Categorias</b>	<b>Total de sites que disponibilizam a categoria</b>
Analogia	Encontrada em 100 sites
Substituição	Encontrada em 03 sites
Assimilação	Encontrada em 50 sites
Articulação	Encontrada em 36 sites

**Tabela 1.3**

A análise dos sites indica que ainda muito tem que ser feito e estudado para se edificar uma estrutura virtual capaz de realmente não só representar a dinâmica do município, como também propor novas ações locais. É preciso, portanto, pensar em um modelo de cidade que possa ampliar as bases do desenvolvimento turístico sustentável, na qual o ciberespaço seria um elo entre as várias comunidades que compõem o cenário e a dinâmica local.

Conteúdos, características do meio e categorias de atitude devem ser melhores redefinidos junto às projeções virtuais do município. É preciso criar estruturas que permitam aos cidadãos utilizarem a internet realmente como um espaço de agilização das ações e de democratização. Contudo, a construção da cidade virtual deve considerar o posicionamento da população sobre o próprio local, sem o que constituiriam uma ação tecnocrática.

Nesse sentido, a internet pode ser usada como um espelho da sociedade, apresentando ícones e símbolos eleitos por moradores e visitantes do município. Também se deve pensar na edificação dessa estrutura virtual, como forma de por em sinergia e em pé de igualdade, com relação aos destinos da cidade, ricos e pobres, patrões e empregados e demais tipos antagônicos, que diariamente compõem a ambiência do local, fomentando processos de hibridismo cultural, multiculturalismo e mutações identitárias.

O processo é difícil e lento, afinal conciliar intenções capitalistas, se não utópica, é uma atitude bastante prodigiosa. Contudo o estudo sobre a vontade da população, associado a um estudo sobre o planejamento urbano pode ser um caminho para se chegar a um consenso acerca de uma representação virtual da cidade, evidenciando seus imaginários e identidades da cultura turística. O próximo capítulo, portanto, corresponde a um exercício para se pensar a extensão do município de Porto Seguro para o ciberespaço da internet.

## 8. A cidade virtual como uma canção para a liberdade

Sob o sol da liberdade, liberdade em que se dança. Sob o sol da liberdade, ainda sou criança. Ao penhor dessa igualdade, nosso povo que se esbalde em teu samba retumbante. Brava gente brasileira, gente boa que se preze, nossa terra tem palmeiras onde reina o samba *reagge*. O samba *reagge* rei. Salve salve o meu país, salve salve pátria (mátria) minha. E a nossa amada batu, batu, batucada. Somos notas, soltas notas, a compor a melodia, vinda das massas, vindas das praças, vinda de onde não se ouvia. Do *mangue beat* do Recife que resiste, do *rap* que repete a violência, do parintins que o índio existe. Pops como pecado. Pops como pecado. Agora olhe pro céu, veja como ele está lindo. Sob o sol da liberdade, liberdade em que se dança. Sob o sol da liberdade ainda sou criança. O povo reza pra Deus ajudar, o povo canta seus hinos. O povo vai aprender a falar é flor em teu solo se abrindo. Com a nossa pouca idade, com a nossa alegria, sob o sol da liberdade neste instante, neste dia. Sob o sol da liberdade a brilhar no céu da pátria. Neste dia, neste dia (MECURY, Daniela, **Sol da liberdade**. In: Daniela Mercury, disco sol da liberdade, 2000).

Liberdade talvez seja a palavra que melhor traduz ações na rede. Liberdade de expressão em todas as dimensões, com os exageros do *underground*, com as necessidades de reivindicação popular, com as cobranças sociais e com as metáforas identitárias dos grupos com identidade de resistência e de projeto. Não por acaso, então, se escolheu a canção *Sol da Liberdade* como epígrafe para ilustrar este capítulo. A tentativa é de explorar as entrelinhas de seus versos para incitar uma discussão sobre as possibilidades de mudanças sociais promovidas pela rede e acima de tudo, cogitar sobre a capacidade popular de adaptação ao presente e à preparação para o futuro.

Nesse sentido, compreende-se a necessidade de se enfatizar elementos que compõem o imaginário das localidades, que são, em muitos casos, motivos de orgulho e de autoestima para o autóctone e, no caso da cidade turística, comportam-se como atrativos para empresários e consumidores. Portanto, festividades, natureza exótica, mitos históricos e demais aspectos do imaginário podem, acima de tudo, incentivar a realização de novos vínculos sociais e econômicos, capazes de ampliar as oportunidades de melhoria de vida para a população local.

Para tanto, é necessário que haja, junto às políticas de planejamento e organização social, um processo comunicacional responsável, voltado não apenas para difusão desses aspectos, mas também para o estímulo à cidadania e à



democracia. A canção, utilizada como epígrafe, que é uma homenagem ao meio milênio do Brasil, comporta-se como um convite ao público para reformulações sobre ações cotidianas e concepções sobre o próprio país, valorizando expressões locais, mas sem perder de vista as expressões do multiculturalismo e dos hibridismos culturais que promovem alterações nos aspectos identitários.

Essas expressões, tão efervescentes nesse tempo de cibercultura, encontram nos meios de comunicação ambiência ideal para se proliferarem por diversos locais, considerando peculiaridades de cada meio. Assim, com atenção voltada para a internet, admite-se que, nos processos comunicacionais, principalmente nos turísticos, é preciso repensar abordagens sobre as localidades, enfatizando a utilização adequada das categorias de atitudes permitidas na rede e a exploração incisiva das características do meio.

A necessidade de conhecimento, a ânsia por informação, a vontade popular de munir-se com as novas tecnologias da informação, que compõem o imaginário da cibercultura, pode fazer da informação e das ações *online* ferramentas que promovam democracia, desburocratização e interação social. E como não poderia deixar de ser, por esse mecanismo comunicacional também se podem apresentar conteúdos capazes de conduzir usuários a repensarem suas práticas turísticas, atentando para o respeito à diferença e à alteridade. Com a promoção de uma educação intercultural, pode-se, paulatinamente, articular residentes, empresários, turistas e políticos de modo a contribuir para a edificação de uma sociedade mais justa e mais humana. É nesse sentido que se pensa metaforicamente a cidade virtual como uma canção para a liberdade.

O turismo é uma cultura, entre tantas outras da sociedade de consumo, que apresenta diversas discrepâncias socioeconômicas e diferentes perspectivas de usufruto dos espaços e objetos, conforme se identificou nas contextualizações sobre Porto Seguro. Portanto, é importante ressaltar que, para a organização e posterior digitalização dos centros receptivos, devem estar combinadas ações públicas e privadas na execução de investimentos financeiros e tecnológicos de modo a preparar e potencializar o espaço físico para ser consumido a partir de suas especificidades. Ou seja, é preciso entender características do local, identificar problemáticas para solucioná-las, e, então, projetar a cidade no ciberespaço, potencializando suas funções, o que corresponde a ações simultâneas.

O estudo sobre Porto Seguro mostrou que uma cidade desorganizada jamais estará organizada na rede e, principalmente, que o fomento à cultura turística compreende um entrelaçamento de todos os aspectos do centro receptivo. Afinal, enquanto cultura, o turismo ocorre eminentemente a partir de interações sociais, que são dinâmicas e imprevisíveis. Portanto, é importante pensar a cidade turística como um espaço em contínuo planejamento. Entende-se planejamento urbano como um processo de organização, no qual são considerados fatores socioeconômicos, estruturais, identitários, imaginários, aspectos político-ideológicos, naturais e demandas da população. O planejamento envolve planos de longos prazos e projetos estratégicos.

De acordo com Beni (2000), a organização da cidade turística deve refletir a vontade da população, garantindo o seu envolvimento e participação nas atividades de planejamento e desenvolvimento, fomentando ações integradas e sustentáveis<sup>47</sup>. Esses planos referem-se às metas e objetivos específicos da cidade e vinculam-se ao desenvolvimento futuro. Já os projetos estratégicos direcionam-se à identificação e à solução de questões imediatas, orientando-se para ações em curto prazo e ao encaminhamento de acontecimentos inesperados.

Os planos de longo prazo compreendem tanto a infraestrutura urbana quanto projeções de áreas para construção de empresas, com respectivas regulamentações de uso do solo e estratégias de atração de empreendimentos, evidenciando o desenvolvimento sustentável e o aumento da oferta de empregos. Nesses planos, devem conter táticas para edificar, manter e requalificar continuamente sistemas de serviços públicos capazes de responder às necessidades das populações autóctone e flutuante, assegurando uma infraestrutura eficaz para a dinâmica do centro receptivo.

Abastecimento de água, iluminação, saneamento básico, serviços de transportes e comunicação, postos de saúde, segurança e limpeza pública, sistemas eficientes de sinalizações de trânsito, das ruas e demais lugares da cidade são demandas mínimas que os governos devem oferecer para promoção da cultura

---

<sup>47</sup> Entende-se sustentabilidade, de acordo com Capra (1983), como consequência de um complexo padrão de organização caracterizada por processos de interdependência, reciclagem, parceria, flexibilidade e diversidade. Segundo o físico, sustentabilidade combina variáveis econômicas, sociais, culturais, políticas, institucionais e territoriais promovendo interações humanas, preservação e conservação do meio ambiente, natural e construído, não comprometendo recursos para gerações futuras.

turística, que não existe independente na cidade, mas perpassa por todos os seus aspectos. Também se devem considerar como infraestrutura básica para a dinâmica turística construção de centros de eventos, aeroportos, portos, rodoviárias e *digital places*, promoção de internet *wi-fi* em áreas públicas, como praças, calçadões e demais espaços de interação social.

Ainda, deve fazer parte do planejamento, investimentos na qualificação do profissional de turismo e criação de projetos que estimulem o empreendedorismo. Devem ser promovidas ações de proteção ao meio ambiente e para expressões de segmentos com identidade de resistência e de projeto, como grupos étnicos e de gênero. É necessário também educar empresários, autóctones e turistas para evitar práticas que ampliam perplexidades sociais como tráfico de drogas, prostituição infantil, exploração do trabalho e espetacularização da cultura, além de criar mecanismos de coerção e punição de tais práticas.

Esse processo de planejamento deve ocorrer por meio de estudos sobre o espaço, identificando e descrevendo a sua organização geopolítica e administrativa, recursos ambientais e culturais da cidade bem como suas características socioeconômicas e tendências de tráfego. Em seguida, devem ocorrer análises desses aspectos, incluindo sugestões populares, para, posteriormente, serem implantadas tais políticas, diretrizes de orientação e programas operacionais, estabelecendo metas e projetos específicos para garantir a interação sustentável das inovações tecnológicas aos aspectos da cultura.

O estudo e formulação de políticas para o desenvolvimento turístico têm que ser evidenciados a partir do reconhecimento e legitimação de questões identitárias, levando em conta as concepções de valor da comunidade. Segundo Martín (2001), obtém-se a concepção de valor pelo conhecimento do processo histórico de formação social, em que são identificados seus valores materiais e imateriais em uma esfera que visa comunicar o que os objetos, as tradições e a paisagem significam naquele espaço. Estudos sobre a memória coletiva, portanto, podem ser caminhos para identificação desses sistemas de valores e constituição de gestões públicas mais democráticas.

Os valores a serem reconhecidos, portanto, devem ser extraídos da dinâmica do local e da história, de modo que habitantes e visitantes os reconheçam e identifiquem como constituintes da memória e da identidade local bem como a partir

das próprias manifestações das populações tanto local quanto flutuante. O planejamento urbano prescinde de uma flexibilização do olhar sobre o espaço e chama a atenção para a implementação de ajustes necessários aos lugares, conforme mudanças mundiais e locais, destacando perspectivas de empresários, residentes e turistas.

A sociedade exige novas respostas, mais rápidas, aplicáveis e flexíveis. A natureza de planejamento e gestão enquanto ações humanas e aos seus novos enfoques advindo das mais diversas áreas do conhecimento humano. Essas novas situações exigem algumas alterações e transposição de obstáculos, muitos deles históricos. A primeira barreira transposta está na superação da dicotomia entre planejamento e implementação, ou de uma forma mais prática, entre projeto e execução. Quando se entende que a ação de planejar continua na gestão, a proposta e a implantação estão ligadas desde sua essência, pois um processo sem o outro é simplesmente inócuo (ANJOS e LIMBERGER, 2016, p. 12).

O planejamento deve ser flexível e contínuo criando estratégias eficazes para a promoção do desenvolvimento sustentável. No estudo sobre o município de Porto Seguro, identificou-se a urgência de um plano de metas aplicável e eficiente (que consiga sair do papel). Essas ações de planejamento devem partir da administração pública, envolvendo projetos e medidas estaduais, municipais e federais, além da parceria com a iniciativa privada e com o terceiro setor.

Com o planejamento urbano e implementação de ações, então, a cidade turística pode ser digitalizada, permitindo a exposição dos seus aspectos culturais e das formas como melhor se configuram seus fluxos de capitais, informações, pessoas e tecnologias, considerando características e categorias de atitudes da internet. Fatores que compunham a dinâmica local devem estar disponíveis da melhor forma para que internautas percebam e também fomentem práticas sociais, econômicas, políticas, concepções e credences que caracterizam e movimentam o cotidiano da população.

Importante ressaltar que a organização da cidade na internet é também ferramenta para orientar o planejamento urbano e executar intervenções públicas e/ou privadas nos espaços coletivos, utilizando de ambientes interativos como redes sociais. Em processos interativos no ciberespaço, estão centrados aspectos cognitivos e intersubjetividades dos membros das comunidades que constituem

representações sociais, possibilitando a identificação de valores, símbolos, angústias e perspectivas populares.

Ao mesmo tempo em que comunica e globaliza a cultura turística, a projeção da cidade na internet oferece um caminho para o entendimento de questões sociais que devem ser consideradas no processo de elaboração do planejamento e execução das intervenções. Considera-se que os fatores elencados propõem uma complementaridade entre perspectivas de residentes e turistas, colaborando para a flexibilização do planejamento e da gestão, em um contínuo sistema de avaliação.

O planejamento precisa ser flexível o suficiente para garantir que a gestão de cada processo aconteça de forma contínua e sistêmica, resultando em estratégias eficientes e eficazes social, ecológica e economicamente. A garantia da eficiência e eficácia de cada processo está diretamente ligada à avaliação e reavaliação contínuas, possibilitando ajustes e garantindo a continuidade e a flexibilidade dos processos, indispensáveis neste cenário de fortes incertezas e mudanças. Neste quadro, o planejamento e a gestão territorial precisam apresentar-se como um processo abrangente e flexível e fortemente relacionado à visão sistêmica numa perspectiva processual (ANJOS E LIMBERGER, 2016, p. 12).

Nesse contexto, reiteram-se as plataformas digitais de interação social como vetores de fomento a processos de tomadas de decisões com base na participação de grupos que dinamizam a cultura. Tais processos cooperam para a consolidação de gestões democráticas (públicas ou privadas), baseadas na opinião popular, correspondendo ao que Graham, Amos e Plumptre (2003) entendem como governança. Para tanto, observa-se que identificação de perspectivas sociais na internet exige uma metodologia que possibilite uma sistematização de informações<sup>48</sup>, considerando o planejamento estratégico e em longo prazo e a devida organização da cidade no ciberespaço.

Por sua vez, a partir de estudos realizados sobre Porto Seguro, identificaram-se pressupostos necessários para a projeção da cidade virtual como estratégia de fomento à cultura turística. Pelo depoimento dos turistas<sup>49</sup>, observa-se a necessidade de informações mais detalhadas e precisas com relação aos aspectos

---

<sup>48</sup> Uma proposta de sistematização para esta abordagem está sendo desenvolvida como pesquisa de doutoramento na Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN), reunindo investigações sobre memória digital e coletiva, semiótica e interatividade.

<sup>49</sup> Esses depoimentos estão disponíveis no blog [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite), no texto sobre imaginário de Porto Seguro intitulado 'Primeiro chão, primeira missa... o umbigo do mundo'.

urbanos e da natureza do município bem como detalhes do cotidiano popular. São necessárias disponibilização de informações sobre aspectos cósmicos, práticos e orgânicos do lugar, possibilitando uma apreensão ampla sobre o senso do local.

A partir da análise de *sites* de empreendimentos, conclui-se que a maior necessidade dos empresários é dispor de técnicas operacionais voltadas para a constituição de sistemas comunicacionais eficientes que possam criar articulações entre organizações. Com isso, fortalecem-se redes de negócios locais, que se tornam mais aptos a enfrentarem a concorrência dos grupos estrangeiros, atendendo às diferentes perspectivas das comunidades turísticas que dinamizam e usufruem dos serviços. Neste contexto, ressalta-se a importância da inclusão dos microempresários na cidade virtual. Este processo colabora para a construção de uma identidade empresarial local e cria um ambiente de cooperações mútuas, necessárias para competir em tempos de Nova Economia, fomentando uma economia compartilhada como propõe Beni (2017).

Pelo estudo sobre etnia e sobre as concepções da população autóctone<sup>50</sup>, evidencia-se a importância da promoção de debates públicos na rede e maior interação social, colocando em contato, turistas, empresários e população local de modo que se possam incitar práticas que reduzam continuamente espetacularizações da cultura, especulação econômica, poluição e demais perplexidades sociais, como a prostituição e a consumação exacerbada de drogas. Principalmente, de modo que se possa apropriar a memória coletiva às estratégias de governo.

A cidade virtual turística, portanto, deve emergir como um espelho do espaço urbano, capaz de proporcionar um alto nível de consciência política e social aos usuários da internet, constituindo-se como um suporte necessário à sobrevivência do patrimônio natural e cultural. Assim, por uma representação da dinâmica atual do local e das suas tradições, descrevendo os distintos bens patrimoniais, tanto os materiais quanto os imateriais, pode-se possibilitar aos internautas informações necessárias sobre a diversidade e os valores culturais do espaço digitalizado.

A cidade virtual turística deve, então, exprimir o senso do local a partir da codificação simbólica das ações reais desenvolvidas no espaço físico, sem que haja

---

<sup>50</sup> Os estudos estão disponíveis no [www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite](http://www.ciberculturaeturismo.wixsite.com/meusite), com os títulos 'Perspectivas de jovens porto-segurenses sobre turismo e cibercultura' e 'Por que não uma *'aldeia global'* no ciberespaço?'

omissão dos aspectos não organizados ou das regiões periféricas da cidade. Ao contrário, deve apresentar perspectivas de soluções para esses problemas bem como a capacidade de o local em resolver eventuais complicações imprevisíveis, o que aponta para a necessidade de se explorarem as características do meio e categorias de atitude, fazendo com que a cidade no ciberespaço, assim como no espaço físico, esteja em constante organização. Evidente, isso depende da boa vontade política e de gestões públicas voltadas para o fomento ao desenvolvimento socioeconômico da população e democratização de informações e oportunidades.

As dimensões urbanas do município de Porto Seguro, as diferenças entre a infraestrutura das regiões periféricas e centrais e toda a complexidade social, política e econômica que o caracteriza devem ser transpostas para a rede de modo a permitir ao internauta a percepção do local, enquanto centro capitalista, que, embora apresente uma cultura peculiar, cujo imaginário faz sobressair a festividade e a natureza exótica, também concentra conflitos de toda ordem. Evidenciando, principalmente, que há um planejamento urbano que prevê estratégias voltadas para a resolução dessas complexidades.

Lage (2000) compara as projeções na internet a um sistema de '*self-service*', visto que a cidade fica disponível 24 horas por dia, sete dias da semana, de modo que se pode promover uma maior articulação entre empresários, consumidores e fornecedores, aumentando e potencializando os contatos entre essas entidades. Assim, estimulam-se novas formas e variações de pedidos de produtos para os suportes técnicos e prestação de serviços desde reservas de viagens até a utilização do *home banking*. Por fim, a autora aponta a credibilidade e agilidade de comunicação, que permite uma transmissão instantânea e imediata de informações solicitadas, bem como o universo de oportunidades com enorme facilidade e mínimo custo, tornando os negócios globais.

Nesse sentido, reitera-se com Beni (2017) que os elementos turísticos dependem de representações e descrições continuamente atualizadas. A cidade virtual pode ser utilizada para aumentar a consciência à cerca das dinâmicas locais e também facilitar as transações econômicas e sociais, dado seu caráter multimídia e interativo. Para isso, propõe-se que a cultura turística, que Beni (2017) denomina de sistema turístico, seja inevitavelmente influenciada pela ambiência

socioeconômica característica da cibercultura, pensando na reestruturação contínua de valores.

A partir das várias comunidades que podem coexistir em um centro receptivo como Porto Seguro, identificam-se também outras vantagens que a comunicação *online* devidamente planejada pode apresentar à cidade. O ciberespaço rompe com a supremacia dos meios de comunicação tradicionais, permitindo a exposição de mais detalhes sobre as ações, podendo oportunizar descrições mais fiéis sobre determinados atos, geralmente, não divulgados pelos meios tradicionais, como nas áreas liberadas e espaços de prostituição.

Não se está fazendo apologia ao turismo sexual, mas sim reconhecendo que ele existe e precisa ser identificado junto a outras práticas da cultura turística, inclusive para que esta ação desregulamentada não se torne a característica predominante do local, mas ao contrário, que possam ser tomadas medidas para combatê-las. Medidas que podem partir das perspectivas populares. Por meio de análises do conteúdo gerado pelo usuário da internet, gestores podem identificar soluções para problemáticas sociais. Afinal, nos espaços de debates públicos membros de uma mesma comunidade estão a todo o tempo evidenciando complexidades e potencializado respostas.

Não se está cogitando a formação de *guetos virtuais*, mas sim fomentando um direcionamento da informação, já que em nas culturas há grupos que não compartilham das mesmas práticas e emoções, constituindo redes específicas de socialidade, tanto no espaço físico, quanto no espaço virtual, a partir das comunidades virtuais. Assim, pode-se, simultaneamente, garantir o direito de liberdade para as pessoas exercerem suas atividades e impedir situações constrangedoras como discriminações e agressões. Principalmente, podem-se promover ações educativas voltadas para redução das exclusões sociais, possibilitando aos poderes governamentais realizar intervenções em áreas públicas e desenvolver projetos que promovam inclusão.

Por essa possibilidade de uma comunicação direcionada, podem-se oferecer elementos mais descritivos e mais objetivos para as várias práticas da cultura turística, contemplando desejos de erotismo, expressões estéticas e manifestações das diversas comunidades, com os exageros e, muitas vezes, ânsias de ruptura com padrões sociais discriminadores, como o turismo *cyberpunk*. Podem-se apresentar



também normas de conduta no local e as punições legais para os infratores dessas normas, de modo a conduzir o usuário turista a não experimentar o destino sobre a lógica da libertinagem, mas sim da liberdade.

Portanto, informações detalhadas, jornalismo, educação, prestação de serviços e *e-commerce* constituem-se como conteúdos básicos junto à digitalização de uma cidade turística. Evidencia-se, entretanto, que cada um desses conteúdos deve subdividir-se em vários outros. Por exemplo, o conteúdo referente à informação deve não apenas enumerar estabelecimentos comerciais e atrativos do local, como foi identificado, mas também proporcionar ao internauta conhecimento de detalhes do urbano e da natureza, além do contato direto com instituições locais, gerando ações interativas na rede.

Nessa perspectiva, devem ser decodificados bairros, espaços de utilidade pública e os demais setores da sociedade. Mesmo porque, em tempos de cultura de convergência, como propõe Jenkins (2009), não há mais motivos para se esconder detalhes do urbano. Eles ficarão à mostra de qualquer modo, por qualquer plataforma de comunicação digital. Esse processo pode incitar uma nova dinâmica ao local e contribuir para a amenização de determinadas problemáticas (embora possa ensejar novas outras). A concorrência desleal entre pequenas e grandes empresas e entre grupos locais e estrangeiros pode ser reduzida, a partir da proximidade destas empresas na rede e também de uma comunicação direcionada para seus respectivos públicos.

Portanto, considerando potencialidades e complexidades do município de Porto Seguro e as expectativas populares com relação à internet, sugere-se o '*grounded cybrcity*' como modelo de cidade virtual capaz de dinamizar a cultura turística. O modelo permite a mobilização social com projetos de intervenção no espaço concreto, sugeridos pela própria comunidade, por meio de acessos gratuitos a internet em praças, escolas, bibliotecas, entre outros ambientes do urbano.

Além disso, a cidade digital enraizada representa uma tentativa de incorporar tecnologias de comunicação à sociedade, promovendo igualdade de oportunidades e o acesso público e universal à informação o que se identificou como uma necessidade do local, a partir dos estudos junto a fragmentos da população. Essa incorporação vai apenas ampliar o imaginário da cibercultura no município.

Escolas públicas, '*aldeia urbana*', centros de informações, a própria Passarela do Álcool podem ser espaços para a implantação do projeto piloto de acessos públicos à rede, torando-se todos eles *digital places*. Além da necessidade de conexão, estudantes locais e índios podem ser atores sociais capazes de incitar um processo comunicacional democrático, e difundi-lo pelos demais setores sociais. Essas práticas, por sua vez, podem e devem permitir que moradores melhor se organizem e possam eles mesmos definir ícones, índices e símbolos que melhor traduzam a contemporaneidade do local em que habitam.

E se se está cogitando um processo democrático de comunicação, ressalta-se que, por ele, artistas, artesãos e pequenos empresários locais que, por algum motivo, não têm como construir suas representações no ciberespaço, podem agilizar seus negócios e ampliar suas rendas com a prática do comércio eletrônico. De fato, muitas outras atividades e ações sociais, que não cabem no domínio da previsibilidade, visto que a cultura é dinâmica, podem se ampliar e se proliferar no espaço físico a partir da sua melhor organização no ciberespaço da internet.

Além disso, como um destino, onde são desenvolvidas várias práticas turísticas, o município de Porto Seguro deve preparar-se para responder questões e atender às exigências e necessidades de vários públicos diferentes, mas que estão conectados com/e através das ações na web. Então, informações, as mais diversas, prestação de serviços, promoção da interação, educação e jornalismo responsável devem estar contemplados nessa representação virtual, de modo que o anfitrião se reconheça e estimule o estrangeiro à *flânerie* capitalista, temporária e comunitária.

Ao expor complexidades, a cidade virtual *grounded cybercity* pode ser um fator de potencialização da cultura turística em Porto Seguro, colaborando para a melhor organização social e maior interação entre governos, cidadãos e empresários. Contudo, alerta-se que esse é um processo contínuo e que para sua operacionalização é necessária uma vontade política na elaboração de um projeto articulador dos segmentos sociais, propagando, assim, a concepção da cidade turística, enquanto um composto orgânico, com suas especificidades práticas e cósmicas.

Pode-se considerar, portanto, que a cidade virtual turística constitui-se como um espectro da dinamização social, voltada para a otimização de recursos, monitoramento e avaliação de resultados. É preciso que o processo de edificação

ocorra a partir de um compromisso ético, entre políticos, empresários e população. É importante para a digitalização de uma cidade, o reconhecimento de dimensões ético-políticas capazes de organizar e sustentar todo o processo, guiando (e não delimitando) seus sentidos e fins. A cidade virtual pode ser entendida como um processo lógico e dialógico, na medida em que seus conteúdos sejam precisos, sistemáticos e democráticos, proporcionando um encadeamento racional e multicultural dos seus elementos e categorias de atitudes.

Ainda, essa extensão territorial para o ciberespaço caracteriza-se como uma técnica de cooperação e articulação já que aponta para a necessidade de compartilhamento de opiniões e estabelecimento de parcerias. Contempla-se, assim, a prática de um mecanismo comunicacional, resultado de uma construção coletiva, na qual os integrantes – produtores e consumidores – passam a ser reconhecidos por suas ações, demandas, perspectivas e peculiaridades culturais e não por recortes comunicacionais que delimitam apenas um único imaginário.

A edificação da cidade virtual não deve corresponder a uma ação característica da tecnocracia, na qual um olhar externo define as soluções para um dado grupo cultural. Portanto, a cidade virtual comporta-se como processo de comunicação, através do qual se evidenciam de diversas formas as complexidades e potencialidades da cultura turística. Afinal de contas, os processos comunicacionais são dotados de complexidades, mas cada meio, como a internet, apresenta suas potencialidades, o que está evidenciado no próximo e último capítulo, propondo uma relação entre comunicação e cultura.

## 9. Complexidades da comunicação e potencialidades da internet

Eleto-doméstico, eletro-Brasil, eletro selvagem, futuro que ninguém. Efeito colateral de quem precisa sair numa boa. Vem aí um baile movido a novas fontes de energia. Chacina, política e mídia. Bem perto da casa que eu vivia. (FALCÃO & YUCA, Marcelo. **Eleto-doméstico**. In: Daniela Mercury. Disco Eletro-doméstico, 2003)

A epígrafe traz discussões sobre a interferência do desenvolvimento tecnológico em questões socioeconômicas, considerando transmissões mediáticas como promotor da complexidade social, assim como política e chacinas. O texto chama a atenção para relações escusas entre comunicação, empresários, políticos e demais sistemas de controle sociais. Assim, a abordagem propõe que se critiquem produções e recepções da comunicação, a partir de perspectivas ideológicas institucionais que vão fomentar discursos sociais; afinal, apreende-se, com Foucault (2007), que todo discurso é institucionalizado.

Por sua vez, Barbero (2001) observa que a decodificação da mensagem está vinculada a aspectos culturais e à capacidade dos receptores de reverberarem os discursos institucionais, seja legitimando o conteúdo exposto, seja o contra-argumentando. Desse modo, reitera-se que o conteúdo transmitido pela mídia coopera para a organização social. Por isso, os meios de comunicação oferecem uma diversidade de conteúdos para atender às mais diversas expectativas dos seus diferentes públicos consumidores.

Nesse contexto, observa-se a bipolaridade da comunicação, visto que as produções são dotadas de ideologias as mais diversas, que se, por um lado, chamam a atenção para a diversidade cultural; por outro, podem funcionar como um mecanismo de controle, tornando-se um 'narcótico social'. As várias atividades da comunicação mediada (jornalismo, entretenimento, publicidade e propaganda) admitem linguagens específicas de acordo com características do meio (televisão, rádio, impressos, internet).

Do mesmo modo, admite-se que cada meio tem peculiaridades operacionais que acostumam públicos a suas técnicas de produção e de transmissão de mensagens. Ou seja, o suporte e seu conteúdo cooperaram para a produção da mensagem, como já propunha McLuhan (1964). Assim, observa-se que um meio de comunicação não anula o outro, ao contrário, pode-se dizer que quanto maior a

incidência de mídias em um local, mais direcionada tende a ser a comunicação, considerando a potencialidade conotativa de signos e as especificidades das diversas linguagens mediáticas.

Segundo Bordenave (2002), esse enorme potencial conotativo dos signos e as possíveis variações nas estruturas da mensagem, associados ao dinamismo social, contribuem para que a comunicação mediada seja caracterizada por processos de muitas facetas, provocando efeitos os mais diversos possíveis, muitas vezes inesperados, junto às organizações e aos grupos culturais. Nesse sentido, a formação de massa social, a delimitação e a propagação de imaginários bem como a padronização das ações são, entre outros, fatos que estão vinculados às transmissões mediáticas, dependentes da ideologia, do alcance e do poder de penetrabilidade do meio de comunicação.

São atribuições dos medias a veiculação de informações e a prestação de serviços à comunidade, promoção de entretenimento e possibilidades de ampliar os processos de interações sociais que podem contribuir para o fortalecimento de laços comunitários. Os meios de comunicação podem potencializar funções e aspectos de uma localidade e propor novas práticas sociais, fortalecendo a democracia e sistemas econômicos. A partir de instituições sociais surge a necessidade de se organizarem processos comunicacionais para melhor balizar o encontro com o estranho, com o estrangeiro e com a alteridade em práticas conscientes e racionais, orientadas para determinado fim.

Considera-se, entretanto, que cognição e afetividade interferem na experiência social através dos processos comunicacionais. Nesse sentido, Bordenave (2002) entende que entidades sociais (indivíduo, família, grupos culturais...) formam-se também a partir da comunicação mediada, que tem entre suas funções a promoção de elos sociais, dinamizando identidades. Mas, antes que a mensagem possa ter um efeito, satisfaça necessidades, ou tenha um uso deve primeiro ser compreendida como um discurso significativo para, em seguida, ser passível de uma suposta decodificação.

Como pontua Hall (2003b, p. 390), “é esse conjunto de significados decodificados que ‘tem um efeito’ influencia, entretém, instruí ou persuade, com conseqüências perceptivas, cognitivas, emocionais, ideológicas ou comportamentais muito complexas”. Existe uma relação de equivalência estabelecida entre as

posições de personificações – codificador-produtor e decodificador-produtor – que estabelece graus diferentes de compreensão na troca comunicativa. Justamente por isso, essas posições mantêm uma interdependência entre si, cujos papéis acabam se revertendo. Ou seja, a comunicação mediada não se comporta como um aspecto independente junto às transformações sociais.

Suas mensagens, explícitas ou subliminares, são trabalhadas, processadas por indivíduos localizados em contextos sociais específicos, dessa forma modificando o efeito pretendido pela mensagem. Mas a mídia, em particular a mídia audiovisual de nossa cultura, representa de fato o material básico de processos de comunicação. Vivemos em um ambiente de mídia, e a maior parte de nossos estímulos simbólicos vem dos meios de comunicação (CASTELLS, 1999a p. 360-361).

As mediações podem tanto propor práticas promotoras da socialidade, quanto tornarem processos comunicacionais instrumentos de ‘exercício dos controles’. Ao se comportar como estratégias de poder, compreende-se que as mediações imputam relações de sociabilidade, a partir de delimitações da opinião pública, contribuindo fortemente para a edificação de grupos culturais cuja identidade sucumbe-se a ideologias legitimadoras, a exemplo da propagação do imaginário da Carta de Caminha. No entanto, é a própria mídia uma das grandes responsáveis pela união e consolidação de grupos com identidades de resistência e de projeto. Portanto, de qualquer modo, a comunicação, pontua Bordenave (2002), constitui-se como técnicas intermediárias das relações sociais.

Ao se considerar a totalidade de aspectos que estão envolvidos na construção das identidades locais, observa-se uma relação de reciprocidade e de complementação entre a comunicação mediatizada e a complexidade social. Relação esta que contribui para o ininterrupto processo de reconfiguração e de resignificação dos lugares e das ações, uma vez que os processos comunicativos comportam-se, a partir das revoluções industriais, como estratégias de inserção do indivíduo na coletividade. Segundo Hall (2003b), existe uma interdependência entre os processos de comunicação e a dinâmica social na qual os grupos se alimentam das trocas de informação para continuamente construir seus modos de vida, redefinindo as identidades culturais. Essas informações possibilitam aos indivíduos constantes ‘atualizações’ que exprimem apenas recortes da complexidade social.

Esses recortes podem ampliar os horizontes da percepção do social, redefinindo as estruturas organizacionais dos grupos culturais tanto a partir da legitimação dos mecanismos de controle, quanto favorecendo o surgimento dos grupos com identidades de resistência e de projeto, considerando, neste caso, a capacidade de os cidadãos construir um discurso contra-hegemônico a partir da atividade de decodificação, ou seja, da forma como os cidadãos entendem as informações (BARBERO, 2001). É, nesse sentido, que se aponta o movimento contínuo entre *medias* e grupos culturais, consolidando a estreita relação de complementação entre essas entidades.

Canclini (1998) observa que a urbanização predominante nas sociedades contemporâneas está entrelaçada à serialização e ao anonimato das produções sociais reestruturadas pelos *medias*, que contribuem para a modificação dos vínculos entre o público e o privado. Ainda com essa perspectiva, o autor pontua que a comunicação mediada pode por em sintonia, pensamentos de pessoas que habitam centros distantes e com culturas diferentes, como moradores dos centros urbanos e dos centros rurais.

As manifestações populares, as intenções políticas, as novidades da moda, o aumento dos preços, os congestionamentos das ruas, as experiências comuns da vida urbana têm sua ressonância a partir de transmissões mediáticas. Ao mesmo tempo em que os *medias* atribuem sentidos à esfera pública, é esse espaço que fornece a matéria prima, que, por sua vez, garante a funcionabilidade dos meios. É essa a complementação que subordina a história e os acontecimentos públicos a construções imagéticas de longa duração, como se pode observar junto à propagação e legitimação dos imaginários sobre Porto Seguro, tanto da Carta de Caminha quanto o *cyberpunk*.

A cultura urbana é reestruturada ao ceder o protagonismo do espaço público às tecnologias eletrônicas. Como quase tudo na cidade 'acontece porque a mídia diz e como parece ocorrer como a mídia quer' acentua-se à mediatização social, o peso das encenações, as ações políticas se constituem enquanto imagens da política. Daí que Eliseo Verón afirma, de forma radical, que participar é hoje relacionar-se com uma 'democracia audiovisual' na qual o real é produzido pelas imagens geradas na mídia (CANCLINI, 1998, p. 290).

Essa 'democracia audiovisual' contribui para o processo de transformação das informações, entretenimentos, ideias... em mercadorias para serem comercializadas e difundidas em todo o globo. Programas de rádios, canais de TV, revistas, jornais e *sítes*, cada um em seu modo particular de penetrabilidade e em sua capacidade de alcance, uns mais outros menos, atravessam as fronteiras mundiais e põem em conexão quase todos os lugares do mundo ao mesmo tempo, de modo que as imagens projetadas tornam-se a forma predominante de comunicação, de informação e de fabulação. Por isso, toda imagem é dialéica.

Os medias cada vez mais condicionam seus públicos a visualizarem simulacros das localidades, através dos quais podem emergir consciências coletivas (de acordo com o alcance do meio) sobre um determinado lugar, como observado junto a divulgações do turismo *cyberpunk*. A difusão e ampliação dessa consciência coletiva provocam a desterritorialização e a reterritorialização dos lugares e a reconfiguração das ações. Assim, ao mesmo tempo, acoplados em redes multimídias universais, os *medias* constituem a realidade e a ilusão da aldeia global.

Quando o sistema mundial se põe em movimento e se moderniza, então o mundo começa a parecer uma espécie de aldeia global. Aos poucos, ou de repente, conforme o caso, tudo se articula em um vasto e complexo todo moderno, modernizante, modernizado. E o signo por excelência da modernização parece ser a comunicação, a proliferação e generalização dos meios impressos e eletrônicos de comunicação, articulados em teias multimídia alcançando todo o mundo (IANNI, 1999, p. 119).

Essa proliferação favorece a formação de uma cultura mundial, que envolve tanto produções locais e nacionais quanto criações diretamente em escala global. Nesse sentido, a internet, mais que *medias* tradicionais, constitui-se como poderoso instrumento a serviço da glocalização, expressando e fomentando movimentos de integração e de fragmentação, multiculturalismo e hibridismos culturais, além de conflitos internos do próprio homem, sua relação com sua cultura e com o mundo.

Tudo parece está tomando forma global, e nesse sentido, tomando um caráter virtual na medida em que as culturas, ao alcance do indivíduo glocalizado, passam, a ser problematizadas. Com os signos da cultura espalhados no ciberespaço, ou seja, em ambiência mundial, e em constante formação, o cidadão é, na maioria das vezes, convertido em consumidor.



Ianni (1999) observa que a base da aldeia global é a informatização e as técnicas eletrônicas que fomentam as tecnologias da inteligência, às quais se atribui o poder de potencializar a transformação dos fatos e das relações humanas em hipertextos. Como observa Dizard Jr. (2000, p.25), “a internet é o prático caminho para o ciberespaço e, além disso, o *software* que vai pegar carona em todas as faixas da nova autoestrada da informação eletrônica”. Nesse sentido, verifica-se a potencialização da transmissão de informações e entretenimento ao homem conectado, envolvendo a tradução das particularidades dos locais globalizados com uma inigualável capacidade de abrangência de conteúdos.

A inclusão das expressões culturais nesse meio de comunicação apresenta consequências contundentes junto à movimentação social. De um lado, pode enfraquecer o poder dos meios tradicionais e as funções tecnocráticas, ao permitir que mensagens de todo tipo coexistam em um mesmo espaço, possibilitando ao internauta optar por seu conteúdo preferido, entrando em sintonia com outros que compartilham das mesmas opções. Por outro, tem-se a transformação do tempo e do espaço e a desterritorialização dos locais, que se reintegram nesse ciberespaço por colagens de imagens em diversas linguagens que dissipam, muitas vezes, a diversidade das culturas, e isso pressupõe os meios tradicionais como unificadores de discursos.

No entanto, não quer dizer que haja homogeneização das expressões culturais e domínio completo de códigos por alguns emissores centrais. É precisamente devido à sua diversificação, multimodalidade e versatilidade que o novo sistema de comunicação é capaz de abarcar e integrar todas as formas de expressão, bem como a diversidade de interesses, valores e imaginações, inclusive a expressão de conflitos sociais. Mas o preço a ser pago pela inclusão no sistema é a adaptação a sua lógica, a sua linguagem e a seus pontos de entrada, a sua codificação e decodificação. Por isso é tão importante para os diferentes tipos de efeitos sociais que haja o desenvolvimento de uma rede de comunicação horizontal multimodal do tipo da internet, em vez de um sistema multimídia centralmente distribuído como uma configuração do vídeo sob demanda (CASTELLS, 1999 a, 396-397).

A internet é uma *ágora* cultural, na qual o cidadão conectado tem ao seu dispor um universo informacional. Nesse ambiente, as informações encontram-se disponíveis na forma de ícones, imagens, sons, textos, que, manipulados, compõem a interface do meio, funcionando como representações ou simulações do mundo

físico. Para Lemos (2002), a internet é espaço ideal para a interação do indivíduo participante do fluxo de informações da contemporaneidade, sendo um 'rito de passagem', que pode ser entendido como um processo de (re)construção das identidades, imprescindível para os cidadãos da cibercultura.

Portanto, esse ambiente virtual, com seus dispositivos comunicacionais e informacionais, cria a possibilidade de se enfatizar aspectos e peculiaridades das localidades, ampliando processos de trocas sociais e econômicas entre o local e o global. Nesse ambiente, as cidades comportam-se como “uma descrição/narração onde os olhos não veem coisas, mas simulações de quase objetos, ícones, símbolos gráficos, como ruas, monumentos” (LEMOS, 2001, p. 15). Nas cidades virtuais, as únicas fronteiras são o acesso a processadores e a capacidade de conexão.

Pelas redes informatizadas, profissionais, governantes, instituições e cidadãos podem intensificar a comunicação, dinamizando e ampliando sistemas econômicos, políticos e sociais das comunidades a que pertencem, ou mesmo encontrando um novo sentido para a vida individual ou em grupo. Com a cultura da internet, o ser humano tem a possibilidade de manter contato afetivo com os mais diversos lugares do mundo – o virtual *Gemeinschaft* – e/ou ampliar suas áreas de abrangência profissional – eletronicamente *Gesellschaft*<sup>51</sup>.

A cultura da internet caracteriza-se por uma estrutura em quatro camadas: a cultura tecnomeritocrática, a cultura *hacker*, a cultura comunitária virtual e a cultura empresarial. Juntas, elas contribuem para uma ideologia da liberdade que é amplamente disseminada no mundo da internet. Essa ideologia, no entanto, não é a cultura fundadora, porque não interage diretamente com o desenvolvimento do sistema tecnológico: há muitos usos para a liberdade. Essas camadas culturais estão hierarquicamente dispostas: a cultura tecnomeritocrática especifica-se como uma cultura *hacker* ao incorporar normas e costumes a redes de cooperação voltadas para a cooperação de projetos tecnológicos. A cultura comunitária virtual acrescenta uma dimensão social ao compartilhamento tecnológico, fazendo da Internet um meio de interação social seletiva e de integração simbólica. A cultura empresarial trabalha, ao lado da cultura *hacker* e da cultura comunitária, para difundir práticas da Internet em todos os domínios da sociedade como meio de ganhar dinheiro (CASTELLS, 2003, p. 34-35).

---

<sup>51</sup> *Gemeinschaft* e *Gesellschaft* são termos concebidos pelo alemão Ferdinand Tönnies. O primeiro é de natureza afetiva e existencial, caracterizando-se por relações sociais informais; o segundo é de natureza racional, construído a partir de um vínculo contratual aceito voluntariamente pelos sujeitos (MATTELART, 1994).

Essas estruturas que fomentam a cultura da internet não podem constituir-se enquanto tal se analisadas de forma isolada. Sem a tecnomeritocracia, os *hackers* constituiriam apenas uma comunidade de *nerds* (pessoas totalmente voltadas para a atividade científica, socialmente inaptas) e *geeks* (especialistas em computadores). E, nesse sentido, sem as iniciativas *hackers* e sem os valores comunitários não poderia haver a eminência de uma cultura empresarial específica da internet.

Afinal, a cultura é um movimento social que envolve e entrelaça uma pluralidade de aspectos e, a interligação entre esses quatro pilares, fomenta imaginários da cibercultura. Assim, reitera-se que a internet potencializa o turismo, não apenas no que se refere à disseminação de imaginários e oferta de serviços, mas pelas possibilidades realizações de interações sociais e do reconhecimento de aspectos da cultura, considerando conflitos de classes, infraestrutura e perspectivas sociais. Ou seja, muito mais que um dispositivo comunicacional, a internet é um instrumento a serviço da dinamização e organização da cultura turística, tanto em nível de planejamento dos destinos, quanto em nível de formação de grupos sociais e empresariais.

Para Lemos (2002, p. 142), “todas as formas de socialidade contemporânea encontram nesse ambiente rizomático, um potencializador, um catalizador, um instrumento de conexão”. Na internet, estão efervescências sociais, políticas e econômicas, ampliando o sentido das comunidades turísticas, sejam de interesses ou de lugar. Assim, a organização do destino deve-se às formas como estas comunidades interagem. Por interatividade entende-se, conforme Lévy (1999, p.79), “a participação ativa do beneficiário de uma transação de informação”, de modo que o processo comunicativo completa-se com as reações do(s) receptor(es).

Portanto, a interatividade aparece como a chave para o fomento e proliferação de estruturas organizacionais com bases democráticas, nas quais os cidadãos envolvidos podem, em pé de igualdade, colaborar com as decisões referentes às estruturas físicas e sociais do lugar da cultura turística. Nesse sentido, destaca-se a necessidade das gestões políticas em criarem estratégias para fomentar interação entre membros das comunidades de interesse e de lugar.

Na internet, opera-se a partir de comunicação livre e horizontal que podem sintetizar práticas de livre expressão em âmbito global, o que contribui para a subversão de conglomerados dos *medias* de massa e das burocracias

governamentais de controle. Portanto, através das cidades e comunidades virtuais, pode-se cogitar a formação de organizações sociais autônomas que, através de uma ação coletiva, podem atuar junto à construção de novos sentidos e significados da cultura turística. Fomenta-se a emergência de um contexto mais democrático por meio do qual se reconfiguram as identidades culturais na era da cibercultura.

### **Considerações:**

O desenvolvimento tecnológico provoca mudanças nas estruturas socioeconômicas, possibilitando a emergência de práticas sociais que acabam se configurando como culturas específicas. A cultura turística é um exemplo. A mais virtual de todas as culturas caracteriza-se por processos contínuos de metamorfoses tecnológicas, interações sociais, consumos do espaço e formações comunitárias, entrelaçando perspectivas de residentes, visitantes, empresários e gestores públicos.

Nesse contexto, afirma-se que a relação entre tecnologia, cultura e turismo propõe aos centros receptivos potencialidades e complexidades que os dinamizam e colaboram para a formação de diversas identidades sociais, como foi percebido a partir do estudo sobre Porto Seguro. Entre potencialidades tecnológicas e complexidades sociais, estão misturados prazeres e angústias dos cidadãos que trafegam pelas ruas em busca de interações e aproveitamento do tempo livre.

Indubitavelmente, a cibercultura, com as tecnologias digitais e a emergência do ciberespaço, tem promovido verdadeiras revoluções na cultura turística, colaborando para a reformulação dos aspectos da vida, fomentando processos de ressignificações das ações sociais e reconfigurações dos espaços. Desse movimento resulta o turismo *cyberpunk*, resumindo práticas de viagens dos adeptos da contracultura que se iniciam na rede e se consolidam no espaço físico através de comportamentos e estéticas características da contemporaneidade.

A mesma técnica que estimula e potencializa ações pode tornar-se fator de ampliação da complexidade dos centros receptivos, por conta da falta de políticas para o planejamento urbano bem como de estratégias públicas e privadas voltadas para o incentivo à educação, qualificação profissional e à cidadania. Nesse contexto, evidencia-se a importância de diretrizes que impeçam a proliferação de fatores que submetem os cidadãos ao 'exercício dos controles'. Logo, é necessário que a apropriação das tecnologias digitais e projeções das cidades virtuais permitam o desenvolvimento socioeconômico e manifestações das identidades de membros dos grupos que compõem a cultura turística.

No entanto, reitera-se que, antes da construção das cidades virtuais, tem-se que entender aspectos que compõem a cultura bem como as intervenções previstas no planejamento urbano. A extensão das cidades para a internet exige

compreensões sobre políticas de investimento na organização do espaço urbano, iniciativas públicas e privadas nos processos de transformações das cidades, contemplado imaginários turísticos, perspectivas sociais e processos de transformações tecnológicas que colaboram para reconstruções dos significados do local.

Portanto, a cidade virtual comporta-se como ferramenta eficaz para promover a integração entre os sistemas sociais e seus membros, reduzindo incertezas, com possibilidades de abranger organizações e atividades que dinamizam a cultura. Para tanto, é preciso uma atuação política competente junto à organização dos espaços bem como a realização de debates públicos e acadêmicos que promovam a integração popular, evidenciando a prática da democracia.

A digitalização das cidades amplia a visibilidade dos detalhes locais e cria, antes do deslocamento físico, um estado de espírito adequado às modalidades do turismo. A superação de barreiras e a acumulação de detalhes concentram, nesse espaço virtual, paisagens, temperaturas, sabores, cores, culturas e valores regionais. Por essa tecnologia virtual, todo o planeta fica ao alcance da imaginação e do bolso, deixando a cidade compreensível, disponível e também à 'venda'.

Nesse mundo sem fronteiras e universo de oportunidades promovidas pela internet, o consumo do espaço pode se tornar global com grande facilidade e pouco custo. Como a localização não é mais obstáculo para o comércio, a originalidade e a criatividade tornam-se qualidades fundamentais para a construção de espaços e serviços virtuais bem sucedidos, tendo seu reconhecimento em qualquer parte do mundo ao mesmo tempo.

A projeção do destino turístico nesse ciberespaço pode potencializar a oferta de emprego e a ampliação da renda dos residentes, contribuindo para a melhoria do nível de vida e a ativação de outros setores produtivos no destino. Portanto, é preciso que o local tenha definidas as práticas que caracterizam a cultura turística como forma de atração não somente de consumidores para a região, mas também investidores no setor.

Contudo, a cidade turística não deve ser entendida como um objeto caracterizado por pacotes comerciais, mas sim, como um composto orgânico, cujos aspectos se entrelaçam e se definem por sua capacidade informacional e comercial, pelas oportunidades de interação, educação e prestação de serviços, por seus

atrativos culturais e ambientais, pelo traçado das suas casas, praças e monumentos, por sua infraestrutura urbana, por suas vias de acesso e pelas possibilidades de se empregar o dinheiro e o tempo poupados nesse processo atual de reconfiguração das coisas, das ações e do espaço.

O ciberespaço da internet é um ambiente ideal para se pensar na organização do espaço físico. Nas cidades virtuais, o setor público, as comunidades locais e as comunidades turísticas, bem como empresários, podem ter as mesmas oportunidades e juntos decidirem as medidas necessárias e possíveis para a melhor estruturação urbana e, conseqüente, redução de problemas socioeconômicos dos locais. Apostar nessa iniciativa é, sem dúvida, buscar uma forma de se criarem perspectivas gerais para a promoção e a democratização da informação nos centros receptivos.

A relação entre espaço físico e ciberespaço só pode ser funcional se for fundamentada nas concepções do local da cultura turística, valorizando sua identidade e memória. Tanto as interações no ciberespaço como o consumo do espaço físico devem proporcionar a visitantes e visitados trocas espontâneas de experiências. Estas evidenciam uma inteligência coletiva em vez da alienação provocada pelas estetizações, individualismo e complexidades sociais. É preciso buscar-se, portanto, a potencialização de relações humanitárias, fortalecendo laços comunitários e as identidades da cultura turística.

## Referências:

- ALBUQUERQUE JUNIOR, Durval Muniz de. **A invenção do nordeste e outras artes**. Recife/São Paulo: Massanga/Cortez, 1999.
- ANDERSON, Arnold C. Os efeitos dos sistemas de ensino sobre a transformação técnica e a modernização. In: HOSELITZ, Bert F. & MOORE, Wilbert E. (Orgs). **A sociedade tecnológica**. 2 ed. Rio de Janeiro: Usaid, 1966.
- ANJOS, Francisco Antônio de; LIMBERGER, Pablo Flores. Destino turístico e gestão integrada. In: **VII Fórum Internacional de Turismo do Iguaçu**. 12 a 24 de junho de 2013, Foz do Iguaçu. <http://festivaldeturismodascataratas.com/wp-content/uploads/2014/01/19.-DESTINO-TUR%C3%8DSTICO-E-GEST%C3%83O-INTEGRADA.pdf>. Acesso em 20 de setembro de 2016.
- BARBERO, Jesús Martin. **Dos meios às mediações. Comunicação cultura e hegemonia**. 2 ed. Trad. Ronald Polito e Sérgio Alcides. Rio de Janeiro: edUFRJ, 2001.
- BAUMAN, Zygmunt, **Globalização: As consequências humanas**. Trad. Marcus Penchel. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1999.
- BAYERS, Willian B. Cyberspace or Human Space: Wither Cities in the Age of Telecommunications? In: WHEELER James O.; AOYAMA Yuko; WARF Barney (Eds). **Cities in the Telecommunications Age: The Fracturing of Geographies** Routledge. New York: February, 1996.
- BENI, Mário Carlos. **Entendendo o novo turismo na economia colaborativa e compartilhada. A evolução tecnológica e os impactos na gestão estratégica e no marketing de Turismo: e-Tourism**. São Paulo: Associação Nacional de Pesquisa em Turismo, 2017.
- \_\_\_\_\_. Política e estratégia de planejamento integrado e sustentável do turismo. In: LAGE, B.H.G.; MILONE, P. C. (Orgs). **Turismo: teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- BENJAMIN. Walter. **Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo**. Trad. José Carlos Martins Barbosa e Emerson Alves Baptista. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- \_\_\_\_\_. **Magia e técnica, política e arte. Ensaio sobre literatura e história da cultura**. Trad. Paulo Sergio Rouanet. 7 ed. São Paulo: Brasiliense, 1994.



BIGNAMI, Rosana. **A imagem do Brasil no turismo. Construção, desafios e vantagem competitiva.** São Paulo: Aleph, 2002.

BHABHA, Homi. **O local da cultura.** Trad. Myriam Ávila, Eliana Lourenço de Lima Reis, Gláucia Renate Gonçalves. Belo Horizonte: edUFMG, 1998.

BOBBIO, Norberto. **Estado, governo e sociedade. Para uma teoria geral da política.** 6 ed. Trad. Marco Aurélio Nogueira. São Paulo: Paz e Terra, 1997.

BORDENAVE, Juan E. Diaz. **Além dos meios e mensagens. Introdução à comunicação como processo, tecnologia, sistema e ciência.** 10 ed. Petrópolis: Vozes, 2002.

BOURDIEU, Pierre. O poder simbólico. 2. Ed. Trad. Fernando Tomaz. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1998.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas.** 2 ed. Trad. Ana Regina Lessa Heloísa Pezza Cintrão. São Paulo: Edusp, 1998.

CAPRA, Fritjof. **The Turning Point.** Estados Unidos: Bantam, 1983.

CARVALHO, Pompeu Figueiro. Patrimônio cultural e artificial nas cidades paulistas. In: YÁZIGI, E.; CARLOS A. F. A.; CRUZ. R. de C. A. da (Orgs). **Turismo: espaço, paisagem e cultura.** São Paulo: Hucitec, 1996.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede.** Trad. Roneide Venancio Majer, Klauss Brandini Gerhardt. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999a.

\_\_\_\_\_. **O poder da identidade.** 2 ed. Trad. Klauss Brandini Gerhardt. São Paulo: Paz e Terra, 1999b.

\_\_\_\_\_. **Fim do milênio.** 2 ed. Trad. Klauss Brandini Gerhardt e Roneide Venancio Majer. São Paulo: Paz e Terra, 1999c.

\_\_\_\_\_. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade.** Trad. Maria Luiza X. de A. Borges. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.

CERTEAU, Michel de. **A invenção do cotidiano: 1. artes de fazer.** 4 ed. Trad. Ephraim Ferreira Alves. Petrópolis: Vozes, 1999.

\_\_\_\_\_; GIARD, Luce; MAYOL Pierre. **A invenção do cotidiano: 2. Morar, cozinhas.** Trad. Ephraim F. Alves e Lúcia Endlich Orth. 5 ed. Petrópolis: Vozes, 2003.

COSTA, Moabe Breno Ferreira. Revolução digital e turismo. A reconfiguração dos espaços e das ações no desenvolvimento das cidades turísticas. In: LEMOS, André [org.]. **Cibercidades. As cidades na cibercultura.** Rio de Janeiro: E-Papers, 2004.

- CUNHA, Licínio. **Economia e política do turismo**. Alfragide: Mcgraw-Hill, 1997.
- CURRY, Thereza Christina Holl. Elaboração de projetos sociais. In: ÁVILA, Cecília M. de. **Gestão de projetos sociais**. 3 ed. São Paulo: AAPCS, 2001.
- DECHERT, Charles R. **O impacto social da cibernética**. Trad. Adilson Alkmin Cunha. São Paulo: Bloch S-A, 1970.
- DEBORD, Guy. **A sociedade do espetáculo. Comentários sobre a sociedade do espetáculo**. Trad. Estela dos Santos Abreu. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DE MASI, Domenico. **O ócio criativo**. Trad. Lea Manzi. Rio de Janeiro: Sextante, 2000.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- DIZARD JR., Wilson. **A nova mídia: a comunicação de massa na era da informação**. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2000.
- FEATHERSTONE, Mike. **O desmanche da cultura. Globalização, pós-modernismo e identidade**. Trad. Carlos Eugênio Marcondes de Moura. São Paulo: Studio Nobel, 1997.
- FERRARA, Leclécia D'Alessio. O turismo dos deslocamentos virtuais. In YAZIGI, Eduardo; CARLOS, Ana Fani Alessandri; CRUZ, Rita de Cássia Adriza. **Turismo, espaço, paisagem e cultura**. 3ª ed. São Paulo: Hucitec, 2002.
- FOUCAULT, M. **A ordem do discurso: aula inaugural no College de France. Pronunciada em 2 de dezembro de 1970**. 15. Ed. Trad. Laura Fraga de Almeida Sampaio. São Paulo: Loyola, 2007.
- FRANÇA, Vera Veiga. O objeto da comunicação/ A comunicação como objeto. In: HOHKIFIELD, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências**. Petrópolis: Vozes, 2001, p. 49-60.
- FREUD, Sigmund. Além do princípio do prazer. In: **Obras psicológicas completas**. Edição Standard Brasileira. Trad. Jaime Salomão. Rio de Janeiro: Imago, 1996.
- GIBSON, Willian. **Neuromancer**. 3 ed. Trad. Fábio Fernandes. São Paulo: Aleph, 2003.
- GIDDENS, Anthony. **As consequências da modernidade**. Trad. Raul Fiker. São Paulo: EdUnesp, 1991.

- GÓMEZ, Maria Nélda Gonzalez de. **E-topia**. In: <http://revista.ibict.br/inclusao/article/view/1513/1709/> Acesso em 12 de julho 2017.
- GRAHAM, Stephen, MARVIN, Simon. **Telecommunications and the City**: London/ Routledge, 1996.
- GRAHAM, Stephen. **Cyberspace and the city** In: [www.ncl.ac.uk/cut/docs/cspace.doc](http://www.ncl.ac.uk/cut/docs/cspace.doc) Acesso em 25 de outubro de 2001.
- GRAHAM, J., AMOS, B. & PLUMPTRE, T. Principles for Good Governance in the 21st Century. In: **Policy Brief** nº 15. Institute on Governance, Canada: Ottawa, 2003.
- HABERMAS, Jürgen. **Técnica e ciência como ideologia**. Trad. Artur Mourão. Lisboa: Edições 70, 1968.
- HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Trad. Tadeu Thomaz Souza; Guacira Lopes Louro. 7 ed. Rio de Janeiro: DP&A, 2003a.
- \_\_\_\_\_. Teorias da Recepção. In: \_\_\_\_\_. **Da diáspora: Identidades e mediações culturais**. Org. Liv Sovik. Trad. Adelaine La Guardia Resende et al. Belo Horizonte/Brasília: edUFMG/Representação da UNESCO no Brasil, 2003b.
- HANNERZ, Ulf. Fluxos, fronteiras, híbridos. In: **Mana. Estudos de antropologia Social**, v. 3, n. 1, abril, 1997.
- HORAN, Thomas A. **Digital Places: building our city of Bits**. Washington: Urban Land Institute, 2000.
- IANNI, Octavio. **Teorias da globalização**. 5 ed. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1999.
- \_\_\_\_\_. **Enigmas da modernidade-mundo**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.
- IPHAN; DID; PROJUR. **Projeto de Redelimitação das Áreas Tombadas dos Municípios de Porto Seguro ed Santa Cruz Cabrália**. Brasília – DF, 1992.
- JAMESON, Fredric. **Pós-modernismo. A lógica cultural do capitalismo tardio**. 2 ed. Trad. Maria Elisa Guasco. São Paulo: Ática, 1997.
- JAMIL, F. P.; MARQUES, Almeida. Da conversação pública em termos digitais: horizontes e provocações sobre a validade de uma esfera pública virtual. In: LEMOS, André; CUNHA, Paulo (Orgs.). **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003.
- JENKINS, Henry. **Cultura da Convergência**. 2 Ed. Trad. Suzana. Alexandria. São Paulo: Aleph, 2009.

- KOTLER, Philip; KELLER, Kevin Lane. **Administração de Marketing: A Bíblia do Marketing**. 12 ed. São Paulo: Prentice Hall Brasil, 2006.
- KRIPPENDORF, Jost. **Sociologia do turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens**. Aleph: São Paulo, 2000.
- LAGE, B. Helena Gelas. Comunicação de massa e turismo. In: LAGE, B.H. G.; MILONE, P. C. (Orgs). **Turismo Teoria e prática**. São Paulo: Atlas, 2000.
- LE MOS, André. Bodynet e netcyborgs: sociabilidade e novas tecnologias na cultura contemporânea. In: RUBIN, Antônio Albino Canelas *et all*. **Comunicação e sociabilidade nas culturas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 1999.
- \_\_\_\_\_. Cibercidades. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos. **As janelas do ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001, p. 9-38.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura. Tecnologia e vida social na cultura contemporânea**. Porto Alegre: Sulina, 2002.
- LEROI-GOURHAN, André. **Evolução e técnicas I – o homem e a matéria**. Trad. Fernanda Pinto Basto. Lisboa: edições 70, 1971.
- \_\_\_\_\_. **Evolução e técnica: II – o meio e as técnicas**. Lisboa: Edições 70, 1984.
- LÉVY, Pierre. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. 7 ed. Trad. Carlos Irineu da Costa. Rio de Janeiro/RJ: Editora 34, 1996a.
- \_\_\_\_\_. **O que é o virtual**. Trad. Paulo Neves. São Paulo: Editora 34, 1996b.
- \_\_\_\_\_. **Cibercultura**. Trad. Carlos Irineu da Costa. São Paulo: Editora 34, 1999.
- LINCHY, Kevin. **A imagem da cidade**. Trad. Jefferson Luiz Camargo. São Paulo: Martins Fontes, 1997.
- MACCANNELL, Dean. **El Turista: una nueva teoría de la classe ociosa**. Barcelona: Melusina, 2003.
- MAFESSOLI, Michel. **O tempo das tribos. O declínio do individualismo nas sociedades de massa**. 2 ed. Trad. Maria de Lourdes Menezes. Rio de Janeiro: Forense Universitária, 1998.
- \_\_\_\_\_. **Sobre o nomadismo. Vagabundagem pós-moderna**. Trad. Marcos de Castro. Rio de Janeiro. Record, 2001.
- \_\_\_\_\_. **A parte do diabo. Resumo da subversão pós-moderna**. Trad. Clóvis Marques. Rio de Janeiro: Record, 2004.

- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental. Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia.** Trad. Anton P. Carr e Lúgia Aparecida Cardieri Mendonça. São Paulo: Victor Civita, 1973.
- MARTIN, M. **Reflexiones críticas sobre patrimonio, turismo y desarrollo Sostenible.** In: [www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponenciais/Marcelo/martin..htm](http://www.naya.org.ar/turismo/congreso/ponenciais/Marcelo/martin..htm). Acesso em 01 de out. de 2001.
- MARTINO, Luiz C. De qual comunicação estamos falando. In: HOHKIFIELD, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001, p. 11-26.
- \_\_\_\_\_. Interdisciplinaridade e objeto de estudo da comunicação. In: HOHKIFIELD, Antônio; MARTINO, Luiz C.; FRANÇA, Vera Veiga. **Teoria da comunicação: conceitos, escolas e tendências.** Petrópolis: Vozes, 2001, p. 27-39.
- MARX, Karl. **O capital.** 7 ed. Rio de Janeiro: Guanabara S.A., 1982.
- MATTELART, Armand. **A invenção da Comunicação.** Lisboa: Piaget, 1994.
- MCLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 3 ed. São Paulo: Cultrix, 1964.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. **Fenomenologia da percepção.** 2 ed. Trad. Carlos Alberto Ribeiro de Moura. São Paulo: Martins Fontes, 1999.
- MINAMI, Issao. Patrimônio cultural e artificial nas cidades paulistas. IN: YÁZIGI, E., CARLOS, A.F. A. CRUZ, R. de C. A. da. (Orgs). **Turismo: espaço, paisagem e cultura.** São Paulo: Hucitec, 1996.
- MITCHELL, William, J. **E-Topia: “urban life, jim – but not as we know it”.** Mit Press, Cambridge, MA, 2000.
- MOESCH, Marutschka. **A produção do saber turístico.** São Paulo: Contexto, 2000.
- MORIN, E. O Método 4 - **As ideias: habitat, vida, costumes, organização.** Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 1993.
- \_\_\_\_\_. **O método. O conhecimento do conhecimento.** 3 Ed. Trad. Juremir Machado da Silva. Porto Alegre: Sulina, 2005.
- OLIVEIRA, Antônio Pereira. **turismo e desenvolvimento. Planejamento e organização.** 2 ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e cultura.** São Paulo: Brasiliense, 1994.

PALÁCIOS, Marcos. Ruptura, continuidade e potencialização do jornalismo on-line: o lugar da memória. In: MACHADO, Elias; PALACIOS, Marcos (Orgs). **Modelos do Jornalismo Digital**. Salvador: Editora Calandra, 2003.

\_\_\_\_\_. **Mito e potência das cibercidades**. In: [www.2.correioweb.com.br](http://www.2.correioweb.com.br), Acesso em 15 de novembro de 2004.

PARAÍSO, Maria Hilda. **O tempo da dor e do trabalho: a conquista dos terrenos indígenas do sertão do leste**. São Paulo: USP, História Social. Tese de doutorado, 1998.

PEIRCE, Charles S. **Semiótica**. 3 Ed. Trad. José Teixeira Coelho Neto. São Paulo: Perspectiva, 2005.

POOL, Ithiel de Sola. O papel da comunicação no processo de modernização e transformação tecnológica. In: HOSELITZ, Bert F. & MOORE, Wilbert E. (Orgs). **A sociedade tecnológica**. 2 ed. Rio de Janeiro: Usaid, 1966.

PRODETUR; BAHIA TURSA. **Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável da Costa do Descobrimento**. Conselho Regional de Turismo da Costa do Descobrimento, 2001.

RICHARD, Nelly. **Lo estético (valor, fuerza) en el contexto de la globalización cultural**. In: Anais da ABRALIC, 2002.

ROEDEL, Hiran. Notas a cerca da globalização: a cidade do Rio de Janeiro na Virada do século. IN: RUBIM, Antônio Albino Canelas; BENTZ, Ione Maria Ghislene; PINTO, Milton José (Orgs). **Comunicação e sociabilidade nas culturas contemporâneas**. Petrópolis: Vozes, 1999.

SACRAMENTO, Sandra Maria Pereira do. **O perfil feminino na obra de José Lins do Rego**. Opressão e discernimento. São Paulo: Cone Sul, 2001.

SANTAELLA, Lúcia. **Navegar no Ciberespaço: o perfil cognitivo do leitor imersivo**. São Paulo: Paulus, 2004.

\_\_\_\_\_. **Comunicação e pesquisa: projetos para mestrado e doutorado**. São Paulo: Hacker Editores, 2001.

SELDES, Gilbert. Revolução nas comunicações. In: CARPENTER, Edmund; MCLUHAN, Marshall; CARPENTER, Edmund. **Revolução na comunicação**. Trad. Álvaro Cabral. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1968, p. 235-238.

SIMÕES, Maria de Lourdes Netto. **As razões do imaginário. Comunicar em tempo de revolução 1960-1990 – A ficção de Almeida Faria**. Salvador: FCJA; UESC, 1998.

STOCKINGER, Gottfried. A interação em ciberambientes e sistemas sociais. In: LEMOS, André; PALÁCIOS, Marcos (Orgs.). **Janelas do ciberespaço: comunicação e cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2001, p. 105-125.

VIRILIO, Paul. **O espaço crítico e as perspectivas do tempo real**. Trad. Paulo Roberto Pires. São Paulo: Editora 34, 1993.

VOLLI, Ugo. **Manual de semiótica**. Trad. silva Debetto C. Reis. São Paulo: Loyola, 1997.







**More  
Books!** 



**yes**  
**I want morebooks!**

Buy your books fast and straightforward online - at one of the world's fastest growing online book stores! Environmentally sound due to Print-on-Demand technologies.

Buy your books online at  
**[www.get-morebooks.com](http://www.get-morebooks.com)**

Compre os seus livros mais rápido e diretamente na internet, em uma das livrarias on-line com o maior crescimento no mundo! Produção que protege o meio ambiente através das tecnologias de impressão sob demanda.

Compre os seus livros on-line em  
**[www.morebooks.es](http://www.morebooks.es)**

OmniScriptum Marketing DEU GmbH  
Bahnhofstr. 28  
D - 66111 Saarbrücken  
Telefax: +49 681 93 81 567-9

[info@omniscrptum.com](mailto:info@omniscrptum.com)  
[www.omniscrptum.com](http://www.omniscrptum.com)

OMNIScriptum







