

Comunicação e culturas regionais e a sociedade digital no Brasil

Comunicación y culturas regionales y la sociedad digital en Brasil

Communication and regional cultures in the Brazilian digital society context

Doris Fagundes Haussen¹

Resumo *A globalização da economia e a evolução tecnológica têm provocado significativas alterações na sociedade. As fronteiras geográficas são atravessadas por referentes virtuais que incidem diretamente sobre a comunicação e a cultura. Este artigo propõe-se, assim, a analisar o fenômeno, procurando identificar a sua influência sobre a sociedade brasileira, sua cultura e identidade. Estuda, também, a inserção do País na sociedade digital.*

Palavras-chave: *Comunicação. Cultura. Sociedade digital. Brasil.*

Resumen *La globalización de la economía y la evolución tecnológica han provocado profundas alteraciones en la sociedad. Las fronteras geográficas son cruzadas por referentes virtuales que inciden directamente sobre la comunicación y la cultura. El artículo se propone a analizar el fenómeno buscando identificar su influencia sobre la sociedad brasileña, su cultura e identidad. Reflete, también, sobre la inserción del país en la sociedad digital.*

Palabras-clave: *Comunicación. Cultura. Sociedad digital. Brasil.*

¹ Professora do Programa de Pós-Graduação em Comunicação Social da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul (PUCRS). Pesquisadora do CNPq – Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico. O artigo contou com a colaboração da bolsista de Iniciação Científica CNPq/PUCRS, Alice Nader Fossá.

Abstract *Both the economic globalization and technological evolution have caused very profound changes in society. Geographical borders are being crossed by virtual content that impact directly on communication and culture. This article has the purpose of analyzing this phenomenon, aiming to identify its influence on the Brazilian society, its culture and identity. It expects as well to study the Brazilian insertion in the digital society.*

Keywords: *Communication. Culture. Digital society. Brazil.*

A globalização da economia e o desenvolvimento das tecnologias de comunicação têm influenciado nas questões de espaço e tempo, ampliando fronteiras e incidindo diretamente sobre as culturas. Neste sentido, os conceitos de local, regional e global também se alteram, inclusive no que se refere a estados nacionais². Assim, a utilização desses conceitos conduz a “um ordenamento entre níveis espaciais diferentes, o que nos leva, necessariamente, a pensar as relações entre eles” (ORTIZ, 2000, p. 60). Relações certamente atravessadas por elementos das culturas locais, nacionais e também da mundial³.

Dois processos, segundo Martín-Barbero (2006), estão transformando radicalmente o lugar da cultura nas sociedades: a revitalização das identidades e a revolução das tecnicidades. O autor considera que os processos de globalização econômica e informacional estão reavivando a questão das identidades culturais étnicas, raciais, locais e regionais, “até o ponto de convertê-las em dimensão protagônica de muitos dos mais ferozes e complexos conflitos internacionais dos últimos anos”. Mas, ao mesmo tempo, essas identidades “estão reconfigurando a força e o sentido dos laços sociais, e as possibilidades de convivência no nacional e ainda no local”. Em relação à tecnologia, Martín-Barbero (2006, p. 54) considera:

O que a revolução tecnológica introduz em nossas sociedades não é tanto uma quantidade inusitada de novas máquinas, mas, sim, um novo modo de relação entre os processos simbólicos – que constituem o cultural – e as formas de produção e distribuição dos bens e serviços: um novo modo de produzir, confusamente associado a um novo modo de comunicar, transforma o conhecimento numa força produtiva direta.

² Renato Ortiz (2000:59) lembra que em relação ao *global*, o que interessa no *nacional* não é tanto a sua unidade, mas a distinção em relação aos demais países.

³ Ortiz (2000:154) considera que o movimento da globalização das sociedades tem avançado principalmente em relação aos níveis econômico e cultural. “Trata-se, evidentemente, de domínios distintos (por isso prefiro falar em *mundialização da cultura e não de sua globalização*)”.

Em relação à sociedade digital no Brasil⁴, é interessante analisar alguns dados para identificar de que tipo de sociedade está se falando. Os indicadores do Ibope – Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística⁵ – mostram que, no segundo trimestre de 2007, 15% dos domicílios brasileiros contavam com acesso à internet por meio de computador doméstico (tendo como base o total dos domicílios brasileiros). Por seu turno, o relatório do Comitê Gestor da Internet no Brasil, com os resultados da 3ª Pesquisa sobre Uso da Tecnologia da Informação e da Comunicação no Brasil (a TIC Domicílios 2007)⁶, aponta que a internet está presente em 17% das residências no País, demonstrando crescimento de 2,5% em um ano (de 2006 a 2007). Em 2005, a presença era de 13%. Uma constatação feita foi sobre a influência da classe social, indicando que quanto maiores a renda, classe e escolaridade, mais alta a proporção de pessoas que contam com acesso doméstico à internet.

Quanto ao tipo dominante de conexão nos domicílios, a pesquisa indica que é a banda larga, com 50%, seguida pela discagem por telefone, com 42%. No ano anterior, o maior acesso era pelo discado, com 40,06%, seguido pela banda larga, com 28,64%, constando-se significativa inversão na forma de acesso. Considerando-se aparelhos fixos e móveis, o número vem crescendo rapidamente: de 2006 para 2007 o uso de banda larga avançou em 30,5%. Em 2005, havia quatro milhões de conexões, em 2007 foi para 8,1 milhões⁷.

Em relação ao uso individual, 53% dos entrevistados afirmaram já ter utilizado um computador, e 41% acessaram a internet pelo menos uma vez na vida, de qualquer lugar. Destaca-se que 47% da população brasileira nunca usaram um computador, e 59% nunca navegaram na internet⁸.

⁴ Sobre o tema ver também o texto da autora, *Fronteiras da Comunicação Regional*, Anais do III Colóquio Brasil-Estados Unidos de Comunicação, New Orleans, Tulane University, 2008..

⁵ www.ibope.gov.br

⁶ Os dados do Comitê (www.cgi.br) foram divulgados pelo Núcleo de Informação e Coordenação do Ponto br – NIC.br (www.nic.br)

⁷ Fonte: jornal *Zero Hora*, Porto Alegre, 06/03/08, p. 29.

⁸ A pesquisa identificou, ainda, que para os entrevistados que nunca usaram a internet - 57,25%, o motivo é não possuir computador em casa, 50,64% não sabem usar computador, 44,12% não têm necessidade ou interesse e 22,40% não têm habilidade com a internet.

Quanto ao local de acesso, pesquisa do Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação (Cetic.br) mostrou que 45% dos internautas acessam a rede mundial em centros públicos pagos. O levantamento apontou, também, que 44% usam em casa, 24% se conectam no trabalho e 24% na casa de outra pessoa. As *lan house* são o principal ponto de acesso dos usuários de baixa renda, mas mesmo os jovens que têm computador com banda larga em casa utilizam eventualmente esses locais pagos, segundo a pesquisa⁹. De acordo com matéria publicada no jornal *Zero Hora* (2009, p.3, caderno Digital), “sem poder pagar uma assinatura mensal de internet, o brasileiro utiliza cada vez mais as *lan house*, ou pontos públicos de acesso à web, onde encontra preços mais baixos pela conexão”.

Por outro lado, os dados sobre o acesso à internet no mundo (Ibope) demonstram que, entre os usuários que possuem computador em casa com acesso à rede, nos diversos países, o Brasil encontra-se em 6º lugar, com 27,5 milhões de internautas. Na frente estão os Estados Unidos, com 221,4 milhões, seguidos pelo Japão, Alemanha, Reino Unido, Itália e França. O que demonstra o interesse por parte da sociedade brasileira (que está conectada) por essa tecnologia.

Sobre o tempo de uso, a pesquisa mensal Ibope/NetRatings indicou que, na comparação entre janeiro de 2008 com o mesmo mês de 2007, o aumento do uso alcançou 50%. Em um ano, o Brasil ganhou 7,1 milhões de novos usuários mensais em domicílios, o maior crescimento entre os dez países analisados. O país ficou à frente, em crescimento, dos Estados Unidos, com 4 milhões de novos internautas, e da França (3,2 milhões). Segundo o analista do Ibope/Rating, José Calazans, o principal motivo do incremento é o maior número de residências com computadores e banda larga¹⁰.

Quando se analisam esses dados, ficam evidentes as diferenças, que não são apenas em relação a outros países, mas internamente também.

⁹ Fonte: Jornal *Zero Hora*, Porto Alegre, pg.28, 16/03/08.

¹⁰ Fonte: jornal *Zero Hora*, Porto Alegre, p.20, 23/02/08.

Por exemplo: tomando-se o Brasil por regiões, verifica-se que no sul a proporção de lares com computador é de 31%, no sudeste, de 30%, e no centro-oeste de 26%. No norte é de 13%, e no nordeste, 11%¹¹.

Os dados apontam a necessidade de se ter em conta que a “sociedade digital” ainda é realidade bastante distante para grande parte dos brasileiros, além de complexa em sua distribuição. Mas veio para ficar, ao longo do tempo. As reflexões feitas, na atualidade, têm que levá-la em consideração, mesmo que seja num horizonte de expectativas (HAUSSEN, 2007).

Características da sociedade em rede

Uma efetiva sociedade da informação (e do conhecimento), por outro lado, significa a existência de grande rede de meios de comunicação que cubra os diversos países, interligue os continentes e chegue às residências e às empresas. São fios de telefone, canais de micro-ondas, linhas de fibra ótica, cabos submarinos transoceânicos, transmissões via satélite. São computadores que processam informações, controlam, coordenam e tornam compatíveis os diversos meios (TAKASASHI, 2002, p.19). É de tal porte essa estrutura que a maioria dos usuários não se dá conta de como se processa a comunicação. Mas o desconhecimento não significa que estejam à parte, pois de alguma maneira sua vida é afetada por essa rede.

É preciso considerar, ainda, algumas características da “sociedade em rede” que está se configurando. A rede se materializa a partir de três elementos: de uma infraestrutura material, dos nós de chegada que servem como servidores de acesso, e de um fluxo de produtos ou objetos. Além disso, há também uma central operativa, que organiza a circulação, mantém operante a infraestrutura e planeja o exercício da rede (VILCHES, 2003, p. 221). Essa estrutura permite a recepção, por parte dos usuários, bem diferente daquela da televisão, por exemplo. Segundo

¹¹ Fonte: TIC Domicílios e usuários. www.cetic.usuarios/tic/2007/ A base utilizada para a pesquisa foi de 17 mil domicílios entrevistados.

Vilches, “na internet, assume-se como garantida a forma de participação dos usuários. Coisa bem diferente é a maior ou menor liberdade para participar e, por isso, o discurso da migração digital não pode ser desvinculado do debate político sobre o acesso sociocultural” (2003, p. 223).

Para o autor, encontramos-nos frente a importante mudança na ênfase teórica sobre o assunto. E essa mudança tem duas faces, como uma moeda. De um lado, “trata-se de refletir sobre o verdadeiro alcance do *conceito de democratização* do acesso; por outro, trata-se de refletir sobre o verdadeiro alcance do significado tecnológico e discursivo do *conceito de rede*” (*Idem*, p. 218).

A lógica dominante na rede provoca seus próprios desafios, e entre eles inclui-se, também, a questão do poder. Para Castells, este já não se concentra apenas nas instituições (o Estado), nas organizações (empresas capitalistas), ou nos controladores simbólicos (empresas midiáticas, igrejas). “Ele se difunde em redes globais de riqueza, poder, informação e imagens, que circulam e se transformam em um sistema de geometria variável e desmaterializada. Mas não desaparece. O poder segue regendo a sociedade; mas nos dá forma e nos domina.” (1997, p. 398)

Nessa realidade a comunicação e a cultura regionais estão incluídas.

Influências da globalização

A comunicação joga, na atualidade, papel fundamental no que se refere à cultura, à política, à educação. Mas essa centralidade se manifesta, também, em outros setores: nas finanças, produção industrial, trabalho, na ciência etc. O novo poder da comunicação é consequência de suas próprias e aceleradas mudanças, particularmente na confluência entre meios de comunicação, telecomunicações e informática.

Por outro lado, muito tem se discutido sobre a influência nas culturas locais de produtos e processos globais. Uma reflexão mais aprofundada destaca a preocupação com a crescente concentração da propriedade dos meios de comunicação, de suas estruturas e das redes de distribuição

dos produtos entre poucas (e grandes) empresas. Mas a possibilidade da transnacionalização da cultura e da comunicação aponta não apenas para uma “comunidade de produtos mundiais idênticos”, como salienta Bustamante (2003). Junto a esses produtos globais, impulsionados pelo caráter internacional das redes, e também da fragmentação dos mercados em segmentos internacionalizados de gostos, e das capacidades aquisitivas ou interesses, destaca-se a recomposição das relações globais-locais.

Com essa nova feição, configuram-se “produtos e serviços criados, produzidos e agrupados segundo mercados de nicho que cruzam transversalmente as culturas e as fronteiras, mas adaptados aos gostos nacionais”. Além disso, as próprias identidades culturais são utilizadas como “canteiros de renovação” desses produtos, que são domesticados para ser vendidos em mercados muito diversos, além de “orquestrados sob uma mesma estratégia global” (*Idem*, 345).

A cultura e a comunicação nacionais/locais, no entanto, apresentam especificidades e diferenças marcantes face à globalização digital e à internacionalização das redes, o que, segundo Bustamante, não elimina as diversas resistências de cada cultura e da própria língua materna. Nesse contexto, de concentração e globalização, os Estados nacionais continuam tendo papel relevante, seja por ação ou omissão.

Uma das ações de significativa importância relaciona-se ao ajuste do País à globalização e à digitalização ao apoiar determinados desenvolvimentos tecnológicos e redes, ao realizar inversões ou estabelecer prioridades em políticas industriais, sociais e educativas. Ou, também, ao apoiar grupos empresariais afinados com o governo, determinando sua implantação e poder de negociação.

Observa-se que na atualidade comunicação, cultura, política e economia percorrem caminho comum. Pode-se dizer que a globalização das novas tecnologias comunicacionais e dos públicos alterou o alcance e o sentido da comunicação cultural. Conforme Canclíni (2006), as culturas nacionais deixaram de operar como moderadoras predominantes da informação e do entretenimento cotidianos. Para o autor, “ao estabelecer redes de circulação mundial (satélites, computadores e outros

dispositivos midiáticos), a ordem comunicacional mudou de escala”. A noção de identidade “prossigue nos discursos políticos, humanistas e de gestores culturais, mas agora ela tem menos competência para organizar os debates sobre o desenvolvimento” (*Idem*,20).

As preocupações com as questões identitárias mantêm papel significativo “na relação com o patrimônio histórico e com as práticas artísticas pouco industrializadas (artesanatos, artes plásticas e literatura¹²)”. No entanto, segundo Canclíni, “o desempenho do cinema, da televisão, do vídeo e da informática é visto como parte do crescimento econômico, do livre comércio e, de forma geral, do desenvolvimento social”. Isso significa que as noções mais utilizadas anteriormente na análise cultural, como identidade, patrimônio e nação, “seguem sendo empregadas, mas os discursos sobre a produção industrial de cultura a vinculam cada vez mais a públicos, mercados, investimento e comércio” (*Idem*,20).

Por outro lado, como salienta o autor, “as relações entre cultura e desenvolvimento não se reduzem aos balanços econômicos de produtores, distribuidores e exibidores”. O espaço audiovisual é formado “por públicos, não só por empresas de rádio, cinema, televisão e vídeo, por Estados e organismos internacionais”. É interessante lembrar que impulsionar a produção cultural “requer tanto quanto financiamentos, legislação atualizada e capacidade empresarial competitiva”, além do conhecimento da audiência e seus gostos, e “destinar dinheiro e pessoal à investigação dos consumos culturais” (*Idem*,32).

O significado da cultura regional nesse contexto, portanto, é fundamental. Independentemente de sua apropriação por processos globalizantes, ela tem a sua vida própria. Mesmo atravessada por influências externas, ao contar com uma expressão forte e com políticas locais de apoio, não sofre riscos de sobrevivência no mundo global.

¹² Sobre os livros e o contexto digital, Gómez-Escalonilla (in Bustamante, 2003:52) lembra que sem a intervenção das instâncias públicas só se desenvolverão potencialidades comerciais, sendo a tendência a mesma de toda a indústria cultural.

Na verdade, é preciso levar em conta o que está em jogo na comunicação. O ponto de vista “global” sobre a globalização da cultura isola os produtos culturais de seu contexto, agrega-os por categorias e quantifica sua produção e sua distribuição em escala planetária. Segundo Warnier (2000:145), “ele está mal equipado para compreender a maneira como os produtos culturais são recebidos, decodificados, domesticados e reapropriados”. Para o autor, “o ponto de vista global não tem acesso à atividade das instâncias intermediárias, que fazem a triagem e recontextualizam os produtos das culturas-indústrias”.

Os mediadores referidos são a comunidade local, família, líderes políticos e religiosos, Igrejas, escola, clubes etc. O impacto das misturas culturais é variável, segundo a maneira de funcionamento dessas instâncias mediadoras. Para Warnier, “somente um ponto de vista ‘local’, que recoloca o consumo cultural no contexto das atividades múltiplas e cotidianas de uma comunidade tem condições de avaliar o seu impacto” (p.146). Ou, como lembra Vilches, por trás de cada conexão da comunidade virtual “há uma pessoa que pertence a uma família, a uma escola, que se informa e acessa outros meios de comunicação e que, como indivíduo, tem valores e juízos próprios” (2003, p. 219).

Por seu turno, Fernand Braudel lembra o quanto as civilizações constituem estruturas de longa duração, que canalizam o curso da história: “Uma civilização é impressa desde a infância nos sujeitos, em seus hábitos motores, em seu corpo, em suas práticas discursivas”. E acrescenta: “Ela também está inscrita nas paisagens, nos percursos da cidade, na cultura material” (in WARNIER, 2000, p. 145).

Brasil: identidades e fronteiras

Há muitos mitos, na atualidade, sobre os riscos da perda de identidades propiciados pelas possibilidades tecnológicas – e reais – de se cruzar fronteiras e viver inúmeras identificações. Ortiz (2000,79), citando Lévi-Strauss, lembra que “a identidade é uma espécie de lugar virtual, o qual

nos é indispensável para nos referirmos e explicarmos um certo número de coisas, mas que não possui, na verdade, uma existência real”. Segundo o autor, a identidade é fruto de uma construção simbólica que possui inúmeros referentes, entre eles a cultura, nação, etnia, cor ou gênero. “Faz pouco sentido buscar a existência de *uma* identidade; seria mais correto pensá-la na sua interação com outras identidades, construídas segundo outros pontos de vista” (*Idem*).

E a identidade brasileira, como fica numa era de diluição de fronteiras? Ou, antes, quem são os brasileiros? Como se percebem? Para DaMatta (1986, p. 119), o país não pode ser entendido de maneira unitária, “na base de uma só causa ou de um só princípio social”. Segundo o autor, há uma espécie de lógica comum, relacional, que na política aparece com o nome de negociação e conciliação,

E que no mundo econômico surge na curiosa combinação de uma economia altamente estatizada com uma iniciativa privada vigorosa e ainda importante. Que na religião aparece com a intrigante mistura de catolicismo com religiões afropopulares. E que na cosmologia em geral – e aqui estou pensando na literatura popular e erudita do Brasil – aparece sob uma certa ânsia de criar personagens intermediários, gente que pode permitir a conciliação de tudo o que a sociedade mantém irremediavelmente dividido por um movimento inconsciente.

A configuração indica, conforme DaMatta (1986), uma sociedade ao mesmo tempo moderna e tradicional, que combinou, “no seu curso histórico e social, o indivíduo e as pessoas, a família e a classe social, a religião e as formas econômicas mais modernas”. Segundo o autor, “somos uma pessoa em casa, outra na rua e ainda outra no mundo”. E, entre as três esferas, “colocamos um mundo de relações e situações formais. São as nossas festas e a nossa moralidade, que se fundam na verdadeira obsessão pela ligação. E não poderia deixar de ser assim, numa sociedade tão tematizada pela divisão interna”. Para DaMatta (1986, p. 121), a melhor integração entre as três esferas exigiria, portanto,

que à crítica prática que fala com o idioma da economia e da política pelo mundo da rua, seria preciso somar a linguagem da casa e da família e, com ela, o idioma dos valores religiosos que também operam e, por isso, determinam grande parte do comportamento profundo do nosso povo. Tudo isso, diria eu, no sentido de somar um pouco mais a casa, a rua e o outro mundo, aproximando mais essas esferas.

A sociedade brasileira, moderna e tradicional, portanto, é a que hoje se expande ainda mais pelas redes tecnológicas e novas sociabilidades, levando consigo as contradições e diferenças, e recebendo, em troca, contradições e diferenças de outras culturas. Conforme Ortiz (2000, p. 89), na sociedade atual “surge um leque de referentes que se atravessam, se chocam, se acomodam, organizando a vida dos homens”.

No entanto, a nova organização não credencia que se fale em “cultura global” ou “identidade global”. Para o autor, é preciso entender que a “modernidade-mundo”, ao impulsionar “o movimento de desterritorialização para fora das fronteiras nacionais, acelera as condições de mobilidade e *desencaixe*¹³”. Com isso, novos referentes identitários são engendrados, como a juventude e o consumo, os discursos ecológicos e étnicos, promovidos em escala global, gerando um imaginário coletivo. “Constrói-se, assim, um circuito, um conjunto de símbolos que unificam grupos e consciências separadas pela distância e pelas nacionalidades” (*Idem*, 90). Mas os novos (e antigos) referentes disponibilizados pela modernidade-mundo serão apropriados de maneira diferenciada por todos os grupos sociais na elaboração de sua identidade coletiva. Para Ortiz,

A sociedade global, longe de incentivar a igualdade das identidades, é sulcada por uma hierarquia clara e impiedosa, não porque as diferenças se fundam em substratos ontológicos, raciológicos ou de caráter (...) Esse tipo

¹³ A noção de *desencaixe* é retirada pelo autor da contribuição de A. Giddens. *As consequências da modernidade*. São Paulo: Unesp, 1991. *Desencaixe* indicaria que a modernidade rompe continuidades e desloca as relações sociais para um território mais amplo.

de argumentação é descabido. Ele reafirma os preconceitos e a incapacidade de se pensar criticamente. As identidades são diferentes e desiguais, porque seus artífices, as instâncias que as constroem, desfrutam distintas posições de poder e de legitimidade. Concretamente, elas se exprimem num campo de lutas e de conflitos, nele prevalecendo as linhas de força desenhadas pela lógica da máquina da sociedade (1986, p. 93).

Por seu turno, Mattelart (2005, p. 149) retoma a perspectiva da Unesco, que substitui a noção de sociedade da informação por “sociedades do conhecimento”, admitindo com isso que “os modos de apropriação das novas tecnologias são plurais e se negociam a partir de realidades sociais, culturais e históricas incontornáveis”. Para o autor, pensar a construção da sociedade do conhecimento no que se refere a essas especificidades “em nada dispensa de fazer o desvio pelas lógicas globais que presidem a redefinição das condições de produção e circulação de saberes”.

No contexto de expansão de fronteiras digitais, a sociedade brasileira trata de ajustar-se à nova realidade, dentro de suas características próprias. E um dos fatores que chamam a atenção é o elevado número de horas de acesso à internet por aqueles que dela dispõem, no âmbito do ranking mundial. Um dado que identifica uma das características dessa sociedade apontado por DaMatta, que é a da facilidade de transitar entre as diversas esferas (embora com atitudes diferenciadas): a da casa, a da rua e a do mundo e, de alguma maneira, realizar a síntese, fazendo novas amizades, estabelecendo novos grupos, comunicando-se. No entanto, essas características convivem com outras, como a da desigualdade econômica vigente no País, e as suas consequências, uma delas justamente a alta taxa de exclusão da população das possibilidades digitais.

Em sentido mais amplo, como salienta Canclíni (2004), a expansão planetária dos intercâmbios econômicos e culturais, as migrações disseminadas em todas as direções “e os enlaces informáticos globais retiram a eficácia ao relativismo respeitoso das especificidades culturais isoladas”. Para o autor, “quando as fronteiras entre os grupos, as etnias

e as nações tornam-se tão apagadas e pouco estáveis, e as competições enfurecem, a tolerância humanista – como simples apelo ético – não é suficiente”¹⁴. Para Canclíni (2004, p. 214),

Abre-se então a pergunta se seremos capazes de construir uma ordem intercultural globalizada, em que as dimensões sociais, econômicas, políticas e culturais reorganizem-se a fim de que aprendamos a descobrir o valor do diferente, para reduzir a desigualdade que converte as diferenças em ameaças irritantes e para gerar conexões construtivas a distância.

Retomando a questão inicial, diz-se que participar de uma sociedade digital significa estar “conectada” com ela, em todos os sentidos, tanto no aspecto técnico quanto no político, no econômico, no social e no cultural. O que inclui contar com a infraestrutura tecnológica necessária, mas, também, com as decisões políticas adequadas.

Por outro lado, representa fazer parte de uma boa rede escolar, que propicie a educação necessária, além da base material. Implica, ainda, a valorização, por parte de políticas adequadas, das identidades culturais, que promovam as manifestações próprias e evitem os sectarismos, compreendendo e valorizando a “sua” diferença, mas, também, aceitando e apreciando a diferença do “outro”.

Essa participação plena na sociedade digital, portanto, é complexa, e apresenta inúmeros desafios. No caso brasileiro, ainda há largo caminho a percorrer para a sua efetiva concretização. Mas se ainda é desequilibrado por um lado, é potencialmente promissor pelo outro, por causa das características próprias dessa sociedade, como destacado.

¹⁴ Tradução da autora.

Referências bibliográficas

- BUSTAMANTE, E. (coord.). *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Editorial Gedisa, 2003.
- CANCLÍNI, N.G. *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa Ed., 2004.
- . Cultura e Comunicação no desenvolvimento latino-americano. In ESCOSTEGUY, A.C. (org.). *Comunicação, cultura e mediações tecnológicas*. Porto Alegre: Edipucrs, 2006.
- CASTELLS, M. *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Madrid: Alianza Editorial, 1998, vol. 2.
- DAMATTA, R. *O que faz o brasil, Brasil?* Rio de Janeiro: Rocco, 1986.
- GÓMEZ-ESCALONILLA, G. Libro y entorno digital: un encuentro de futuro. In BUSTAMANTE, E. *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación. Las industrias culturales en la era digital*. Barcelona: Gedisa, 2003, p.39-56.
- HAUSSEN, D. F. Comunicação e cultura regional na sociedade da informação. Passo Fundo, texto apresentado no VIII Congresso de Ciências da Comunicação da Região Sul da Intercom, 2007.
- . Fronteiras da comunicação regional. Anais do III Colóquio Brasil-Estados Unidos de Comunicação. New Orleans: Tulane University, 2008.
- MARTÍN-BARBERO, J. Tecnicidades, identidades, alteridades: mudanças e opacidades da comunicação no novo século. In MORAES, D. (org.). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.
- MATTELART, A. *Diversidade cultural e mundialização*. São Paulo: Parábola, 2005.
- ORTIZ, R. *Um outro território. Ensaios sobre a mundialização*. São Paulo: Editora Olho D'Água, 2000, 2ª ed.
- TAKASASHI, T. A Sociedade da informação. In PERUZZO, C. e BRITTES, J. (org.). *Sociedade da informação e novas mídias: participação ou exclusão*. São Paulo, Intercom, 2002, p.19-36.
- VILCHES, L. *A migração digital*. São Paulo: Edições Loyola, 2003.
- ZERO HORA. Porto Alegre, 16 e 20 de abril de 2008.
- WARNIER, J.P. *A mundialização da cultura*. Bauru: Edusc, 2000.

ARTIGO

■ **Sites consultados**

CENTRO DE ESTUDOS SOBRE AS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO E DA COMUNICAÇÃO - CETIC.BIZ. Disponível em <www.cetic/usuarios/tic2007>. Acesso em: 2010,

COMITÊ GESTOR DA INTERNET - CGI.BIZ. Disponível em <www.cgi.br>. Acesso em: 2010

GRUPO IBOPE. Disponível em <www.ibope.gov.br>. Acesso em: 2010.

NÚCLEO DE INFORMAÇÃO E COORDENAÇÃO DO PONTO BIZ. Disponível em <www.nic.br> Acesso em: 2010.