

TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E SEU USO COLABORATIVO NA PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA HISTÓRICO-CULTURAL DA CIDADE: POSSÍVEIS FOCOS DE ANÁLISE.

Saul Edgardo Mendez Sanchez Filho¹

Resumo:

A implantação de um sistema comunitário de *website*, cujo intuito seria a preservação da cultura e o desenvolvimento do turismo, é uma proposta que pode ser analisada sob várias óticas. Este artigo apresenta dois possíveis focos de análise englobados na união entre Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e cultura como vetores. Um destes focos são as questões levantadas no uso da cultura como mercadoria, abordando o conceito em Geertz (1989) e Sahlins (1997), além de desenvolver um diálogo sobre sua funcionalidade mercadológica (YÚDICE, 2004). O outro foco é a desigualdade social (DUBET, 2001), aspecto analisado principalmente pelo ângulo da exclusão digital, observando, portanto, as possíveis dificuldades de acesso a um sistema de *website* democrático, e como isto se configura no âmbito social.

Palavras-chave: Tecnologia, Cultura, Desenvolvimento, Desigualdade

INTRODUÇÃO

A internet e suas linguagens interpretativas (HTML, PHP, ASP, XML) ampliaram os horizontes da produção cultural, abrindo novas possibilidades de preservação da memória. Para Yúdice (2004), a cultura se transforma cada vez mais em uma parte funcional da economia – uma mercadoria – nas comunicações, na mídia e na internet. O presente trabalho é o recorte de um projeto maior que visa - além de resultados reflexivos acerca da produção cultural na *internet*, sua relação com o turismo e com a preservação da memória e identidade local - a produção de um sistema de *website* comunitário cujo funcionamento esteja diretamente ligado à política cultural da cidade; *website* que, gradativamente, toma a forma de um produto diferenciado perante outros produtos *web* “fechados”, voltados para uma estratégia meramente comercial e turística, tudo isso à luz dos novos modelos de políticas culturais que fazem uso de tecnologia da informação. O sistema possuirá uma dinâmica estrutural embasada no uso de *hiperlinks* entre imagens, com base em linguagem PHP e estruturado a partir do código fonte do sistema Flickr (<http://www.flickr.com.br>), possibilitando uma

¹ Mestrando em Cultura e Turismo, Universidade Estadual de Santa Cruz (UESC)/BA. Graduado em Comunicação Social, UESC/BA. Pesquisador do grupo ICER (Identidade Cultural e Expressões Regionais) do Departamento de Letras e Artes, UESC/BA. E-mail: sauldesign@gmail.com

navegação lúdica. O perfil de usuário será único, comunitário, representando a cidade. A navegação através de *links* inseridos nas próprias imagens, através do cálculo aleatório entre *tags* (ou palavras-chave), permite a construção de uma linguagem primordialmente imagética e participativa que leva a novas formas - com características atemporais - de leitura da história e cultura local. Um sistema inovador e comunitário na *web* enquanto bem cultural, pode além de servir como banco de dados e memória, atuar estrategicamente como promotor do turismo sustentável, levando em conta a própria característica democrática, acumulativa e cada vez mais abrangente da *internet* como mídia do *advertising* e como forma de comunicação. O projeto visa a uma saída criativa para uma ordem econômica que tende a generalizar todo e qualquer produto turístico a uma mesma lógica de consumo, uniformizando símbolos e modos de ver o local, criando novas políticas modernas e democráticas para a memória da cidade. O presente recorte é uma breve análise realizada com base no estudo de textos advindos da sociologia e antropologia, buscando um *link* entre esses e aqueles que permeiam as discussões sobre as TIC (tecnologias de informação e comunicação). Iniciamos falando um pouco sobre evolução tecnológica e, depois, sobre a cultura como mercadoria, para finalizar com uma análise das desigualdades com foco na inclusão sócio-digital. Todos esses recortes representam um significativo acréscimo para o projeto em questão, abrindo novas possibilidades como foco de análise.

O HOMEM E A TECNOLOGIA

Na evolução humana, as tecnologias estiveram sempre presentes. Tal presença começa a se tornar marcante a partir do momento em que o ser pré-humano descobre que pode promover alterações na natureza através de intervenções específicas, e nisso consiste o trabalho ou a criação artística. Segundo Ernst Fischer (1987), o homem tornou-se homem através do uso das ferramentas, ele produziu a si mesmo fazendo e produzindo ferramentas com as quais alterou a realidade estabelecida. Fischer afirma que:

Todo organismo biológico possui relações de metabolismo com o mundo circundante; continuamente tira algo do mundo e dá-lhe algo. Mas isso é feito sempre diretamente, sem intermediários. Só o trabalho humano é um *metabolismo mediatizado*. (FISCHER, 1987, p.24-25)

O homem adquiriu consciência não só de que se podia *criar* a partir do uso de ferramentas, como também que se podia *criar ou aprimorar as próprias ferramentas*. O que vemos na sociedade atual é um constante aprimoramento de nossas ferramentas de trabalho - e podemos concluir que tem sido assim ao longo da história da humanidade, em diversos aspectos, desde as várias adaptações das construções e formas arquitetônicas, à evolução dos meios de transporte e de comunicação; todas as ferramentas vêm sendo aprimoradas conforme suas funções, e outras vão sendo criadas conforme a demanda de cada época ou momento social.

Foi através do desenvolvimento do trabalho conjunto nas sociedades, juntamente ao constante uso e criação de ferramentas, que as relações sociais foram ganhando mais complexidade - e foi assim que as linguagens evoluíram, segundo Fischer: juntamente com a evolução dos instrumentos, que hoje lidam diretamente com o universo simbólico. Segundo Clifford Geertz,

Entre o padrão cultural, o corpo e o cérebro foi criado um sistema de realimentação (*feedback*) positiva, no qual cada um modelava o progresso do outro, um sistema no qual a interação entre o uso crescente de ferramentas, a mudança da anatomia da mão e a representação expandida do polegar no córtex é apenas um dos exemplos mais gráficos. Submetendo-se ao governo de programas simbolicamente mediados para a produção de artefatos, organizando a vida social ou expressando emoções, o homem determinou, embora inconscientemente, os estágios culminantes do seu próprio destino biológico. Literalmente, embora inadvertidamente, ele próprio se criou. (GEERTZ, 1989, p. 60)

Se levarmos em conta as teorias de Pierre Lèvy (1993), a mente humana sofre também alterações em suas formas de raciocínio devido às constantes mudanças tecnológicas; para tanto, ele divide a história da sociedade em três tempos, que seriam respectivamente: o tempo da *oralidade*, o tempo do *registro escrito* e por fim a *era da informática*. Sua análise baseia-se na crescente profusão de aparatos tecnológicos que criam mudanças significativas na forma com a qual o homem lida com o mundo: “Ao desfazer e refazer as ecologias cognitivas, as tecnologias intelectuais contribuem para fazer derivar as fundações culturais que comandam nossa apreensão do real” (LÈVY, 1993, p.10).

Assim, enquanto no tempo da *oralidade*, cujo exemplo Lèvy encontra em uma tribo indígena, a informação tinha um caráter circular e não-acumulativo; o repertório de informações permanecia o mesmo e era passado de uma geração a outra. No tempo do *registro escrito*, esta se torna linear e acumulativa; já na era da informática, o acúmulo ocorre muito mais rapidamente e parte para a não-linearidade; para tanto, o

exemplo de Lèvy, que também encontra base em Castells (2000) é a *Internet*, a rede mundial de informação.

O plano intelectual, portanto, não deixa de ser abalado pela tecnologia, principalmente porque essa modifica, ainda segundo Lèvy, as formas organizacionais do homem, ou seja, causa alterações no plano cognitivo, no (in)consciente coletivo e, conseqüentemente, no plano social.

O turismo e a Internet vivem de mãos dadas. Segundo os estudos elaborados pela Travel Industry Association of America, mais de 84% dos internautas nos Estados Unidos são viajantes – isso se traduz em um mercado de aproximadamente 101.3 milhões de “navegantes” turistas (<http://www.tia.org/researchpubs/topStories.html>). Hoje, descobrir o caminho entre os códigos de micro e os códigos humanos é justamente tentar compreender a função do computador junto aos sistemas sociais, buscando como a máquina pode potencializar as funções dos locais, ao mesmo tempo em que age preservando a memória histórico-cultural.

A CULTURA COMO MERCADORIA

Segundo a Estratégia Turística da Bahia 2003-2020, “[...]devem ser desenvolvidos novos produtos turísticos para atender às necessidades, expectativas e tendências de consumo dos visitantes.” (Bahia. Governo do Estado. Secretaria da Cultura e Turismo, 2005, p.90). É citada ainda a necessidade de

Transformar os destinos turísticos em “conteúdos” culturais, por meio de seriados, documentários, filmes, etc., gerando mídia espontânea capaz de complementar o esforço promocional para atrair o turista (Bahia. Governo do Estado. Secretaria da Cultura e Turismo, 2005, p.90)

Mas o que seria a cultura? Geertz afirma que “sem os homens certamente não haveria cultura, mas, de forma semelhante e muito significativamente, sem cultura não haveria homens” (GEERTZ, 1989, p. 61). Ele se refere a isso ao explicar que as fontes culturais, o acúmulo de símbolos significantes é extremamente necessário como um pré-requisito da existência psicológica e social e, ao mesmo tempo, foi o próprio homem que, como vimos anteriormente, veio acumulando esse repertório. Ele afirma, portanto, uma perspectiva da humanidade como produto de complexas construções simbólicas. Todas nossas decisões seriam tomadas então a partir desses símbolos que organizam o

mundo e nos confere uma identidade. Esse sistema de concepções simbólicas historicamente herdado, modifica-se também com o passar do tempo, mas é perpetuado através de suportes como livros e, no caso da presente pesquisa, na forma de um banco de dados virtual na *world wide web*.

Sendo a cultura vista como uma teia de significados que o homem teceu, Geertz contribui para uma crescente visibilidade dos processos criativos pelos quais os objetos culturais são inventados e tratados como significativos. Sahlins (1997) compreende, assim como Geertz, o conceito de cultura como atividade criativa das ações entre os homens e ressalta a questão da autonomia cultural no mundo globalizado. Essa é a grande questão, quando vemos a cultura convertida em um produto que visa à rentabilidade financeira, quando vemos ações políticas como a ressaltada antes (Estratégia Turística da Bahia).

Para Sahlins (1999), o que une os indivíduos são os laços culturais e simbólicos, onde o intercâmbio é algo intrínseco. Portanto, as transformações que o capitalismo realiza não invalidam o conceito de cultura – preocupação fundamental de seu texto em duas partes “O pessimismo sentimental e a experiência etnográfica: Por que a cultura não é um ‘objeto’ em vias de extinção”. Nas interações multiculturais que vemos hoje, o que se percebe para Sahlins não é o domínio de uma cultura sobre outras – as culturas influenciam e são influenciadas, sendo que o completo isolamento cultural não é mais possível. Segundo Michel Serres,

Fala-se, hoje, de uma batalha entre essa cultura global, mundializada e mercantil, e a cultura local, na acepção antropológica do termo. Fechar as fronteiras para resistir à invasão da cultura mundializada seria o modo mais absurdo de colocar o problema: seríamos condenados, sob essa visão de mundo, a ter de escolher entre a Disneylândia e os ayatolás. Como se adquire uma cultura? Primeiro, no sentido antropológico, estão o lugar de nosso nascimento, a língua de nossos pais... um determinado número de atitudes, costumes e usos, que nos são legados. Mas, está provado, isto não basta para construir uma pessoa culta. Com efeito, se a cultura for aprisionada, ela sufoca e morre. (Michel Serres, 2004, p.5)

O próprio consumo pode ser considerado hoje como parte da cultura. Em seu texto “Ser no mundo: Globalização e localização”, Jonathan Friedman nos fala dos *sapeurs* (solapadores) da República Popular do Congo, que inseriram os símbolos criados pela indústria do consumo à própria lógica cultural de seu povo, onde “a velha máxima: ‘você é aquilo que você come’ [...] é extraordinariamente precisa quando entendida como um ato completamente social” (FRIEDMAN, 1999, p.332). É necessário perceber, portanto, a complexidade multifacetada da cultura hoje. Segundo Featherstone,

a demanda e o consumo cultural não são ditados meramente pela oferta, mas precisam ser compreendidos no contexto de um quadro social, isto é, sociogeneticamente induzido; trata-se de uma perspectiva que enfatiza que o consumo é eminentemente social, relacional e mais ativo do que privado, atômico ou passivo (FEATHERSTONE, 1999, p.15)

Para o presente projeto, torna-se necessário analisar os estudos sobre cultura para a antropologia, que nos mostram a mesma como resultado de ações humanas, e não como um produto visando a um fim; mas, ainda, a afirmação de Yúdice (2004) sobre a funcionalidade mercadológica da cultura possui sua base nas estratégias de produtos, e em uma própria lógica das relações sociais humanas na atualidade, compreendidas em um contexto global. É interessante perceber a dualidade presente nos “produtos” que, antes apenas produtos simbólicos das relações entre um povo, são hoje explorados e vendidos em suportes de memória, propriamente estilizados, possuindo valor financeiro num momento de mercado globalizado. Perante isso tudo, é válido ressaltar que

A cultura em uma sociedade de classes globalizada e complexa é vista, muitas vezes, como uma mercadoria a ser consumida. Mas cuidado, não devemos ver a cultura como um somatório de objetos, isso não é cultura. A cultura é um processo, é vida, construção social, é trabalho – no sentido de ação – é concepção e elaboração que muitas vezes, resulta sim em objetos, mas os mesmos despossuídos de história, não dizem da cultura. Os objetos são símbolos, representações e não mercadorias culturais. A cultura está nos saberes, nos processos sociais e não no consumo. Neste sentido, a memória também é trabalho e é um dos elementos fundamentais da cultura. (ARISTIMUNHA, 2005, p.46)

Quanto a isto, Guattari (1986) diz:

A produção dos meios de comunicação de massa, a produção da subjetividade capitalística gera uma cultura com vocação universal. Esta é uma dimensão essencial na confecção da força coletiva de trabalho, e na confecção daquilo que eu chamo de força coletiva de controle social. Mas, independentemente desses dois grandes objetivos, ela está totalmente disposta a tolerar territórios subjetivos, que escapam relativamente a essa cultura geral. É preciso, para isso, tolerar margens, setores de cultura minoritária – subjetividades em que possamos nos reconhecer, nos recuperar entre nós numa orientação alheia à do Capitalismo Mundial Integrado (CMI). (GUATTARI, 1986, p.19)

A preservação da memória histórico-cultural, sendo um elemento presente em diversos planejamentos políticos, faz parte de um quadro social comum que, inserido em um sistema capitalista de mercado, vê a mesma como principal meio de agregar valor à cidade como destino turístico. Percebe-se então que um sistema de TIC que trabalhe juntamente com uma política cultural da cidade deve se estruturar de forma que o sistema não esteja isolado desse quadro global - o que não traria a devida visibilidade e rentabilidade - e ao mesmo tempo ser ético e agir de forma amplificada para com a

memória local, preservando a memória dos saberes e processos sociais sem agir de forma desigual para com grupos sociais específicos em prol de uma estratégia de consumo.

PRESERVAÇÃO DA MEMÓRIA E INCLUSÃO SOCIO-DIGITAL

Segundo Manuel Castells,

A Internet não é simplesmente uma tecnologia; é o meio de comunicação que constitui a forma organizativa de nossas sociedades; é o equivalente ao que foi a fábrica ou a grande corporação na era industrial. A Internet é o coração de um novo paradigma sociotécnico, que constitui na realidade a base material de nossas vidas e de nossas formas de relação, de trabalho e de comunicação (CASTELLS, 2003, p.287).

Para Jonathan Friedman (1999), é possível encarar o consumo como um aspecto de uma estratégia mais generalizada ou um conjunto de estratégias para o estabelecimento e/ou manutenção da identidade. A criação de produtos nesse universo que é a internet – vista aqui como o novo paradigma sociotécnico citado por Castells – se destaca, portanto, como um processo que tende a fazer parte da própria constituição identitária do local. Um dos exemplos citados por Friedman, e quem vem também ao caso, é o dos Ainus:

A produção e as exposições de produtos aos turistas tornou-se um processo central na reconstrução consciente da identidade ainu. Este processo destaca o conteúdo distinto da etnicidade ainu para os turistas japoneses, num contexto em que esta especificidade é oficialmente interpretada como uma simples variação da cultura japonesa e não como uma identidade separada. A apresentação da identidade assim constitui um instrumento político na constituição desta mesma identidade. (FRIEDMAN, 1999, p.339)

Na cidade de Ilhéus - onde o projeto pretende ser apresentado à estrutura política como sistema socio-digital de preservação da memória e atrativo turístico na *web*, visando à sua implantação – veio se tornando necessária uma “reconstrução consciente da identidade”, assim como no caso dos Ainus, para sua preservação e afirmação. Após a “era de ouro do cacau”, o tradicionalismo das famílias de coronéis e toda a estrutura social vigente foi modificada, tanto no comportamento e renovação dos habitantes, na modernização urbana, no método escolar, tudo foi substituído e boa parte da memória que já havia sido soterrada pelo “progresso” trazido pela pujança dos cacauais ficou no esquecimento. Torna-se necessária hoje uma afirmação identitária muito mais forte, que

alcance traços históricos que vão além da era do cacau para se perceber e auto-afirmar a cultura e a força da memória local, revigorando o processo identitário.

Mas, em se tratando de um projeto que visa ao uso de um sistema de TIC pela própria população - constituindo uma forma colaborativa de preservação da memória - não deixamos de perceber a importância da inclusão sócio-digital para o tema. Desigualdades como o analfabetismo, o desconhecimento do manejo de aparatos tecnológicos necessários como câmera fotográfica digital, *scanner* e computador, são problemas que podem afetar diretamente o produto, visto que o banco de dados - que poderia estar repleto de imagens múltiplas, representativas de diversos aspectos relativos à história e cultura ligadas à cidade (tão múltiplas histórias e culturas quanto é diversa sua população) – fica reduzido, apenas, à representação da memória de alguns privilegiados, constituindo uma atitude hegemônica histórico-cultural que tende a se prolongar.

Assim, podemos ver que, em um processo colaborativo, não se trata apenas de uma questão política. Segundo François Dubet, “do mesmo modo que as desigualdades são múltiplas, os registros da dominação não são homogêneos, como deixa claro a teoria dos ‘capitais’ de Bourdieu” (DUBET, 2001, p.10). Prossegue afirmando, no entanto, que muitas vezes as desigualdades ocorrem devido a políticas sociais que estrategizam as diferenças, visando, talvez, à preservação de uma elite hegemônica:

Poderíamos alongar indefinidamente a lista das ‘novas’ desigualdades, conscientes de que sempre correríamos o risco de contrariar este ou aquele grupo por não reconhecê-lo como vítima de desigualdades. Mas a análise dessas múltiplas desigualdades transformou sensivelmente o olhar dos sociólogos, porque a maioria deles não se reduz nem ao berço nem à posição de classe, mas resulta da conjugação de um conjunto complexo de fatores, aparecendo mesmo, muitas vezes, como o produto, mais ou menos perverso, de práticas ou políticas sociais que tem como objetivo, justamente, limitá-las. (DUBET, 2001, p.12)

Isso fica bem claro na questão da exclusão digital se, de forma irônica, analisarmos como ocorrem os avanços tecnológicos e a popularização dos produtos: um exemplo seria que, até o final do século XX, ter um MP3 *player* era coisa da elite que tinha dinheiro bastante para tanto; hoje o que vemos é a oferta da “participação” nessa evolução tecnológica, com MP3 *players* a 50 reais para a grande massa, e dividido no cartão. No entanto, o que dá a impressão de uma possibilidade de “fazer parte” do mesmo universo do outro, é apenas mais um fator de diferença, sendo que enquanto um indivíduo da chamada “classe c” usufrui de um MP3 de 1GB, a elite exhibe seus Ipods de 80GB, sendo isso um círculo vicioso da manutenção do distanciamento que vai além do fator econômico. Nas palavras de Silveira,

É evidente que a pobreza vai alterando sua qualidade conforme o sistema capitalista vai avançando sua produção e recriando constantemente seus produtos. O obsoleto, o precário, o ultrapassado é repassado aos extratos mais pauperizados. A pobreza vai se alterando e certamente será em alguns anos assentada sobre produtos atualmente considerados *high tec*. Ao mesmo tempo, consolida-se um distanciamento gigantesco entre sociedades ricas e pobres, entre grupos sociais beneficiados e uma grande maioria de segmentos sociais penalizados. (SILVEIRA, 2005, p.428)

É necessário também ressaltar dois fatores sobre a exclusão digital, fatores esses que estão diretamente ligados às desigualdades sociais, o que veremos nos textos de Luis Eduardo Guedes e Bernardo Sorj (2005) e de José Oscar Fontanini de Carvalho (2003):

A exclusão digital se dá também no interior dos grupos pobres, entre gêneros, raças e grupos étnicos, e entre diferentes comunidades. A menção aos bairros pobres pode dar uma falsa visão de homogeneidade, quando tanto no interior de cada um como entre eles a desigualdade em relação à posse de computador é muito pronunciada. (SORJ, 2005, p.106)

O fator que restringe o acesso a tais equipamentos não é apenas o financeiro, pois a dificuldade encontrada por certas pessoas em acessar os computadores, por falta de treinamento ou habilidade, é um fator restritivo tão importante, que faz com que um número crescente de cientistas e técnicos se dediquem a desenvolver projetos que facilitem o acesso aos computadores, por pessoas com pré-requisito cada vez menor. (CARVALHO, 2003, p.80)

Analisamos que o problema vai além da mera acessibilidade ou apenas dos recursos financeiros; além até do conhecimento do uso tecnológico. O analfabetismo faz parte do processo, e a exclusão atinge, segundo Bernardo Sorj, níveis muito mais complexos que permeiam a exclusão interna a grupos que se dividiria de forma metódica em grupos grandes através de semelhanças simplificadas, geralmente relativas à renda. É por isso que Silveira questiona:

Afinal, em um país com 11,4% de analfabetos entre as pessoas acima de dez anos de idade e com 50, 7% da população recebendo até dois salários mínimos, qual o sentido de se falar em exclusão digital? A exclusão digital não seria uma mera decorrência da exclusão social? (SILVEIRA, 2005, p.421)

O fato é que ambas as realidades caminham de mãos dadas - as desigualdades sociais contribuem para a manutenção da exclusão digital, e também a posição política das prefeituras de certa forma prefere contribuir para a manutenção do *status quo* - retornando aqui à afirmativa de Dubet (2001) – ao lidar com esses grupos através de *práticas ou políticas sociais que tem como objetivo, justamente, limitá-las*. Tal realidade é crucial na implantação de um projeto que prevê o acesso por toda a

população, visando a um banco de dados tão plural quanto forem as memórias e cultura que constroem a história da cidade, vendo justamente no modelo colaborativo de *web 2.0* uma porta para o enriquecimento da identidade local, trazendo à tona aspectos submersos em meio ao seletivo e excludente imaginário da identidade.

CONCLUSÃO

O problema da preservação da memória histórico-cultural local em sua multiplicidade afeta diversas cidades no Brasil - problema diretamente ligado à evolução das mídias e à exclusão social, à falta de acesso aos suportes que hoje se padronizam em torno das tecnologias informáticas, ao sistema capitalístico (Guattari, 1986). Ao mesmo tempo, a cultura – expressões e símbolos decorrentes do processo social de um povo que herda uma identidade modificada na história e em constante mutação - tende a ser vista apenas como um meio para fins de rentabilidade financeira. Com políticas públicas adequadas e lideranças hábeis, é possível realmente acompanhar a evolução que as TIC vêm tendo no mundo todo, abrangendo o uso de ferramentas que constituem um poderoso instrumento de inclusão digital, comércio e preservação ética e eficaz da memória, interiorizando e acelerando o desenvolvimento local no início do século XXI e tornando mais possível a implantação de um turismo cultural sustentável e a própria valorização da preservação da memória pela população, indo além dos interesses turísticos e contribuindo também na redução da exclusão social.

REFERÊNCIAS

ARISTIMUNHA, Cláudia Porcellis. Lugares de Memória: Fotografia, Memória, Identidade, História e Patrimônio Histórico Cultural. **Logos**, ano 16, n.1, maio 2005

Bahia. Governo do Estado. Secretaria da Cultura e Turismo. **Século XXI – Consolidação do turismo: estratégia turística da Bahia 2003-2020**. Salvador: A Secretaria, 2005.

CARVALHO, J.O.F. O Papel da Interação Humano-Computador na Inclusão Digital. **Transinformação**, Campinas, 15, p.75-89, set/dez, 2003.

CASTELLS, Manuel. **A Sociedade Em Rede**. São Paulo: Paz e Terra, 2000.

CASTELLS, Manuel. Internet e Sociedade em Rede. In: MORAES, Dênis de (Org.). **Por Uma Outra Comunicação – Mídia, Mundialização Cultural e Poder**. Rio de Janeiro: Record, 2003.

DUBET, François. As Desigualdades Multiplicadas. **Revista Brasileira de Educação**, N.17, Maio/Jun/Jul/Ago, 2001.

FEATHERSTONE, Mike. A Autonomização da Esfera Cultural. **Bahia Análise & Dados**. Salvador: SEI, v.9, nº 2, p.8-22, Setembro, 1999.

FISCHER, Ernst. **A Necessidade da Arte**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1987.

FRIEDMAN, Jonathan. Ser no Mundo: Globalização e Localização. In: FEATHERSTONE, Mike. **Cultura Global – Nacionalismo, Globalização e Modernidade**. Petrópolis: Vozes, 1999.

GEERTZ, Clifford. **A Interpretação das Culturas**. Rio de Janeiro: Guanabara, 1989.

GUATTARI, Félix. **Cartografias do Desejo**. Petrópolis, RJ: Vozes, 1986.

LÉVY, P. **As tecnologias da inteligência: o futuro do pensamento na era da informática**. Rio de Janeiro: Editora 34. 1993.

SAHLINS, Marshall. O Pessimismo Sentimental e a Experiência Etnográfica: Por que a Cultura não é um 'Objeto' em Vias de Extinção. **Mana**, V.3, N.1, Rio de Janeiro, Abr, 1999.

SERRES, Michel. A comunicação contra a cultura: entre a Disneylândia e os ayatolás. **Alceu**, V.4, N.8, Rio de Janeiro, 2004.

SILVEIRA, S.A. Inclusão Digital, Software Livre e Globalização Contra-Hegemônica. **Parcerias Estratégicas**, Nº 20, Jun, 2005.

SORJ, Bernardo; GUEDES, L.E. Exclusão Digital: Problemas Conceituais, Evidências Empíricas e Políticas Públicas. **Novos Estudos**, Nº 72, Jul, 2005.

YUDICE, George. **A conveniência da cultura na era global**. Belo Horizonte: UFMG, 2004.