

Internet e a potencialização da atividade turística

Internet y la potencialización de la actividad turística

The Internet and the promotion of tourism activity

Moabe Breno Ferreira Costa*
e-mail: moabebreno@hotmail.com

Resumo

Este é um estudo sobre a interferência da internet junto ao desenvolvimento da atividade turística, tendo como referência o município de Porto Seguro/Ba. O objetivo principal é identificar como organizar o município na internet, propondo a nativos e turistas um detalhamento sobre atrativos turísticos e fatores socioeconômicos que fomentam a cultura local. Para tanto, foi realizada análise das atuais representações virtuais do município, identificando conteúdos apresentados, exploração das características do meio, bem como categorias de atitudes utilizadas para a dinamicidade dos sites. A análise realizou-se pelo método intencional não probabilístico por julgamento etnográfico. Constata-se que para a disponibilização de uma cidade turística na internet é preciso um estudo sobre o espaço físico, no qual deva-se contemplar as ações do planejamento turístico, o cotidiano do município, o imaginário sobre o local, bem como as perspectivas da população sobre o meio, evidenciando um processo de democratização da informação e inclusão digital.

Palavras-chave: Cidade virtual; Potencialização do turismo; Democratização da informação.

Resumen

Este es un estudio sobre la interferencia de la internet junto al desarrollo de la actividad turística, teniendo como referencia el municipio de Porto Seguro/Ba. El objetivo principal es identificar como organizar el municipio en la internet, proponiendo a nativos y turistas una relación detallada sobre atractivos turísticos y factores socioeconómicos que fomentan la cultura local. Para tanto, se realizó un análisis de las actuales representaciones virtuales del municipio, identificando contenidos presentados, exploración de las características del medio como también categorías de actitudes utilizadas para la dinamicidad de los sites. El análisis se realizó por el método intencional no probabilístico por evaluación etnográfica. Se constata que para la disponibilización de una ciudad turística en la internet es necesario un estudio sobre el espacio físico, en el cual se deba contemplar las acciones de la planificación turística, lo cotidiano del municipio, lo imaginario sobre el local como también las perspectivas de la población sobre el medio, evidenciando un proceso de democratización de la información e inclusión digital.

Palabras-clave: Ciudad virtual; Potencialización del turismo; Democratización de la información.

Abstract

This is a study on the influence of the Internet on the development of tourism activity, taking as a reference the municipal district of Porto Seguro, Bahia. The main objective is to identify how the municipal district is organized on the Internet, proposing to locals and tourists a detailed outline of the tourism attractions and socio-economic factors which promote the local culture. With this aim, it carries out an analysis of the current virtual representations of the municipal district, identifying the contents presented, and exploring the characteristics of the environment and the categories of attitudes used in the dynamics of the websites. The analysis was carried using the non-probabilistic intentional method by ethnographic judgment. It was observed that to make a town available on the Internet, a study is needed on the physical space, which should take in the tourism planning actions, the day-to-day life of the town and the image of the locality, as well as the views of the population on the environment, demonstrating a process of democratization of information and digital inclusion.

Key words: Virtual town; Tourism promotion; Democratization of information.

*Mestre em Cultura e Turismo, pelo programa integrado da Universidade Federal da Bahia e Universidade Estadual de Santa Cruz - UFBA/UESC; Comunicólogo pela Universidade Estadual da Paraíba - UEPB; Professor da Faculdade de Tecnologia e Ciências - FTC Itabuna/Ba; Grupo de pesquisa (CNPq) Identidade Cultural e Expressões Regionais - Icer/UESC.

1 Introdução

O presente trabalho é parte da pesquisa de mestrado ‘Cibercultura e a potencialização da atividade turística’ realizada junto ao programa de pós-graduação em Cultura e Turismo da Universidade Estadual de Santa Cruz e Universidade Federal da Bahia. A abordagem, que por ora se apresenta consiste em um estudo sobre as representações do município de Porto Seguro na internet, identificando como estas podem estar reorganizadas de modo a promover um melhor detalhamento das características socioeconômicas do destino. Portanto, apresenta-se neste momento, parte dos resultados que compõem a dissertação de mestrado.

Para a obtenção destes resultados aqui apresentados, foram realizadas, anteriormente, pesquisas referentes à produção do imaginário sobre o município e à sua dinâmica social (apresentando um conceito de cidade e cidade turística). Realizou-se, também, pesquisa sobre as características da internet e as possíveis ações realizadas a partir da utilização desse meio, apresentando modelos de cidades virtuais. Em seguida, foram realizadas pesquisas junto a segmentos da população do município de Porto Seguro, evidenciando perspectivas com relação ao uso da internet.

Através de análises de comunicações, constatou-se que o imaginário difundido sobre o destino o delimita como um *espaço de natureza exótica e local da permissividade, onde se querendo tudo pode*. A cidade foi entendida na pesquisa como um ‘*composto orgânico vivo*’, que apresenta uma dinâmica peculiar, decorrente de aspectos econômicos, sociais e políticos, delimitando uma cultura na qual o turismo corresponde ao fator impulsionador do fluxo de pessoas, de capitais e de informações. Por isso, o município pode ser entendido como um ‘*composto orgânico turístico*’.

Os estudos sobre internet evidenciam que este meio pode contribuir para a dinamização das atividades humanas, através de um conjunto de características e categorias de atitudes. As características são definidas por Lévy (1998) e comportam-se como ‘*princípio da metamorfose*’ (constante construção e renegociação); ‘*princípio da heterogeneidade*’ (possibilidades da utilização de vários signos); ‘*princípio da multiplicidade*’ (qualquer nó ou conexão pode revelar-se como uma rede); ‘*princípio da exterioridade*’ (conexão com outras redes); ‘*princípio da topologia*’ (tudo é perto na rede); ‘*princípio da mobilidade dos centros*’ (não há um único centro na rede); e, por fim, apresenta-se a internet como um meio *hipertextual*, no qual qualquer *link* pode corresponder a um nó de conexão. As categorias de atitudes são, conforme Lévy (1999), *analogias* que correspondem a descrições das funções e dos aspectos do local; *substituições* que se referem à troca das ações no espaço físico por ações *on-line*; *assimilação* que é uma adaptação da rede às ações locais; por fim, o autor delimita a *articulação*, que se caracteriza como uma tentativa de agilitação das ações através da interdependência entre o espaço físico e o virtual.

Esses aspectos podem estar reunidos em um único *site*, compondo uma ‘*cidade virtual*’ que de acordo com Lemos (2001, p. 15) corresponde a “uma descrição/narração onde os olhos não vêem coisas, mas simulações de quase objetos, ícones, símbolos gráficos, como ruas, monumentos”. O autor apresenta três modelos de cidades virtuais *grounded cyberscity* (derivam da iniciativa pública em democratizar o acesso à rede através da disponibilização de quiosques de internet); a *non-grounded cyberscity* (fornecendo informações turísticas e culturais de uma cidade) e o último modelo, o ‘*metaphorical cyberscity*’ (apenas assemelha-se a uma cidade na construção da informação).

Essas definições são importantes para se pensar na edificação de uma cidade virtual capaz de contemplar perspectivas de empresários, turistas, governantes e população local. Portanto, deve-se pensar na edificação dessa estrutura virtual, como forma de pôr 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 os processos de hibridismo cultural, multiculturalismo e de mutação da identidade. Assim, foram coletadas opiniões de nativos (a amostra limitou-se a estudantes do 3º ano do ensino médio e universitários) com relação ao uso da internet, constatando-se que há uma necessidade de maiores detalhamentos sobre

o município na rede e sobre as práticas turísticas, bem como mais oportunidades de acesso à internet para nativos, que concebem o meio como um potencial fator de democratização, capaz de contribuir para melhoria de vida.

Todas essas concepções são importantes para o entendimento das críticas feitas aos *sites* analisados, no primeiro tópico deste trabalho ‘*Um Porto virtual Seguro?*’, bem como para a compreensão do segundo tópico ‘*Software da liberdade*’, no qual se apresenta uma sugestão de como disponibilizar o município de Porto Seguro na internet.

2 Um Porto virtual Seguro?

Os *sites* referentes ao município de Porto Seguro estão longe de representar a complexidade social do local, bem como toda a potencialidade turística. Estas representações apenas apontam aspectos voltados para o estímulo a práticas festivas e à exaltação da natureza exótica. Esses locais virtuais, geralmente, constituem extensões de empresas, sendo pouco voltados para o estímulo à democracia e à interação social. Essa constatação deu-se após visitação e análise de *sites*, buscado o entendimento da correspondência entre os aspectos sócio-econômicos locais e as potencialidades (as novas possibilidades de ação e interação) da internet, observando-se, também, o imaginário turístico propagado pelo meio. A pesquisa ocorreu no período de 26 de novembro a 06 de dezembro de 2004.

A discussão com que se inicia esta pesquisa exploratória foi a definição da metodologia. O desconhecimento sobre um método específico para análise de *sites* de cidades turísticas, implicou em uma problematização acerca da melhor maneira de se entender as representações do município nesse ciberespaço, considerando a exploração das várias práticas turísticas no local. A princípio, pensou-se que o método adequado seria simplesmente o etnográfico, afinal tratava-se de uma pesquisa em um espaço, o ciberespaço. Contudo, constatou-se que esse método não corresponderia exatamente ao processo, uma vez que o campo de pesquisa não permite a experimentação do local.

O segundo método cogitado foi o intencional não probabilístico por julgamento, afinal, como já tinha ocorrido uma visitação para reconhecimento do (ciber)campo a ser pesquisado, verificou-se que era preciso selecionar alguns *sites* para análise, afinal pelo sistema de busca utilizado, o *Google*, muitos deles se repetiam, outros estavam indisponível para visitação e outros não apresentavam estrutura e conteúdo que merecessem maior atenção. Contudo, a necessidade de deslocar-se pelos *sites* que seriam analisados e, considerando, possíveis sensações que estes deslocamentos virtuais viriam a proporcionar, era preciso um método de pesquisa que também privilegiasse uma *vivência virtual*. Portanto, a metodologia estipulada para a pesquisa foi definida como *intencional não probabilística por julgamento etnográfica*.

Através do sistema de busca *Google* (www.google.com.br), com o título Porto Seguro Bahia, a pesquisa realizou-se em análises de *sites* selecionados a partir de sua atratividade e facilidade de navegação, que ao estimularem uma *flanerie virtual* culminou em um processo etnográfico de estudo. O sistema de busca escolhido deve-se à consideração de que este seja um caminho para turistas encontrarem informações sobre o local que desejam experimentar.

Por atratividade foram definidas a velocidade de conexão, a organização e o *designer* do *site*. Assim, entendeu-se que quanto mais rápida a conexão mais facilmente o usuário pode se deslocar pelo espaço virtual; quanto mais simples a arquitetura do *site*, com cores, tipos e imagens harmoniosos e com efeitos que não desviam a atenção, mais conforto visual se propõe ao navegante; e quanto mais diretas as informações contidas nos *links* mais facilmente pode-se conduzir o internauta aos outros *links* do *site*. Por essas perspectivas, dos 780 *sites* apontados pelo sistema de busca utilizado, foram analisados 108, considerando-se que apenas estes apresentavam elementos mínimos para atrair a atenção do internauta, de modo que este possa comportar-se como um potencial turista.

A pesquisa ocorreu obedecendo aos critérios de um formulário devidamente organizado, baseado em um modelo disponível no *site* do grupo de Pesquisa em Cibercidades (www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/cibercidade). O formulário está dividido em três tópicos que envolvem *conteúdo*, *exploração das características do meio*, *categorias de atitudes evidenciadas*, além de uma lacuna destinada a observações feitas sobre o *designer*, a velocidade de conexão e os tipos de *links* disponíveis. A estruturação do formulário deve-se às constatações feitas sobre o imaginário turístico do município e sobre a sua dinâmica sócio-econômica bem como a partir de depoimentos de turistas. Considerando que o desenvolvimento sustentável da atividade turística resulta do entrelaçamento de aspectos econômico, político e social e, então, entendendo a cidade virtual como uma extensão da cidade, buscou-se identificar nos *sites* uma concepção o mais aproximada possível do senso do local, cogitando o inter-relacionamento, de modo sinérgico, entre os membros de um mesmo grupo cultural e/ou de uma mesma comunidade turística.

Por essa perspectiva, estipulou-se como conteúdo de análise o mínimo possível de fatores que podem ampliar a compreensão dos nativos sobre sua própria ambiência e que o estimulem a opinar sobre ações políticas e socioeconômicas locais. Considerou-se, entretanto, que esse conteúdo não apenas deva estimular o internauta turista ao deslocamento físico, mas também o permita executar ações que agilizem o seu período de estadia na cidade. Assim, 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, que foram os aspectos estabelecidos como conteúdo para a análise dos lugares digitais referentes a Porto Seguro.

A partir desses conteúdos, estimula-se que o internauta possa 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 vivo*. Com essa perspectiva, admite-se a possibilidade de se edificar (em longo prazo) uma coerência intelectual e operacional entre turistas, empresários, políticos e nativos sobre as acepções acerca do local e as atitudes desenvolvidas como práticas turísticas.

Como *interação*, foi evidenciada qualquer ação que proporcione o contato humano, considerando a relação com o local representado ou com outras pessoas através de *e-mails*, *chats* de conversação ou *fóruns*. Por *prestação de serviços*, incluiu-se a reserva de diárias e de passagens, locação de automóveis e/ou outros serviços que dinamizem a atividade turística. As *informações* estipuladas deveriam referir-se a dados estatísticos e geográficos, informações históricas e da atualidade do município, ressaltado o número de bairros, de hospitais, de escolas, de bancos (com seus respectivos postos de auto-atendimento), 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 nativos sobre os cuidados com o meio ambiente e com o patrimônio histórico, bem como a disponibilização de estudos científicos, enfocando aspectos referentes à atividade turística, à cultura e à organização social. Também se considera como educação, orientações sobre os cuidados com perplexidades sociais e sobre a forma adequada de comportar-se e vestir-se no local. 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 geral sobre a dinâmica do local.

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 - pode representar um pouco da sua complexidade sócio econômica, apresentando a preocupação em desenvolver a democratização da informação, ao disponibilizar para a população local espaços em que possa expressar opiniões referentes ao cotidiano. Este *site*, explora as características do meio e oferece ações que agilizam a estadia do turista no local.

Contudo, de modo geral, muito pouco ou quase nunca se fala na melhoria da localidade, apenas exalta-se o multiculturalismo como uma forma de se propagar um imaginário turístico. Natureza exótica, sensualidade e liberdade são os principais temas apresentados pelos *sites*. Em português ou em qualquer outro idioma, principalmente o 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.

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. (Tradução Moabe Breno)
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 paira no ar, que faz com que Arraial D’Ajuda desencalhe seus visitantes. Que lá todo mundo se arranja, ah! isso é verdade.

In: <http://www.cosmo.com.br/viagem/integra.asp?id=96051>

Assim como nesses dois exemplos, em quase todos os *sites* analisados há a propagação dessas imagens, bem como construções que traduzem e fomentam o processo de espetacularização da cultura local, como pode ser observado no primeiro texto sobre os índios Pataxós. Logo, pode-se dizer que na maioria dos espaços virtuais analisados, o município de Porto Seguro aparece como o local da *permissividade e do se querendo tudo pode*. Nenhum dos espaços virtuais analisados contemplou todos os aspectos estipulados. Muitos nem mesmo exploram as características do meio para a contextualização do município, o que poderia permitir ao turista uma maior percepção do cotidiano. As informações, em sua maioria, referem-se à descrição de hotéis e de alguns atrativos turísticos, em geral, evidenciando as praias e as casas noturnas.

Considerando o conteúdo estipulado para o critério *informação*, pode-se destacar, como o melhor estruturado, o *site* www.portosegurotur.com.br. Este oferece um arsenal de informações referentes ao município, constituindo-se como um bom local para a identificação de algumas prestadoras de serviços úteis ao turista, e de um modo mais genérico também à população local. Contudo, o *site* não proporciona prestação de serviços, nem educação, nem *e-commerce*.

Nesse *site*, pode-se encontrar informações gerais sobre o município, como aspectos geográficos, localização, também 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. O jornalismo, nesse *site*, apresenta caráter sensacionalista, noticiando apenas aspectos positivos do município ou fatos que podem interessar a um grupo específico de turistas que procura por festas e diversões. Além do mais, o *site* é extremamente desatualizado. No período da pesquisa, a última notícia, por exemplo, datava do dia 09/04/2003, o

que não condiz com as idéias centrais sobre a internet: dinamicidade, agilidade e instantaneidade da informação.

De modo geral, o jornalismo referente ao município é voltado para notícias turísticas, pouco se decodificam as ações cotidianas. As realizações populares, os conflitos sociais, as 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 que apresentam este conteúdo, apenas três são totalmente referentes ao município de Porto Seguro, as outras notícias estão veiculadas em extensões de jornais impressos de circulação nacional ou em portais que aproximam cidades turísticas.

Destes espaços o www.portonet.com.br e o www.portosegurotur.com.br limitam-se a notícias voltadas para a contemplação do local, divulgando apenas aspectos festivos e comemorativos. O www.muralnet.jor.br, uma revista quinzenal local, procura utilizar o ciberespaço como um local de informação jornalística, tanto enfatizando as vivências e necessidades de informação da população, decodificando as ações locais, quanto apresentando notícias referentes à prática turística. Assim, o *site* apresenta dois *links* jornalísticos denominados, “*informações à comunidade*” e “*informações aos turistas*”.

No *link* ‘*informações à comunidade*’, tem-se notícias sobre a rotina da cidade. As sessões temáticas estão divididas em sete temas, envolvendo *políticas e administração pública, educação, cidade, esportes, arte e cultura, cartas, gente*. Assim, pelo *site*, pode-se ter uma noção das realizações sociais e políticas do município. O outro *link*, “*informações aos turistas*”, no período da pesquisa estava indisponível. Contudo, o *site* também propõe debates públicos, através de uma enquete. Na ocasião da pesquisa, o tema referia-se à identidade nacional, questionando se a história do Brasil deveria continuar a ser contada pela lógica dos dominadores ou se era preciso rever a narrativa, esclarecendo as entrelinhas dos fatos (mais de 90% dos usuários tinham votado na segunda opção).

Educação e *e-commerce* são os aspectos menos frequentes na rede, referente ao município. Oito *sites* apenas 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 sobre a cultura do município. Também constam orientações sobre a forma de conduta no local (evidenciando o respeito à natureza). No www.worldsexguide.org/porto-seguro.txt.html, um *site* voltado para o turismo sexual, há regras contra prostituição infantil, ressaltando as punições legais nacionais (o *site* é voltado para o turista estrangeiro), além de conter também normas para a utilização do *site*. Contudo, não há, em nenhum momento alerta quanto à não destruição do local e o incentivo à preservação de cenários naturais e urbanos, fator tão relevante no depoimento dos turistas, registrado no capítulo anterior.

O *e-commerce* é pouco explorado. Este aspecto é frequentemente encontrado em *sites* de imobiliárias, que disponibilizam vendas *on-line* de imóveis. Como no caso do *site* www.altodetrancoso.com.br, extensão de uma empresa paulista que vende loteamentos em Trancoso. 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. Na busca também foram encontradas vendas de obras de arte, produzidas por artistas locais bem como de outros objetos (roupas, eletrodomésticos).

As empresas hoteleiras utilizam a rede para oferecerem seus serviços *on-line*. Estas, que constituem a maioria das representações do município na internet, estão fomentando uma cultura comunicacional virtual que envolve 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).

Nessas extensões de hotéis, 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 ciber-cidadão ao deslocamento físico, exibindo paisagens exóticas, praias tropicais, *shows* contagiados por multidões enlouquecidas, lindas mulheres e garotos fortes e um pouco de história, propagando o mito do descobrimento. Contudo, outros serviços são oferecidos na rede, por outras empresas (imobiliárias, agências turísticas, e demais prestadores de serviço) como locação de automóveis, aluguel de casas para temporada, reservas de passagens aéreas e/ou terrestres, matrícula em aulas de dança, e entre outros, também a prestação de serviços sexuais.

A interação, na grande maioria, proporciona uma relação direta apenas com empresa prestadoras de serviços. Poucos *sites* oferecem *chats* e *fóruns* ou caixas de diálogo ou enquetes. Os *fóruns* dos *sites* locais são pouco freqüentados, o que se observa em alguns locais são espaços para turistas disponibilizarem suas experiências ou deixarem seus recados. Não há de fato estímulo à cidadania e à democracia, nas salas de bate papo. Apenas algumas poucas enquetes, incitam a discussão.

De modo geral, constata-se que, de alguma forma, todos os *sites* oferecem algum tipo de informação. A prestação de serviços ainda é limitada à rede hoteleira; não há exatamente o que se poderia chamar de educação para o turismo, embora se registre a presença de *sites* que têm por função fornecer pressupostos científicos sobre o turismo e sobre aspectos locais. A prática do *e-commerce* não contribui positivamente para a dinâmica do comércio local, ao contrário, apenas ratifica uma discussão de que a cibercultura está fazendo proliferar as divergências entre ricos e pobres, afinal, enquanto as empresas com maior capacidade técnica e financeira alcançam cada vez mais públicos distantes, pode-se dizer que mais e mais as pequenas empresas (geralmente as empresas locais) perdem espaço no cenário competitivo do mercado.

Ainda, o que se pratica como jornalismo reproduz, na maioria dos casos, a prática da imprensa marrom, noticiando apenas o ilusório, o espetáculo, em vez de usar o meio para promover realmente a democratização da informação que é a função principal do jornalismo. E falando em democratização, é possível ratificar que o que se encontra por interação nas representações virtuais de Porto Seguro são espectros de uma economia capitalista e de um sistema tecnocrático. Por um lado, tem-se um montante de empresas voltadas para interagir com possíveis clientes, no sentido de fazer-lhes reservas de seus serviços; por outro, *sites* que apresentam *chats* e *fóruns* não oferecem temáticas capazes de fazer o usuário refletir sobre sua condição humana nem mesmo sobre os aspectos contemporâneos de sua cidade.

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, na rede, nas representações de Porto Seguro. Assim, todos os conteúdos estipulados para a pesquisa estão presentes na rede, na maioria das vezes, dissociados, aparecendo com a freqüência identificada pela tabela que se segue (tabela 1).

Tabela 1 - Presença total dos conteúdos nos sites analisados

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

Fonte: autor

Com relação às características da internet, constata-se que estas não são devidamente aproveitadas, o que dificulta ao usuário um melhor entendimento da dinâmica do município ou mesmo melhor interagir com os locais, realizando ações que possam agilizar sua permanência enquanto turista. Apenas nos endereços www.citybrazil.com.br/ba/portoseguro/ www.cvc.com.br/brasil/aereo/portoabrolhossaba_8d/default.asp e www.freires.com.br 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, este geralmente aparece 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 de 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 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 *sites* referentes ao 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 o demonstrado na tabela abaixo (tabela 2), alguns recursos são mais explorados que outros, o que contribui para a necessidade de planejar melhor o município de Porto Seguro no ciberespaço, na tentativa de representá-lo como um *composto orgânico vivo*.

Tabela 2 - Características do meio encontrada nos *sites* analisados

| Características: | Total de <i>sites</i> que apresentam a característica |
|-------------------------|--|
| Hipertextualidade | Encontrada em 102 <i>sites</i> |
| Metamorfose | Encontrada em 43 <i>sites</i> |
| Heterogeneidade | Encontrada em 77 <i>sites</i> |
| Multiplicidade | Encontrada em 26 <i>sites</i> |
| Exterioridade | Encontrada em 15 <i>sites</i> |
| Topologia | Encontrada em 60 <i>sites</i> |
| Mobilidade dos centros | Encontrada em 57 <i>sites</i> |

Fonte: autor

Partindo da necessidade de se pensar um modelo de cidade virtual adequado à potencialização do turismo, enquanto uma atividade sustentável, deve-se ressaltar a importância também da exploração das categorias de atitudes, verificando 'a priori' como estas vêm sendo utilizadas nas

atuais 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 locatário ou o proprietário de imóveis. O total de exploração das categorias de atitudes pelos *sites* analisados está identificado na tabela abaixo (tabela 3).

Tabela 3 - Categorias de atitudes disponibilizadas nos *sites*

| Categorias: | Total de <i>sites</i> que disponibilizam a categoria |
|--------------------|---|
| Analogia | Encontrada em 100 <i>sites</i> |
| Substituição | Encontrada em 03 <i>sites</i> |
| Assimilação | Encontrada em 50 <i>sites</i> |
| Articulação | Encontrada em 36 <i>sites</i> |

Fonte: autor

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 de um desenvolvimento turístico sustentável, na qual o ciberespaço seria um elo entre as várias comunidades que compõem o cenário e a dinâmica do município. Conteúdos, características do meio e categorias de atitude devem ser melhor redefinidos junto às projeções virtuais do local, de modo que os internautas possam realmente utilizar a internet como um espaço de agilização das ações e de democratização, sejam essas através da possibilidade de participação nas decisões políticas e administrativas, sejam através da fomentação de uma competição mais justa entre as empresas. Assim, no próximo tópico, será apresentado um estudo, referente a um modelo de cidade virtual que possa contemplar uma melhor organização do município no ciberespaço da internet.

3 Software da liberdade

Liberdade talvez seja a palavra que melhor traduz ações na rede. Liberdade de expressão em todas as dimensões, incluindo os exageros do *underground*, as necessidades de reivindicação popular e projetos sociais e econômicos. Portanto, a tentativa que se segue é de incitar uma discussão sobre as possibilidades de mudança social promovidas pela rede e acima de tudo, cogitar sobre a capacidade popular de adaptação ao presente e a preparação para o futuro. Nesse sentido, compreende-se a necessidade de se enfatizarem elementos que compõem o imaginário das localidades, que são, em muitos casos, motivos de orgulho e de auto-estima para o povo nativo 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 necessidade de conhecimento, a ânsia por informação, a vontade popular de munir-se com as novas tecnologias da informação indicam uma potencial mentalidade cibernética, que pode fazer da informação e das ações *on-line* ferramentas que promovam a democracia, a desburocratização e a interação social. E como não poderia deixar de ser, por esse mecanismo comunicacional também podem ser apresentados conteúdos capazes de conduzir os 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 nativos, empresários, turistas e políticos de modo a contribuir para a edificação de uma sociedade mais justa e mais humana. É nesse sentido que se entende o *software* decodificador da cidade, como o *software da liberdade*.

Contudo, entendendo o turismo como uma atividade cultural própria da sociedade de consumo e uma vez identificadas alarmantes discrepâncias socioeconômicas no centro receptivo, é importante ressaltar que, para a sua organização e posterior digitalização, 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. Mesmo porque, uma cidade desorganizada não pode apresentar-se organizada na rede. Assim sendo, é importante pensar a cidade turística como um espaço em *continuum* planejamento. Entendendo-se planejamento turístico como o processo de organização, no qual são considerados fatores sócio-políticos e econômicos do local, onde a atividade se evidencia, envolvendo 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, construindo uma ação integrada e sustentável. Esses planos referem-se às metas e objetivos específicos da cidade e vinculam-se ao desenvolvimento futuro, enquanto 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 infra-estrutura urbana do local quanto a construção de empresas de serviços, como hotéis, agências de viagens, centros de diversão e restaurantes, evidenciando o aumento da oferta de empregos. Com relação à infra-estrutura urbana, é preciso edificar e manter um sistema capaz de responder às necessidades da própria população e da flutuante, oferecendo serviços de abastecimento de água, iluminação, redes de esgoto, saneamento básico, transportes, serviços de comunicação, postos de saúde e investimentos na segurança e limpeza pública, construção de centros de eventos, além de investimentos em Pontos de Presença, incluindo os POPs digitais, uma necessidade da contemporaneidade. Assim, deve constar do planejamento da cidade turística a construção e/ou reformas de aeroportos, portos, rodoviárias e *digital places*.

Ainda deve fazer parte do planejamento a previsão de investimentos na qualificação do profissional de turismo, o aumento de impostos nos cofres públicos, a melhoria do padrão de vida da população, bem como a existência de legislação que ordene a construção e a ocupação do espaço físico. Devem ser criados cursos de idiomas e de informatização para profissionais atuantes direta ou indiretamente no setor, ações em defesa do meio ambiente, além de normas de punição e campanhas de conscientização voltadas para a fiscalização e denúncia das perplexidades sociais como tráfico de drogas, prostituição infantil, exploração do trabalho e espetacularização da cultura.

Esse processo deve ocorrer através de um estudo preliminar do espaço, identificando e descrevendo a sua organização geopolítica e administrativa, os recursos ambientais e culturais da cidade, bem como as suas características socioeconômicas e suas tendências de tráfego. Em seguida, deve ocorrer, na forma de diagnóstico, uma análise desses aspectos para, em consequência, serem formuladas políticas e diretrizes de reorientação e programas de ação, estabelecendo metas e projetos específicos para garantir a interação sustentável das inovações tecnológicas aos aspectos políticos, sociais e econômicos.

Esse estudo e formulação de políticas para o desenvolvimento do setor turístico têm que ser evidenciados a partir do reconhecimento e legitimação das 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. Os valores a serem reconhecidos, portanto, devem ser extraídos da dinâmica do local e da história, de modo que habitantes e visitantes reconheçam e identifiquem tais valores como constituintes da memória e da identidade local. Assim, pode-se edificar a prática do desenvolvimento turístico sustentável.

O estudo sobre o município de Porto Seguro, aponta para a urgência de um plano de metas que contemple todos esses fatores, afinal, pode-se dizer que a atividade turística ainda está em processo de organização, embora o local comporte-se como grande centro receptivo do país. Contudo, essas ações de planejamento devem partir da administração pública, envolvendo projetos e medidas estaduais, municipais e federais, voltadas para promover a organização do espaço, estimulando a sinergia entre empresários, nativos e turistas.

Após a etapa do planejamento urbano, aponta-se que a cidade turística pode ser digitalizada. Então, fatores que compunham a dinâmica local devem estar disponíveis na rede da melhor forma, para que internautas percebam práticas sociais, econômicas, políticas, concepções e credências que caracterizam e movimentam o cotidiano da população. Assim, está-se evidenciando a internet como meio potencializador da circulação dos fluxos que caracterizam o destino turístico (de capitais, de informações e de pessoas), considerando as características do meio, bem como as categorias de atitudes que podem fomentar a dinâmica dos locais nesse ciberespaço.

Considera-se que as cidades virtuais devem emergir como um espelho do espaço urbano, capaz de proporcionar um alto nível de consciência política e social, 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 ciber-cidadãos informações necessárias sobre a diversidade e os valores culturais desse espaço digitalizado.

A cidade virtual deve, então, exprimir o senso do local a partir da codificação simbólica das ações reais, desenvolvidas no espaço físico, sem que haja omissão dos aspectos não organizados ou das regiões periféricas da cidade. Deve apresentar perspectivas de soluções para esses problemas, bem como a capacidade do local de resolver eventuais complicações imprevisíveis, o que aponta para a necessidade de se explorarem as características do meio e as categorias de atitude, fazendo com que a cidade virtual, assim como no espaço físico, esteja em constante organização. As dimensões urbanas do município de Porto Seguro, as diferenças entre a infra-estrutura das regiões periféricas e centrais e toda a complexidade social, política e econômica que o caracterizam 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.

Lage (2000) destaca possíveis ações *on-line* capazes de intensificar a importância da internet junto ao desenvolvimento do setor turístico (essas ações podem ser identificadas segundo as categorias de atitude de Lévy). As novas relações entre consumidores e empresas, proporcionando coletas de dados, podem ampliar a qualidade dos serviços oferecidos (assimilação). O novo *marketing* ativa a participação através de informações detalhadas, de modo que o consumidor reflita sobre os atributos de suas compras antes da efetivação (analogia); e, por último, o destaque dado à informação detalhada, atendendo a todos os interesses, inclusive divulgando a venda de pacotes de agências, hotéis, parques temáticos, transportes, entre outros (analogia).

Ainda, a autora identifica a ampliação do *'self-service'*, visto que a cidade fica disponível vinte e quatro 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* (assimilação e/ou substituição). 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 o negócio global, afinal, a localização já não é mais um obstáculo ao comércio.

Considerando as várias práticas turísticas e as várias comunidades que podem coexistir em um centro receptivo, identificam-se, também, outras vantagens que a comunicação *on-line* 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 detalhadas sobre determinados atos, geralmente, não divulgados pelos meios tradicionais, como as áreas liberadas e os espaços de prostituição. Não se está fazendo apologia ao turismo sexual, mas sim reconhecendo que ele existe e que precisa ser organizado junto aos segmentos turísticos, inclusive para que esta ação desregulamentada não se torne a característica predominante do local.

Pensando nestas e demais práticas turísticas, pode-se apontar que a comunicação direcionada pela internet pode pôr os envolvidos em contato direto, mantendo, ao mesmo tempo, o sigilo de suas identidades pessoais e fomentando o respeito a outras pessoas que não se sentem à vontade junto a determinados grupos. Contudo, não se está cogitando a formação de *guetos virtuais*, mas sim se fomentando um direcionamento junto a grupos turísticos, que, muitas vezes, não compartilham das mesmas práticas e emoções. Assim, pode-se, simultaneamente, garantir o direito de liberdade para as pessoas exercerem suas atividades e impedir determinadas situações constrangedoras como discriminações, agressões e demais conflitos sociais.

Considerando essa possibilidade de uma comunicação mais direcionada, pode-se oferecer elementos mais descritivos e mais objetivos, para as várias práticas, contemplando os desejos de erotismo, as expressões estéticas e as manifestações das diversas comunidades turísticas, com os exageros e, muitas vezes, ânsias de ruptura com padrões sociais discriminadores. Por outro lado, 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. Evidentemente, toda e qualquer comunidade turística deve obedecer a normas e conhecer as penalidades legais de infração ou desrespeito aos códigos de conduta local, afinal, por mais global que seja o destino, há sempre aspectos culturais que os particularizam e os fazem *locais*.

Além desses fatores, devem ser enfatizadas as possibilidades de interação social e de organização dos segmentos turísticos enquanto comunidades virtuais, pondo em conexão, população, governantes, empresários e turistas. Portanto, informações detalhadas, jornalismo, educação, prestação de serviços e *e-commerce* constituem-se como conteúdos básicos junto à digitalização de uma cidade. Evidencia-se, entretanto, que cada um desses conteúdos deve subdividir-se em vários outros, permitindo ao internauta uma *flanerie virtual*. Assim, por exemplo, o conteúdo referente à informação deve não apenas enumerar estabelecimentos comerciais e atrativos do local, mas também proporcionar ao usuário da internet o conhecimento de detalhes e o contato direto com o estabelecimento. E, nessa perspectiva, devem ser decodificados os bairros, os espaços de utilidade pública e os demais setores da sociedade em questão.

Esse processo, aparentemente simples, pode incitar uma nova dinâmica ao local e contribuir para a amenização de determinadas problemáticas (embora possa ensejar novos problemas). A concorrência 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, a partir do estudo sobre turismo e cidade virtual, considerando a dinamicidade do município de Porto Seguro, a potencialidade turista local e as expectativas populares com relação à

internet, sugere-se o '*grounded cybercity*' como modelo de cidade virtual, capaz de potencializar a atividade turística, fomentando práticas sociais, políticas e econômicas características dessa era da cibercultura. Afinal, com esse modelo, pode-se 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. 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.

As escolas públicas, a '*aldeia urbana*', o centro municipal de informações turísticas podem ser espaços iniciais para a implantação de quiosques de acesso público à rede. Além da necessidade de conexão, estudantes locais e os índios podem ser atores sociais capazes de incitarem um processo comunicacional, caracterizado por uma busca de práticas democráticas, 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 os ícones 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. Em síntese, muitas outras atividades e ações sociais, que não cabem no domínio da previsibilidade, podem se ampliar e se proliferar no espaço físico, a partir da sua melhor organização no ciberespaço.

Além disso, como um destino, onde são desenvolvidas várias práticas turísticas, eventos, lazer, negócios... 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 no ciberespaço. Então, informações, as mais diversas, prestação de vários serviços, promoção da interação, educação e jornalismo responsável devem estar contemplados nessa representação virtual, de modo que o possível visitante perceba a organização da sociedade, que ele escolheu para gastar o tempo e o dinheiro, poupados durante suas jornadas de trabalho.

Portanto, a cidade virtual no modelo *grounded cybercity* pode constituir-se como um fator potencializador da função turística do município de Porto Seguro, capaz de promover a melhor organização social, maior interação entre a comunidade, abrangendo todos os seus setores: políticos, empresários, turistas e, principalmente, a comunidade local. Contudo, deve-se admitir que esse é um processo lento e que para sua operacionalização é necessária uma vontade pública na elaboração de um projeto articulador dos segmentos sociais, propagando, assim, a concepção da cidade turística, enquanto *composto orgânico vivo*.

Pode-se considerar, portanto, que a cidade virtual constitui-se como um protótipo de dinamização social, voltado para a otimização de recursos, para controle e avaliação de resultados. Para tanto, é preciso que o processo de edificação ocorra a partir de um compromisso ético, entre políticos, empresários e população, que, por sua vez, faz-se imprescindível a qualquer ação com objetivo de se proporem transformações no campo social. Assim, reconhece-se que é importante, para a digitalização de uma cidade, uma dimensão ético-política capaz de organizar e sustentar todo o processo, guiando (e não delimitando) os seus sentidos e os seus fins.

Por essas bases, a cidade virtual pode ser entendida como um processo lógico, à medida em que seus conteúdos sejam precisos e sistemáticos, proporcionando um encadeamento racional dos seus elementos e categorias de atitudes. Ainda, essa extensão territorial caracteriza-se como uma técnica de cooperação e articulação já que aponta para a necessidade de compartilhamento de opiniões e estabelecimento de parceiras, contemplando, assim, a prática de um mecanismo comunicacional, resultado de uma construção coletiva, na qual os integrantes passam a ser reconhecidos por suas ações, perspectivas e peculiaridades culturais e não apenas por recortes dos meios de comunicação que delimitam apenas um único imaginário.

4 Considerações finais

A comunicação é fator essencial para o desenvolvimento da atividade turística. Contudo, a utilização de um meio tecnológico de comunicação deve partir de um estudo preliminar sobre as suas características e sobre a forma como este veículo vem sendo usado para a promoção da atividade. A internet, indubitavelmente, é um meio capaz de potencializar não apenas ações turísticas, mas também capaz de por em sinergia grupos sociais com características e interesses divergentes, se forem exploradas devidamente as suas características e categorias de atitude, bem como se forem delimitados conteúdos que possam apresentar uma idéia sobre a dinâmica do destino, envolvendo suas peculiaridades socioeconômicas.

Assim, acentua-se que, antes da construção das cidades virtuais, tem-se que buscar o entendimento dos aspectos culturais das cidades no plano físico. Entendendo-se as políticas de investimento na organização do espaço urbano, bem como as iniciativas públicas e privadas para ampliação e melhoria das ações que caracterizam a dinâmica das cidades, entrelaçando esses aspectos e (re)construindo os significados do local. Nesse sentido, a internet pode comportar-se como ferramenta eficaz para promover a integração entre os sistemas sociais e seus membros, eliminando as incertezas, sendo capaz de abranger a variabilidade de organizações e atividades, que dinamizam a cultura de um local. 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.

Referências

- BENI, Mário Carlos. **Política e estratégia de planejamento integrado e sustentável do turismo**. IN: LAGE, B.H.G e MILONE, P. C. Orgs. Turismo: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2000.
- BENJAMIN, Walter. **Charles Baudelaire um lírico no auge do capitalismo**. São Paulo: Brasiliense, 1989.
- CASTELLS, Manoel. **A sociedade em rede**. 2 ed. São Paulo: Paz e Terra, 1999 a
- _____. **A Galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- DIAS, Reinaldo. **Planejamento do turismo: política e desenvolvimento do turismo no Brasil**. São Paulo: Atlas, 2003.
- GRAHAM, Stephen, MARVIN, Simon. **Telecommunications and the City**: London/ Routledge, 1996.
- HABERMAS, Jürgen. **Técnica e ciência como ideologia**. Lisboa: Edições 70, 1968.
- HORAN, Thomas A. **Digital Places: building our city of Bits**. Washington: Urban Land Institute, 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. **Cibercidades**. In: LEMOS, André & Palácios, Marcos. As janelas do ciberespaço. Porto Alegre: Sulina, 2001, p. 9-38.
- LEVY, Pierre. **O que é o virtual**. São Paulo: 34, 1998.
- _____. **Cibercultura**. São Paulo: 34, 1999.
- MALINOWSKI, Bronislaw. **Argonautas do pacífico ocidental. Um relato do empreendimento e da aventura dos nativos nos arquipélagos da Nova Guiné Melanésia**. 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 Acesso em 01 de out. de 2001.