



UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA  
"JÚLIO DE MESQUITA FILHO"  
Campus de Marília



**CULTURA  
ACADÊMICA**  
*Editora*

# O tempo e o espaço da sociedade da informação no Brasil

Aldo de Albuquerque Barreto

**Como citar:** BARRETO, A. A. O tempo e o espaço da sociedade da informação no Brasil.  
*In:* ROIO, M. D. **A Universidade entre o conhecimento e o trabalho: o dilema das  
ciências**. Marília: Oficina Universitária; São Paulo: Cultura Acadêmica, 2005. p149-156.  
DOI: <http://.doi.org/10.36311/2005.85-86738-27-1.p149-156>



All the contents of this work, except where otherwise noted, is licensed under a Creative Commons Attribution-Non Commercial-ShareAlike 3.0 Unported.

Todo o conteúdo deste trabalho, exceto quando houver ressalva, é publicado sob a licença Creative Commons Atribuição - Uso Não Comercial - Partilha nos Mesmos Termos 3.0 Não adaptada.

Todo el contenido de esta obra, excepto donde se indique lo contrario, está bajo licencia de la licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial-CompartirIgual 3.0 Unported.

# O TEMPO E O ESPAÇO DA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO BRASIL

Aldo de Albuquerque BARRETO<sup>1</sup>

Sociedade da Informação, em minha definição, é o espaço em que se torna universal o acesso aos conteúdos de informação dos estoques de documentos, para todos os habitantes de uma realidade. Essa condição só se realiza quando os possíveis beneficiários desse contexto informacional podem elaborar essa informação, em proveito próprio e para o seu desenvolvimento e desenvolvimento da realidade, onde partilham sua odisséia individual de cidadania. A problemática da sociedade da informação traz um discurso moderno, escondendo, muitas vezes, ou colocando como envelhecidas, verdades latentes existentes naquela realidade, como: diferenças de renda, educação, habitação, alimentação, lazer etc.

Porém, a velocidade de acesso à informação através dos novos meios, que revogam as condições conhecidas de distância e tempo, não tem incidido na cultura ou favorecido as identidades nacionais<sup>2</sup>. Esse quadro relativo à identidade cultural não se manifesta apenas no chamado mundo subdesenvolvido ou em desenvolvimento. Países do Primeiro Mundo vêm na preservação da identidade nacional o instrumento decisivo para a autocapacitação não apenas em assuntos culturais como científicos e tecnológicos, com suas claras dimensões econômicas. Medidas de exceção são formuladas para proteger a cultura local em suas mais variadas formas e, mais que isso, é resguardado o próprio idioma nacional, que condensa uma visão de mundo específica - aquela supostamente mais adequada a dar conta de um determinado modo de vida, com seus valores e significados.

Assim, no momento em que o Brasil cuida de criar as condições para sua plena inserção na nova sociedade da informação, é vital que se estabeleça uma política que não se preocupe apenas com a questão econômica e tecnológica dos meios eletrônicos, em particular a Internet, mas que se volte também para os interesses das identidades culturais do país, que constituem seu *software* mais precioso e livre de *copyright*.

<sup>1</sup> Instituto Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia, Unidade de Ensino e Pesquisa, Rio de Janeiro.

<sup>2</sup> Toda esta inserção sobre identidades culturais é fruto de documento apresentado por Jose Teixeira Coelho no Grupo de Trabalho de Conteúdos e Identidade Cultural do Livro Verde.

Todavia, antigas querelas identitárias não só se mantêm vivas como se multiplicam diferentes bolsões de identidades locais, religiosas, étnicas ou comportamentais, reanimadas e fomentadas como uma maneira de resistir à introdução de modos identitários homogeneizantes.

Levando em consideração, portanto, que será necessário planejar as ações que conduzem à produção e distribuição de conteúdos que sirvam aos interesses das identidades culturais do país, e entendendo por identidade cultural a soma de significados que estruturam a vida de um indivíduo ou de um povo, parte-se do princípio de que será necessário ter em mente, antes de mais nada, que a identidade cultural não é *una*, porém múltipla.

Ao pleitear sua entrada na sociedade da informação, o país deverá levar em conta a questão da identidade cultural nas suas várias manifestações e, de modo especial, não incorrer no equívoco de privilegiar apenas as formas identitárias definidas pelo culto da memória ou das origens; tão importante como a identidade vinculada ao passado é a identidade que se projeta para o futuro.

Mas, se existe uma promessa de que é a sociedade de informação que permitirá o acesso de todos, igualmente, aos conteúdos de informação da internet, isso satisfaz o nosso intrincado sentimento colonizado que almeja sempre um estar por perto do Primeiro Mundo.

As mudanças na tecnologia da informação, ocorridas durante os últimos anos, reorganizaram todas as atividades associadas à ciência da informação. A sociedade sempre foi mais afetada pelas transformações, ou pela natureza, da tecnologia do que pelo seu conteúdo, pelo menos em curto prazo. Aqueles que convivem mais de perto com essas alterações enfrentam com maior carga as conseqüências sociais e físicas de uma enorme ansiedade tecnológica.

O profissional desta área foi precipitado em uma conjunção de transformações, de muitas das quais ele ainda nem mesmo se apercebeu. Durante um período de inovação, o contexto se torna quase invisível e melhor aparece para análise, quando é substituído por outro, daí ser bem mais fácil entender, hoje, a sociedade industrial do que a sociedade de informação.

O modelo tecnológico inovador é tão fechado que induz a um distanciamento alienante de como ele opera ou se opera no melhor sentido. Se o discurso da Sociedade de Informação traz uma premissa e uma promessa de verdade, traz consigo um juramento de melhoria das condições do homem, de conforto material e de felicidade. Esse discurso torna-se imbatível. No caso das tecnologias de informação, se a promessa é promover o acesso universal à informação, educação, oportunidades e entretenimento, e se esta é uma promessa da autoridade tecnológica,

o conhecimento já está fechado e avaliado. Não é passível de dúvida ou contraposição, sob pena de nos colocarmos contra o avanço tecnológico, retrógrados e ultrapassados e até pouco éticos

A autoridade tecnológica julga e condena quem quer se introduzir no conhecimento dos detalhes do processo. Não cabe questionar ou tentar compreender como uma informação é transmitida por meio dos “backbones”<sup>3</sup> da infra-estrutura de transferência da informação. Esse conhecimento, para os usuários, é em si irrelevante e até mesmo indesejável.

Se as promessas de conseqüências são benéficas para a sociedade, questionar a nova tecnologia é pouco decente, do ponto de vista do questionado, é claro.

Mas, a crise que ocorre com a ciência da informação, neste final de século, deve ser contada lembrando sua evolução na história que a área já possui. Falar da sociedade de informação no Brasil nos leva inevitavelmente a refletir sobre a oferta, a demanda e a mercadoria informação.

Assim, a mercadoria que determina este mercado, a informação, é uma mercadoria simbólica,<sup>4</sup> de características muito especiais. É uma mercadoria que não se esgota com o consumo, como uma maçã ou um copo de leite. Ao ser consumida a mercadoria, ainda, permanecerá consumível, por um tempo e espaço, que será determinado por sua qualidade e validade.

Ainda, ao ser consumida, o consumidor não tem a propriedade da mercadoria; ela continua como propriedade de quem a vendeu ou a repassou, e que a venderá quantas vezes quiser, salvo em casos muito especiais, quando um contrato é firmado para especificamente determinada informação. Apesar de ter a sua posse, o consumidor só poderá usá-la, absorvê-la, se tiver competências pessoais para tanto; a posse da mercadoria informação é subjetiva.<sup>5</sup>

A mercadoria informação não é escassa, é abundante, mas é esta abundância que lhe confere valor, pois só tem valor para o consumidor a informação que, ao lhe ser disponibilizada, é potencialmente útil, relevante.

---

<sup>3</sup>Backbones - “Espinha dorsal” de uma rede; ligações, interligações e sub-enlaces dos espaços por onde passará, a rede, o acesso enfim.

<sup>4</sup> Simbólica . O uso da palavra articulada ou escrita como meio de expressão e de comunicação entre pessoas; a forma de expressão pelas diferentes linguagens , de que pode se utilizar um indivíduo, grupo, classe, etc.

<sup>5</sup> Relaciona-se ao sujeito do consumo e não ao objeto consumido.

Sua unidade de medida é imprecisa, quando não é associada a uma base fixa, e a mercadoria não é homogênea, como quilos de batata, litros de leite ou canetas BIC.

Seu preço, quando esta o possui, pouco tem a ver com o seu custo e os dois, preço e custo, não se relacionam com o valor como uma mercadoria tradicional, e muito menos com as condições de oferta e demanda que determinariam o mercado de informação.

É essa mercadoria que o discurso da sociedade da informação chama de “conteúdos”; é com essa mercadoria que tem que operar a sociedade da informação, pois esta sociedade só se viabiliza se os indivíduos da dita sociedade se articularem com a prática e a troca desse produto. Com a oferta e a demanda dessa mercadoria.

É razoavelmente fácil determinar os dados da oferta de informação, se não em termos qualitativos, em condições quantitativas, principalmente aquelas relacionadas com a quantidade de recursos destinadas a prover essa oferta.

Já as condições da demanda se ocultam. Os dados da necessidade e do potencial das competências individuais, para se apropriar da informação, que indicariam uma possível demanda, são difíceis de delimitar. Dados referentes ao estoque de indivíduos na força de trabalho do Brasil, que possuem o primeiro e o segundo grau completos no ensino regular, que são potencialmente os que chegam à universidade, ao mestrado, ao doutorado, são de cerca de 20% do total da força de trabalho (INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA 1996-1999; BAQUERO, 1988; BARRETO, 1995). Isto é algo *em torno de* dezesseis milhões de brasileiros em 2001.

Daí o entusiasmo da Sociedade da Informação e da ciência da informação, ao tratarem sempre com maior prioridade e conforto da gestão da informação, quando se processa no lado da oferta de informação, nos estoques de informação.

A demanda por informação no Brasil coloca, a todos desta área, em uma situação desconfortável, quando temos que considerar que, se, no Brasil, trabalhamos e investimos para 16 milhões<sup>6</sup> de indivíduos, dentre 156 milhões, estamos administrando e cuidando do *Country Club dos Conteúdos* e não de uma Sociedade da Informação.

Assim, a gestão da informação pode ser tão autoritária quanto as políticas e os documentos que a orientam. A figura I ilustra uma gestão da informação orientada para a oferta: a seta 1 indica o consumo real de informação, que se utiliza somente de uma parte do estoque da

---

<sup>6</sup> Este total se refere ao estoque atual de indivíduos na força de trabalho. Não é a taxa de analfabetismo ou o fluxo de formandos no primeiro grau em um determinado ano.

oferta, para uma demanda limitada na realidade. A seta 2 pretende indicar uma tentativa de administrar a oferta secundária, universalizar o acesso, repassando o estoque excedente para os demais espaços de uma realidade fragmentada em suas competências, desnutrida de cidadania e com oportunidades diferenciadas. Uma enorme dívida social.

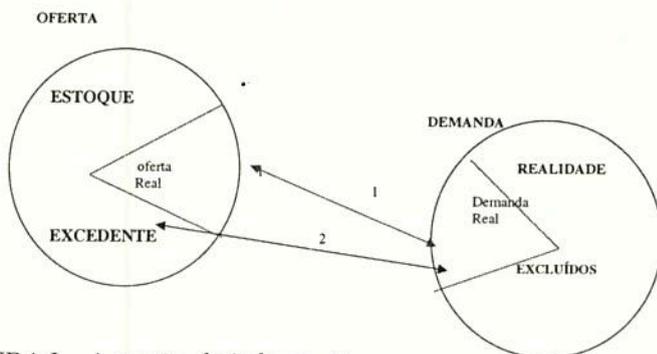


FIGURA I - A gestão da informação

A Ciência da Informação atua no menor setor da figura anterior. Deveria, também, se preocupar e dedicar-se a aprender a atuar corretamente no setor dos excluídos de informação e dos excluídos dos empacotamentos tecnológicos intensos.

Sob esse olhar, os propósitos da Ciência da informação ficam mais atraentes e mais verdadeiros. Contudo, o fluxo de informação que, através de processos de comunicação, realizam a intencionalidade do fenômeno da informação, não almeja somente uma passagem. A informação, ao atingir o público a que se destina, deve promover uma alteração. Aqueles que recebem a informação e dela se apropriam, conscientemente, estão expostos a uma ação de desenvolvimento, que permite alcançar um estágio qualitativamente superior em sua posição de bem-estar, tanto material como espiritual.

Sem dúvida, a Ciência da informação precisa se inserir no esforço de uma Sociedade da Informação no Brasil. Esta sociedade da informação gerou um documento verde, ainda não maduro (BRASIL, 2000). Este documento, se observado com atenção, está direcionado muito mais para explicar e fornecer subsídios tecnológicos de suporte para a oferta de informação, condição que tratamos anteriormente neste artigo.

É, certamente, um documento indispensável para a biblioteca de uma aliança globalizada. Está claro em suas intenções: na página 11, capítulo 1 da versão 1 do documento impresso (BRASIL, 2000), fica estabelecido: ao governo cabem os "backbones" para universalização do acesso e algumas aplicações próprias de Estado; a sociedade cabe

viabilizar e articular os conteúdos e as suas aplicações de interesse específico; mas o investimento em, fornecer produtos e serviços, ter a necessidade de manter uma contínua densidade tecnologia em inovações intensas, *esta deve ser uma tarefa do setor privado*. Nesse último caso, seria um erro até de cálculo o Governo *competir* nesse mercado intensamente povoado de condições materiais e de recursos humanos caros e exclusivos; de tecnologias com pesados investimentos e sempre no curto prazo.

Há que considerar ainda que, por estar em nível hierárquico de um dos ministérios do governo, o programa da sociedade da informação não traz força política, ou mesmo um sentido para inserção em um planejamento global. Todo governo é sensível a sua graduação da autoridade e círculos de predomínio, assim, os setores de comunicações do governo irão lançar as suas próprias bases e seus planos de infra-estrutura de acesso universal, os setores de educação, as suas bases instrumentais das escolas eletrônicas e interligadas e da educação e treinamento a distância; a Casa Civil do governo regerá, com suas regras e planos próprios, o governo eletrônico; a esfera da cultura já está cuidando, a seu modo, dos conteúdos com identidade cultural, das bibliotecas, dos museus e dos arquivos.

O documento da sociedade da informação no Brasil é válido em sua excelente confecção, nas suas pretensões e intenções e idéias, sobretudo no desejo e dedicação dos indivíduos que colaboraram para sua confecção: com respeito, motivação e muita esperança.

O documento, em minha opinião, tinha duas opções: ser abrangente como está e tornar-se apenas uma referência, ou ser específico, tratando só do acesso universal e da informação em ciência e tecnologia, por exemplo, e correr o risco de não ter muita platéia e, o que é "pior", ter que executar as ações propostas.

Contudo, o Plano Verde escolheu ser grande e abrangente e fragmentou-se, perdeu-se na burocracia das intenções de poder de cada setor do Governo, que contemplou em seus Programas. Permanecerá um documento de referência. Um bom documento acadêmico de referência. Mas, isso era tudo o que ele não pretendia ser.

#### REFERÊNCIAS

- BAQUERO .M. G. *Estudo do fluxo escolar do 1º para o 2º grau de 1972-1982*. Brasília: MEC/SG/SEEC, 1988.
- \_\_\_\_\_; OLIVEIRA, L. A. *Ensino regular de primeiro grau no Brasil 1950-1984*. Brasília: MEC/SG/SEEC, 1988.
- BARRETO, A. de A. *A informação e a transferência de tecnologia*. Brasília: Senai:Ibict 1993.

- BARRETO, A. *A informação e o cotidiano urbano*. Rio de Janeiro: Ibiect:Eco 1991.
- \_\_\_\_\_. A transferência de informação, o desenvolvimento tecnológico e a produção de conhecimento, *Informare*, v. 1, n. 2, jul/dez 1995.
- BOULDING, K., *Knowledge and life in society*. Michigan: University of Michigan Press, 1960.
- BRASIL. Ministério da Ciência e Tecnologia. Indicadores nacionais de ciência e tecnologia. Disponível em: <www.mct.gov.br>. Acesso em: 9 jun.2001.
- \_\_\_\_\_. *Sociedade da Informação no Brasil: Livro Verde*. Organização Tadao Takahashi. Brasília, 2000. 201 p.
- BUTCHER, H.J. *A inteligência humana*. São Paulo: Perspectiva, 1968.
- FARRADANE, J. Knowledge, information and information science. *Journal of Information Science*, London v. 2, n. 2, 1980.
- \_\_\_\_\_. The nature of information. *Journal of Information Science*, London, v. 1, n. 3, 1970.
- HABERMAS, J. *Conhecimento e interesse*. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.
- HUMPHREY, O. N. *Uma história da mente: a evolução e a gênese da consciência*. Rio de Janeiro: Campus, 1994.
- INSTITUTO BRASILEIRO DE GEOGRAFIA E ESTATÍSTICA. *Anuário Estatístico do Brasil*. Local: Centro de Documentação e Disseminação de Informações, 1996-1999. Edição em CD-ROM.
- \_\_\_\_\_. *Sistema IBGE de recuperação automática, SIDRA 97*. Disponível em: <www.sidra.ibge.gov.br>. Acesso em 15 maio 2001.
- JAENEKE, P. To what end knowledge organization. *Knowledge Organization*, n. 1, p.3-10, 1994.
- KING, D.W.; BRYANT, E.C. *The evaluation of information services and products*, Information Resource Press, USA, 1971.
- LAMBERTON, D.M. (Ed). *Economics of information and knowledge*, London: Penguim, 1971.
- LANCASTER, F. W. *The measurement and evaluation of library services*, Information Resource Press, USA, 1977.
- MORINO, E. *O método, o conhecimento do conhecimento*. Lisboa: Biblioteca Universitária, 1986.