

Aspectos da Comunicação Virtual na Região Sul da Bahia¹

Alexandre M. Bulhões²
Corina F. Félix³
Jefferson C. Acácio⁴
Kayo K. C. Oliveira⁵
Roberto R. M. Cotta⁶

Resumo:

A forma como a internet chegou ao Brasil e se alastrou pelo país até chegar à região sul da Bahia é a questão central deste texto. O objetivo do trabalho é apresentar um panorama histórico da internet na região sul da Bahia, com discussão sobre as problematizações de assuntos inerentes a esta nova forma de comunicação, apresentando uma análise de *sites* produzidos na região e considerando as características do meio e as categorias de atitudes possibilitadas pela internet. O método utilizado, para tanto, contou com entrevistas a empresários locais, com questionário direcionado, bem como análise de *sites*, selecionadas pelo método intencional não-probabilístico por julgamento. Observa-se, assim, a edificação deste meio na região como uma forma promissora de informação com um futuro incerto, mas que se supõe não muito distante das propostas globais na cibercultura.

Palavras-chave: Cibercultura; Sul da Bahia; Realidade regional.

Introdução

¹ Trabalho destinado ao XXIX INTERCOM – Congresso da Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares das Ciências da Comunicação, núcleo Intercom Júnior, orientado pelo Prof. Ms. Moabe Breno Ferreira Costa (FTC).

² Graduando em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, campus Itabuna-BA.

³ Graduando em Comunicação Social/habilitação em Publicidade e Propaganda pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, campus Itabuna-BA.

⁴ Graduando em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, campus Itabuna-BA.

⁵ Graduando em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, campus Itabuna-BA.

⁶ Graduando em Comunicação Social/habilitação em Jornalismo pela Faculdade de Tecnologia e Ciências, campus Itabuna-BA, e graduando em Comunicação Social/habilitação em RádioTV pela Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC), campus Ilhéus - BA.

A pesquisa deste trabalho decorre da inserção e da profusão da internet no sul da Bahia. Haja vista que a produção regional deste meio emite a observação de algumas peculiaridades proeminentes, em tese, da falta da profissionalização do setor e do apoio empresarial. Os *sites* foram analisados de acordo com as características da internet definidas por Pierre Lévy, organizadas em um formulário disponibilizado como anexo 01. Ainda foi aplicado um questionário aos pioneiros da internet na região, Marcel Leal e Theodoro Pires, com a proposta de se coletar dados para compor a história da internet regional, uma vez que estes ainda não se encontram registrados, aspecto que dificultou o processo de construção deste trabalho.

Contudo, o artigo está dividido em duas partes. O primeiro momento, intitulado ‘Internet na região Sul da Bahia’, apresenta-se uma abordagem sobre as formas de como este meio de comunicação foi introduzido na região, apontando as dificuldades de sua implantação. No segundo momento, ‘Aspectos de *sites* produzidos na região’ tem-se uma análise técnica através das principais características e das categorias de atitude do meio em discussão, recortando-as para o contexto da região cacauzeira.

O Ciberespaço na Região Sul da Bahia

Meio de integração ou de exclusão social? Favorecedor das práticas do sistema capitalista ou mero contribuinte da desigualdade sócio-econômica mundial? Propagador das ‘trevas’ ou ‘iluminador’ da sociedade pós-moderna? Esses são questionamentos comuns relativos à internet, o meio de comunicação símbolo da cibercultura. Surgido em 1957, nos Estados Unidos, esse *media* começou a se potencializar e a ser difundido trinta anos depois, quando sua utilização foi liberada para o uso comercial.

As origens da internet podem ser encontradas na Arpanet, uma rede de computadores montados pela Advanced Research Projects Agency (ARPA) em setembro de 1979. A ARPA foi formada em 1958 pelo departamento de defesas dos Estados Unidos com a missão de mobilizar recursos de pesquisas, particularmente do mundo universitário, com objetivo de alcançar superioridades tecnológica militar em relação à união soviética na esteira do lançamento do primeiro Sputnik em 1957 (CASTELLS, 2001, p. 13)

Naquele período, o mundo estava passando por transformações significativas com a

queda do Muro de Berlim e com o declínio do bloco socialista do leste europeu. A partir desses fatos históricos é que foi alargado o poder do sistema capitalista, o que possibilitou a abrangência territorial da internet em diversas partes do globo. Assim sendo, prolifera-se o processo sócio-econômico chamado globalização, que pode até ter sido iniciado nos primórdios do homem, mas que se consolidava no final do século XX.

O pensador britânico Anthony Giddens (2003) classifica o estudo sobre a globalização feito por dois grupos, os céticos e os radicais. O primeiro grupo crê que a globalização surgiu há muito tempo, enquanto que o segundo grupo atesta que o movimento é novo, datado das últimas décadas. Correntes teóricas à parte, é importante entender que a globalização fez eclodir, no final do século XX, no ciberespaço da internet, um movimento coordenado por jovens ávidos de experimentar formas insólitas de relacionamento e de interação, que segundo Levy (1999), amplia a compreensão sobre cibercultura que corresponde ao conjunto de atitudes, ideologias, técnicas, práticas e valores que caracterizam a atualidade:

O ciberespaço (chamarei de rede) é o novo meio de comunicação que surge da interconexão mundial dos computadores. O termo especifica não apenas a infraestrutura material da comunicação digital, mas também o universo oceânico de informações que ela abriga, assim como os seres humanos que navegam e alimentam esse universo. Quanto ao neologismo “cibercultura”, especifica aqui o conjunto de técnicas (material, intelectual), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço. (LÉVY 1999, p. 17)

A trajetória da internet, no Brasil, se inicia em 1988, com estudos científicos, realizados com o apoio da FAPESP (Fundo de Amparo à Pesquisa no Estado de São Paulo). O pioneiro foi Oscar Sala, que tinha como objetivo o uso acadêmico do meio fazendo com que pesquisadores do Brasil fizessem contato com pesquisadores de outros países. Mas a rede, até então, apenas fazia a conexão entre a FAPESP e a FERMILAB (Laboratório de Física de Altas Energias de Chicago). Apenas em 1991, a internet foi liberada para instituições educacionais, fundações de pesquisa e órgãos governamentais.

Em meados da década de 1990, é dado início ao uso comercial da internet no Brasil. Sendo assim, aparecem os provedores, promovendo o acesso do brasileiro à rede de conexão da

internet. Até bem pouco tempo, era bem pequeno o contingente populacional com acesso ao ciberespaço da internet. Mas, o crescimento do número dos *cybercafés* no Brasil proporcionou a uma camada maior da população possibilidade de ‘desfrutar’ cotidianamente da interação na rede. Os *cybercafés* são estabelecimentos surgidos na Europa especializados em locação de internet.

O primeiro café eletrônico é fundado por Kate Galloway e Sherry Rabnowitz em 1984, o café internacional eletrônico na ocasião das no principio olimpíadas de Los Angeles[...] Os cafés tornaram-se populares do século em Viena, Paris, Berlim, como um lugar social privilegiado para conhecer pessoas. Os cafés são ainda hoje é lugar de gente comum, artistas e intelectuais. (LEMOS, 2002, p. 63)

Esta inclusão digital é diversas vezes questionada por especialistas em estudos sobre o ciberespaço, pois, por mais que pessoas de classes sócio-econômicas menos favorecidas tenham a possibilidade de integrarem-se a esse contexto midiático, elas, geralmente, não têm as mesmas condições de acessar a quantidade de tempo que membros mais providos financeiramente. Pode-se perceber, diante dessa dinâmica, que a internet causa uma influência nas discussões sobre o desenvolvimento da sociedade atual.

Assim que uma fonte de desigualdade tecnológica parece estar diminuindo uma outra surge: o acesso diferencial a serviço de banda larga de alta velocidade... A velocidade e a largura da banda são, é claro, essenciais para o cumprimento da internet... Assim, é possível que quando a grande massa tiver finalmente acesso à internet por linha telefônica, as elites globais já tenham fugido para uma esfera mais elevada do ciberespaço. (CASTELLS 2001, p 210)

A inserção da internet no Sul da Bahia se deu de forma similar às demais regiões do Brasil, tendo sua instalação em 1996, com o primeiro provedor de acesso, o Nuxnet, sob propriedade dos empresários Teodoro Pires e Antonio Lagariça. Em seguida, foram implantados o Bitway (1998) e o Maxnet (2000). Este fato contribuiu para o surgimento dos primeiros *sites*

regionais: Nuxnet, Morena FM, A Região, Sul da Bahia, Grapiuna, e Jupará Records. Esses provedores fomentam o processo inicial de inclusão digital na região, ampliando o contingente de informações locais. Atualmente a região conta com sete provedores dos quais seis são de acesso e de hospedagem, Wave Link, OK Bahia, Nuxnet, Maxnet e Bitsnet, e o Grapiuna.com é apenas de hospedagem.

Os provedores de acesso correspondem àqueles independentes que possibilitam o acesso do usuário a internet, e os de hospedagem são aqueles que apenas conseguem hospedar os *sites* não podendo promover o acesso à internet. No entanto, como informou Theodoro Pires, o processo de inserção da internet na região não foi fácil, e passou por certa resistência. Assim, os pioneiros deste mercado informacional, consciente da incerteza deste negócio, tiveram que educar seus potenciais consumidores para o uso e para a importância da internet. Um outro fator que tem dificultado o desenvolvimento da internet na região é a falta de profissionais devidamente preparados para gerirem esse negócio informacional, uma vez que maioria dos que atuam no ramo da internet na região, conforme informou Marcel Leal, em entrevista, são *freelancers* e *webmasters*.

Isso implica também na qualidade dos *sites* produzidos, assim no próximo tópico será evidenciado um estudo analítico sobre a exploração das características da internet bem como a utilização das categorias de atitude possibilitadas pelo meio, tendo como fundamentação os conceitos de Pierre Lévy.

Aspectos de Sites Produzidos na Região

O uso da internet na região cacaueira não se deu muito distante, em espaço temporal, do restante do Brasil. No entanto, se observa que, na região, esse meio ainda não alcançou o mesmo nível de empreendimento econômico de outras mais desenvolvidas. Seja por falta de recursos financeiros da população, que corresponde a um grande contingente de excluídos do uso do meio, seja por falta de investimento por parte dos empresários. Esse lento desenvolvimento da internet é observado de forma natural por André Lemos e Marcos Palácios que afirmam que certas sociedades não conseguem acompanhar o ritmo do desenvolvimento das tecnologias:

[...] a tecnologia da informação desenvolve-se mais rápido do que mudam os hábitos sociais. Sabendo que um longo processo de aprendizagem apenas se inicia, e não há como desconsiderar diferença de ritmo das tecnologias e da própria sociedade. (LEMOS e PALACIOS 2001, p 41)

A falta de investimentos, principalmente anunciantes, faz com que esta região não tenha força para instituir um meio de alta qualidade com os profissionais devidos. Diante deste pressuposto, surge a importância em se analisar a estrutura de *sites* produzidos na região, de acordo com as características do meio e as possibilidades de ação delimitadas, teoricamente. A pesquisa deu-se a partir do sistema de busca *Google*, através do título 'Região Sul da Bahia'.

Ao todo estão disponíveis mais de 1 milhão de páginas, mas, nesse sistema de busca, a quantidade de repetições de um *site* varia de acordo a sua organização. Isso implica na compreensão de que um *site* pode aparecer, em um sistema de busca, tantas vezes quantos *links* oferece. Assim, se em um *site* de um jornal impresso há *links* de acordo com o número de suas editorias, este aparecerá na busca, considerando cada uma dessas editorias como um *site* específico. Lévy (1999) explica esse fenômeno pelo princípio da mobilidade dos centros, que será explicado logo abaixo.

Conforme Marcel Leal, em entrevista, a estimativa de repetições dos *sites* regionais varia entre 5 e 200 vezes, e além disso, o *Google* registra páginas já desativadas. Daí ele apresenta uma estimativa de que atualmente há 1000 *sites*, representativos da região. Este número de *sites*, por ser muito grande, exigiu, para a confecção deste trabalho, um recorte para análise estrutural dessas projeções. Assim, o método estipulado para este recorte foi o intencional não-probabilístico por julgamento, através do qual foram analisados 20 *sites*.

Para delimitação do objeto estudado, optou-se por análise de *sites* com informações sobre festas (que têm o maior índice de visitas) e aqueles que correspondem à extensão de veículos de comunicação local. Essa análise foi realizada com base em Lévy (1999), observando a exploração das características da internet e das categorias de atitudes permissivas pelo meio, através de um formulário de análise devidamente elaborado (anexo 02). As características que serão analisadas são: recursos de hipertextualidade, de heterogeneidade, multiplicidade, mobilidade dos centros, exterioridade, topologia, metamorfose, definidas abaixo.

- 1 Hipertextualidade – permite ao usuário uma navegação contínua a partir das suas necessidades e interesses, onde cada link constitui-se como um 'nó' de conexão entre as

informações desejadas;

- 2 Heterogeneidade - possibilidade de vários tipos de linguagem, o que Castells (1999) entende como metalinguagem porque permite a projeção de várias informações e/ou de vários códigos, contendo diferentes tipos de signos utilizados por outros meios de comunicação, como o audiovisual, ou apenas o áudio, ou os sistemas pictográficos e ideográficos ou todos eles juntos;
- 3 Mobilidade dos centros - possibilidade do usuário se locomover dentro dos *sites* sem precisar usar botões de rolamento (frontal e vertical), ligados à barra de botões;
- 4 Metamorfose - possibilidade dos *sites* mudarem sua estrutura estética, para não cansar seu usuário e de serem atualizados freqüentemente, até mesmo em intervalos de segundos.
- 5 Topologia - proximidade dos locais na rede com possibilidade de interconexão direta entre eles;
- 6 Exterioridade – conexão com outras redes, o que permite aos usuários, entrar em contato e navegar com *sites* vinculados ao inicial com possibilidades de retornar pelo mesmo caminho que saiu ou então, encontrar o *site* desejado como link de um outro;
- 7 Multiplicidade – possibilidade de ir para outros *sites* a partir da pagina inicial. Assim cada ‘nó’ de conexão corresponde a uma rede própria.

Categorias de atitude

- 1 Analogia – o meio construindo um retrato da realidade;
- 2 Assimilação – ocorre quando um *site* vira a extensão de outro já existente;
- 3 Substituição – o ato de um informativo deixar de existir na sua forma original para se tornar unicamente um *site*;

- 4 Articulação – ocorre quando um meio consegue promover a interação entre o usuário e um anunciante;

Os resultados da análise dos *sites* estão dispostos nas seguintes tabelas, apresentando o percentual das características da internet exploradas pelos sites bem como o percentual das categorias de atitude utilizadas.

Tabela 01 – Exploração das características do meio

Características	Percentagem
Hipertextualidade	100%
Heterogeneidade	100%
Mobilidade dos centros	45%
Metamorfose	90%
Topologia	55%
Exterioridade	85%
Multiplicidade	45%

Tabela 02 - Categorias de atitudes utilizadas

Categorias	Percentagem
-------------------	--------------------

Analogia	90%
Assimilação	17%
Substituição	0%
Articulação	45%

Considerações finais:

A partir da análise dos *sites* observa-se como se estrutura a comunicação *on-line* da região. Há na região um perfil de características bem comuns a vários *sites*. Os *sites* de notícias de jornais, TVs e rádios da região aplicam-se mais aos recursos de mobilidade dos centros, topologia, assim como metamorfose e exterioridade. Os *sites* de festas utilizam principalmente os recursos de metamorfose, multiplicidade, entretanto, revela uma deficiência no uso dos recursos de exterioridade e topologia.

Quanto às categorias de atitudes, há uma homogeneidade nos *sites* de notícias jornalísticas e de festas. A analogia é uma característica inerente a quase todos os *sites* na mesma proporção sem distinção de gêneros. A característica de assimilação tem uma percentagem, aparecendo junto aos veículos de rádio, de TV e de impressos, uma vez que foram analisadas as suas extensões para o ciberespaço.

A substituição não foi encontrada em nenhum caso. Isso denota que os empresários da comunicação regional entendem a internet como uma nova forma mediática, mas que não exclui a importância dos outros meios. A articulação fica restrita a *sites* de notícias que necessitam promover a seus usuários, que geralmente estão em busca de informação geral, uma forma de prende-los para que não haja uma digressão. Por exemplo, a disponibilização de *links* que remetem o usuário ao contato direto com um anunciante de classificados, como é o caso do Balaio, editoria de classificados do jornal 'A região'.

Os conteúdos dos *sites* se pautam, geralmente, na divulgação de notícias e de eventos. Os *sites* são divididos entre os que anunciam festas e os que fazem uma extensão de um meio de comunicação já existente. Segundo Marcel Leal "os conteúdos com maior potencial de geração de lucros são arquivos de fotos, arquivos de notícias, conteúdo exclusivo e especializado e *sites* pornô". A única forma de faturamento tem sido a venda de *frames*, mesmo com o preço mais

baixo do que o normal, no futuro talvez dê para vender assinatura de conteúdo.

Por falta dos recursos financeiros de aplicação na área os profissionais que atuam com a construção de *sites* na região são, apenas, *webmasters* e *free-lance*. Ainda na acepção de Leal, o maior desafio da internet é convencer os empresários a anunciarem nos *sites*. Em seguida vem a necessidade de encontros e cursos sobre *webdesign*, *flash* e PHP e aumentar o número de usuários de internet na região.

Bibliografia

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

GIDDENS, Antony. **Mundo em descontrole. O que a globalização anda fazendo de nós**. 3 ed. São Paulo: Record, 2003.

LEMOS, André e PALACIOS, Marcos. **Janelas do Ciberespaço**. Porto Alegre: Sulina, 2001.

LEMOS, André. **Cultura das Redes**. Salvador: EDUFBA, 2002.

LÉVY, Pierre. **A revolução contemporânea em matéria de comunicação**. In: GUIMARÃES, César. JÚNIOR, Chico (Org). **Informação e Democracia**. Rio de Janeiro: EdUERJ, 2000.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora34, 1999.

http://www.educarede.org.br/educa/internet_e_cia/historia.cfm

MAFFESOLI, Michel. **A parte do diabo: resumo da subversão pós-moderna**. Rio de Janeiro: Record, 2004.

Anexo 01: Entrevista com Os pioneiros da internet no Sul da Bahia

Pesquisa sobre a história, o desenvolvimento e a consolidação da internet na Região Sul da Bahia.

1º) Quando, de fato, a internet chegou nesta região?

2º) Quantos sites são administrados pelo senhor?

3º) Quantos provedores existem na região?

4º) Quantos sites existem, aproximadamente, no eixo Itabuna-Ilhéus?

5º) Quais são as formas de faturamento dos principais sites regionais?

6º) Quantos profissionais trabalham nos sites administrados por vossa pessoa?

7º) Como se dá o processo de seleção de informações veiculados nos sites?

8º) Quais os conteúdos com maior potencial de geração de lucro?

9º) Quais as principais parcerias privadas de seus sites?

10º) Há uma possível perspectiva sobre uma abertura profissional nos veículos de comunicação virtual?

Anexo 02: Formulário para análise dos sites de informação jornalística e publicitária da região.

1 – Endereço

2 – Exploração das características do meio:

Hipertextualidade

Multiplicidade

Metamorfose

Exterioridade

Heterogeneidade

Topologia

Mobilidade dos centros

3 – Categoria de atitude

Analogia

Substituição

Assimilação

Articulação

4 - Observações

Anexo O3: Sites que foram Objetos de pesquisa.

- 2 [http:// www.itabunapoint.com.br](http://www.itabunapoint.com.br)
- 3 <http://www.aregiao.com.br>
- 4 <http://www.morena.com.br>
- 5 <http://www.itabunaki.com.br>
- 6 <http://www.clickeventos.com.br>
- 7 <http://www.radionacional.com.br>
- 8 <http://www.ibahia.globo.com/tvsantacruz>
- 9 <http://www.itacare.com.br>
- 10 <http://www.ilheusagitos.com.br>
- 11 http://www.fmsul_ibahia.globo.com
- 12 <http://www.verão.com.br>
- 13 <http://www.grapiuna.com.br>
- 14 <http://www.calango.com.br>
- 15 <http://www.rotaryclub.com.br>
- 16 <http://www.guiaitabuna.com.br>
- 17 <http://www.gabrielafm.com.br>
- 18 <http://www.pentetras.com.br>
- 19 <http://www.bahiagospel.com.br>
- 20 <http://www.festeiros.net>