

MARIA CRISTINA CERESER PEZZELLA

THAÍS JANAÍNA WENCZENOVICZ

# Série

**Direitos Fundamentais Civis**

*Sociedade da Informação: Infância, Identidade,  
Regionalização, Mídias Interativas e Redes Científicas*



Editora Unoesc

**Editora Unoesc**

Coordenação  
Débora Diersmann Silva Pereira - Editora Executiva

Revisão metodológica: Gilvana Toniélo, Giovana Patrícia Bizinela, Bianca Regina Paganini  
Projeto Gráfico: Simone Dal Moro  
Capa: Daniely A. Terao Guedes

Dados Internacionais de Catalogação-na-Publicação (CIP)

P522soc Pezzella, Maria Cristina Celeser.  
Sociedade da informação: infância, identidade,  
regionalização, mídias interativas e redes científicas  
/ Maria Cristina Celeser Pezzella, Thaís Janaína  
Wenczenovicz. - Joaçaba: Editora Unoesc, 2016. -  
(Série Direitos Fundamentais Civis)  
64 p. ; il. ; 30 cm.  
  
ISBN 978-85-8422-067-0  
  
1. Direitos fundamentais. 2. Sociedade da  
informação. 3. Computadores e civilização. I.  
Wenczenovicz, Thaís Janaína. II. Título. III. Série.  
  
Doris 341.27

Universidade do Oeste de Santa Catarina – Unoesc

Reitor  
Aristides Cimadon

Vice-reitores de *Campi*  
*Campus* de Chapecó  
Ricardo Antonio De Marco  
*Campus* de São Miguel do Oeste  
Vitor Carlos D'Agostini  
*Campus* de Videira  
Antonio Carlos de Souza  
*Campus* de Xanxerê  
Genesio Téo

Pró-reitor de Graduação  
Ricardo Marcelo de Menezes

Pró-reitor de Pesquisa, Pós-graduação e Extensão  
Fábio Lazzarotti

Diretor Executivo da Reitoria  
Lindamir Secchi Gadler

**Conselho Editorial**

Fabio Lazzarotti  
Débora Diersmann Silva Pereira  
Andréa Jaqueline Prates Ribeiro  
Glauber Wagner  
Eliane Saete Filipim  
Carlos Luiz Strapazzon  
Marilda Pasqual Schneider  
Claudio Luiz Orço  
Maria Rita Nogueira  
Daniele Cristine Beuron

**Comissão Científica**

Riva Sobrado de Freitas (Unoesc, Brasil)  
Guido Smorto (Palermo, Italia)  
Simone Pajno (Palermo, Italia)  
Miguel Ángel Aparicio Pérez (Barcelona, UAB)  
Rosalice Fidalgo Pinheiro (Unibrasil, Brasil)  
Dauray Cezar Fabriz (FDV, Brasil)  
Ingo Wolfgang Sarlet (PUC-RS)  
Pedro Grandez (PUC-Lima, Peru)

## SUMÁRIO

PREFÁCIO .....	5
APRESENTAÇÃO .....	7

### CAPÍTULO I

SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO, INFÂNCIA E MÍDIAS: REFLEXÕES CONTEMPORÂNEAS....	9
--	---

### CAPÍTULO II

RÁDIO/TV E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: IDENTIDADE, REGIONALIZAÇÃO E PRODUÇÃO INDEPENDENTE .....	23
---	----

### CAPÍTULO III

BANCO DE DADOS, CONHECIMENTO E REDES CIENTÍFICAS: A VISIBILIDADE NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO .....	37
--	----

### CAPÍTULO IV

CIBERCULTURA, SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E AS NOVAS MÍDIAS INTERATIVAS NO CONTEXTO EDUCATIVO BRASILEIRO .....	51
---	----



## PREFÁCIO

Honrado com o convite das autoras para prefaciar esta obra, que aponta para o papel da sociedade da informação na transformação de conceitos que antes se tinham como autoevidentes, em que a infância se converte em um período em que o ser humano, longe de apto a contribuir para a história, vem a se apresentar como algo a ser moldado de acordo com as necessidades do meio em que vive, inclusive para reproduzir os valores do mercado, o papel da denominada “cultura de massa”, enquanto meio voltado a hegemonizar determinados valores e excluir os que não ingressem neste universo, bem como a criar padrões de consumo e induzir a este, a questão da operacionalização da liberdade de expressão enquanto condicionada pela disponibilidade dos canais a serem utilizados por quem deseje divulgar o fruto desta liberdade, máxime em se tratando da radiodifusão sonora e de sons e imagens, a questão do armazenamento de dados ingressando na tutela da privacidade e do sigilo profissional, bem como o papel que o desenvolvimento da tecnologia da informação desempenha na “formatação” de um novo mundo, em que a “exclusão digital” se soma como uma das manifestações da exclusão social e em que se desenha, mesmo, em função da própria internet, um sistema econômico com características peculiares.

Como nos estudos que compõem este texto fica bem evidente, não é por falta de previsão de comandos legislativos que a solução dos conflitos de interesse subjacentes se mostra difícil ao bacharel em Direito, especialmente no contexto brasileiro: acostumamo-nos a ver as categorias do século XIX como a verdadeira expressão da “natureza das coisas”, a rejeitar o que quer que pudesse, eventualmente, traduzir uma solução fora do cânone tradicional, mesmo que existisse, inclusive, disciplina legislativa específica sobre a matéria, num “privatismo” que vai muito além do aconselhável aprofundamento dos estudos do Direito Civil, que tende, antes, a tornar este a solução para absolutamente tudo, quando, em realidade, o Direito Civil é apenas uma dentre as várias manifestações do fenômeno jurídico.

Foi do Direito Civil que se desprenderam vários ramos do Direito dentre os que hoje se estudam, como o Direito Comercial, hoje denominado Empresarial, o Direito do Trabalho, o Direito Agrário, o Direito Econômico, mas isto não implica que cada uma dessas derivações seja, meramente, um capítulo do Direito Civil.

Por outro lado, o fascínio que o desenvolvimento da tecnologia desperta vem a demandar, da parte do jurista, a resposta para a seguinte pergunta: o que sobra para o ser humano? Claro que me perguntarão o que quero dizer com esta pergunta, e eu direi, simplesmente, que ela se põe no sentido de verificar se a ideia do ser humano enquanto fim em si mesmo - dignidade da pessoa humana, na acepção kantiana - sobrevive em um mundo que, cada vez mais, põe a utilidade para o desenvolvimento das negociações e a agilização do propiciar “confortos materiais” como valores fundamentais.

É em função disto, mesmo, que o jurista deve, a partir das bases construídas ao longo de séculos, saber ouvir os dados do problema e elaborar a resposta que preserve o próprio equilíbrio das relações sociais, sob pena de se ingressar na distopia de Clifford D. Simak, *City*, em que os sobreviventes civilizados da Terra são os cachorros, que são servidos por autômatos, e o único indício da existência de uma civilização da espécie humana é o dado de que somente seres dotados de órgãos preênses, como os dedos de mão, poderiam ter construído as primeiras máquinas.

Em livros como Os meios de comunicação no Direito Econômico, de 2003, A mídia e a Constituição - programação de rádio e TV e suas externalidades, de 2013, Direito Econômico da comunicação social - fatores de produção e regime jurídico, de 2016, manifestei, tal como as autoras, esta preocupação, até mesmo pela fortíssima influência, em meu pensamento, do meu saudoso Mestre e introdutor do Direito Econômico no Brasil, Professor Washington Peluso Albino de Souza. Com a Professora Maria Cristina, co-autora desta obra, tive a honra de apresentar temas ligados à temática ora discutida, em eventos do Conselho Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Direito - CONPEDI, como, em 2011 (Vitória), com um texto sobre “Sociedade da informação e as redes sociais”, em 2015 (Belo Horizonte), com trabalho como “Grupos de facto na sociedade informática”, de tal sorte que, frequentador do mesmo cenário, posso apontar neste livro mais uma prova da fertilidade do solo que está a ser trabalhado.

Boa leitura.

**Ricardo Antonio Lucas Camargo**

Professor da Faculdade de Direito da Universidade Federal do Rio Grande do Sul - Graduação e Pós-Graduação - Doutor em Direito Econômico pela Universidade Federal de Minas Gerais - Membro do Instituto Brasileiro de Advocacia Pública e da Associação dos Professores de Direito Ambiental do Brasil - APRODAB

## APRESENTAÇÃO

As organizadoras desta obra agradecem ao conselho editorial que aprovou a nossa publicação, a Editora da UNOESC, a Coordenação do PPGD da UNOESC composto pelos Professores Doutores Narciso Leandro Xavier Baez, Riva Sobrado de Freitas e Matheus Felipe de Castro.

Este livro tem por objetivo discutir a centralidade do conhecimento (da informação, da produção do conhecimento e de sua difusão) e a implícita mudança da concepção de saberes que parecem ser uma ideia para a qual convergem as ações de diversos gestores das políticas públicas, dos discursos e dos atores sociais atuantes e passivos na contemporaneidade. Afinal, não se pode negar que o impacto da globalização, associado à revolução tecnológica, impõe um novo padrão de conhecimento: menos discursivo, mais operativo; menos particularizado, mais interativo, comunicativo; menos intelectual, mais pragmático; menos setorizado, mais global.

Essa e outras realidades locais e globais trazem como olhar conclusivo que não mais haverá necessidade de acumular muitas informações, porque estes podem ser buscados a qualquer momento, graças aos novos recursos tecnológicos. É requerido, no entanto, que se saiba como buscá-los corretamente como informação que, para ser acessada, necessita ser permanentemente produzida. Assim, a pesquisa e a produção do conhecimento de modo geral assumem um papel fundamental, como também os processos de organização e distribuição de informações.

Destaca-se também a atuação e a função dos meios de comunicação e as tecnologias no século XXI. O capítulo intitulado **IDENTIDADE E SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO: RÁDIO, TELEVISÃO E TECNOLOGIAS EM PERSPECTIVAS REGIONAIS** têm por objetivo central analisar o impacto das ações das emissoras de rádio/TV na constituição de conhecimento, costumes, tradições e valores culturais e identitários no processo de regionalização e produção independente em consonância a Carta Constitucional - artigo 221, mais especificamente o Inciso III. A análise ao devido artigo constitucional tem a finalidade de tecer olhares de aprimoramento acerca da democracia na comunicação, bem como debater a pluralidade cultural brasileira. Também enfrenta elementos do transcurso do tempo (e não necessariamente de uma evolução histórica) desses dois maiores meios de comunicação: rádio e televisão e elenca alguns mecanismos de acesso à Sociedade da Informação que corroboraram a efetivação de ações no campo da midiático e da cultura na complexa teia dos meios de informação e comunicação no Brasil.

O segundo capítulo objetiva analisar o impacto das ações das emissoras de rádio/TV na constituição de conhecimento, costumes, tradições e valores culturais e identitários no processo de regionalização e produção independente em consonância a Carta Constitucional - artigo 221, mais especificamente o Inciso III. A análise ao devido artigo constitucional tem a finalidade de tecer olhares de aprimoramento acerca da democracia na comunicação, bem como debater a pluralidade cultural brasileira. Também enfrenta elementos da evolução histórica desses dois maiores meios de comunicação: rádio e televisão e elenca alguns mecanismos de acesso a Sociedade da Informação que corroboraram a efetivação de ações no campo midiático/cultura na complexa teia dos meios de informação e comunicação no Brasil.

O terceiro capítulo titulado **BANCO DE DADOS, CONHECIMENTO E REDES CIENTÍFICAS: A VISIBILIDADE NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO** tem por objetivo analisar a proteção de dados pessoais fornecidos voluntariamente pelas pessoas e coletados em arquivos sem o seu consentimento, e em afronta aos seus direitos de sigilo, segredo e privacidade afetando o direito de personali-

dade, além de deixar de concretizar o direito à privacidade junto a Sociedade da Informação. A Sociedade da Informação, lastreada no primado do conhecimento, na criação, circulação e one-  
ração da informação, consubstancia-se na atual forma de fomento das interrelações pessoais, e no direcionamento dos aspectos econômicos, políticos, jurídicos e sociais, provocando alterações significativas no cotidiano. Com efeito, na Sociedade da Informação a pessoa é primeiramente re-  
presentada por informações, ou seja, conhecida por dados, números, rotinas de compras e gastos, na forma de textos, imagens, sons e dados registrados. Esta nova percepção do indivíduo, como um ser informacional, passa a reclamar a proteção da privacidade, notadamente por se tratar de um direito fundamental de primeira grandeza, reconhecido como direito de personalidade, com caracteres de indisponibilidade, intransmissibilidade, inalienabilidade e imprescritibilidade. A pesquisa utilizada foi preponderantemente bibliográfica, com recurso à doutrina nacional e internacional ponderando os diversos ramos da ciência jurídica, além da perspectiva histórica - fundamental a melhor compreensão da complexidade no contexto contemporâneo.

O último texto trata da cibercultura na Sociedade da Informação e sua interrelação com as novas mídias interativas no contexto educativo brasileiro. Há pouco tempo para alguns educadores existia o temor de que os recursos tecnológicos aplicados à educação - as mídias educacionais - iriam substituir os professores. Esse temor prosseguiu por alguns anos e em alguns segmentos ele se mantém. Porém, o que efetivamente ocorreu foi um processo de incorporação das mídias como instrumentos para sistematizar a relação de ensino-aprendizagem e a organização educacional, sendo os professores um dos principais agentes de transformação por meio do desenvolvimento de projetos para a inserção das mídias e espaços interativos no contexto escolar. que sejam significativos para o aluno. Com a evolução das mídias e a penetração de veículos de comunicação multimídias a reflexão e a contemplação da realidade virou rotina nos debates pedagógicos. O presente capítulo analisa as mídias interativas no contexto educativo brasileiro, tendo em vista a Sociedade da Informação.

Foi uma satisfação enorme conviver com a Colega e amiga Professora Doutora Thaís Janaína Wenczenovicz que disponibilizou parte de suas pesquisas para compartilhar com todos os interessados. Agradeço mais uma vez o trabalho conjunto na organização, na apresentação e na escrita do artigo em coautoria.

Procuramos atender as melhores expectativas de nossos leitores.

Boa leitura!

#### **Maria Cristina Cereser Pezzella**

Professora do PPGD em Direito Fundamentais da Universidade do Oeste de Santa Catarina/ UNOESC. Professora de Direito na Graduação da Universidade Federal do Rio Grande do Sul/UFRGS. Advogada. Email: cristinacpezzella@gmail.com

#### **Thaís Janaína Wenczenovicz**

Docente Adjunta e Pesquisador Sênior na Universidade Estadual do Rio Grande do Sul/UERGS, Docente colaboradora do Programa de Pós-Graduação em Educação/UNIOESTE, Avaliadora do INEP - BNI ENADE/MEC. Membro Titular do Comitê Internacional Global Alliance on Media and Gender (GAMAG)- UNESCO. Email: t.wencze@terra.com.br

Chapecó, 14 de dezembro de 2016

## Capítulo I

# *Sociedade da informação, infância e mídias: reflexões contemporâneas<sup>1</sup>*

---

<sup>1</sup> O devido artigo foi apresentado no 1º Encontro de Internacionalização do Conselho Nacional de Pós Graduação em Direito / CONPEDI, em Barcelona/Espanha, no período de 08/09/10 de Outubro de 2014. O devido evento teve como Tema Central: “Atores do Desenvolvimento Econômico, Político e Social diante do Direito do século XXI”.



## 1.1 INTRODUÇÃO

É consenso que vivemos, hoje, diante de um mercado de entretenimento em efervescência, em função de uma oferta rica, plural e internacional e de uma demanda que tem, no exercício do lazer, uma das principais referências do bem-estar do consumidor (BERTINI, 2008), que, em função dos avanços (e barateamento) tecnológicos e da ‘oferta’ de um maior tempo livre (MASI, 2013) se viu mais próximo de bens materiais.

Somando-se a intensa dependência aos meios midiáticos, também é possível destacar dados e estatísticas que envolvem essa cultura global. A título de exemplo pode-se citar os índices divulgados pelas agências da Economia da Cultura as quais apontam que em 2013 o mercado de produtos audiovisuais movimentou US\$ 550 bilhões em todo o mundo. A participação do mercado audiovisual brasileiro, mesmo que pequeno, mas em ascensão, apresentou um crescimento de 20% ao ano. Dados de 2009 indicam uma receita em torno de R\$ 23 bilhões. O país ocupa o terceiro lugar no investimento publicitário em televisão, atrás apenas dos EUA e Japão.<sup>2</sup>

Em se tratando de investimentos midiáticos na área infantil, o mercado internacional foi o que mais se destacou em detrimento ao cenário brasileiro, por mais que o consumo desse produto seja elevadíssimo em todas as faixas etárias e categorias sociais. Nos Estados Unidos e em diversos países da Europa, a produção dirigida a crianças é considerada estratégica para a formação de público e se beneficia de políticas de Estado. Por aqui, estima-se que o conceito expandido dos “filmes para a família” - incluindo os nichos dos infantis, dos infantojuvenis e do juvenis - correspondam a cerca de um terço das bilheterias.<sup>3</sup>

Entretanto, a produção de audiovisual voltado ao público infantil no Brasil ainda é muito carente de estímulos e quase ausente em políticas públicas enquanto incentivo fiscal e tributário, mesmo sabedores que a criança tem direito a mídia de qualidade e diversificada. Para além do direito, sabe-se que há redução de uma visão estratégica do Estado no sentido de entender que é através da criança que se está formando o cidadão sob o ponto de vista da educação e da cultura. A partir de programas televisivos e jornais infantis, as crianças tornam-se usuárias de uma cultura de mídia que, muitas vezes, subjuga seu papel enquanto sujeito social ativo e crítico, considerando-as receptoras passivas. Além disso, o espaço destinado à participação infantil é, em muitos casos, restrito, uma vez que as crianças não são consultadas sobre o que é veiculado.

O procedimento metodológico aqui utilizado é o analítico-interpretativo de investigação bibliográfica principal - Constituição Federal (1988), ECA(1990) e documentos legais correlatos a efetivação de agências e associações que versam sobre a temática e secundária (diversos autores) a fim de analisar algumas das ações afirmativas com o objetivo de identificar a existência de uma política pública na produção audiovisual infantil como mecanismo de concretização do Direito à Informação. O devido artigo divide-se em três partes. A primeira intitula-se Cultura Jurídica, Sociedade da Informação e Políticas Públicas. A segunda, Infância e Mídias, ao fazer breves consi-

---

<sup>2</sup> Boletim Strategy Analytic, 2013.

<sup>3</sup> De acordo com a EBC - Empresa Brasil de Comunicação - Quatro longas de animação figuraram entre as dez maiores bilheterias nacionais em 2013: “A Era do Gelo 4”, “Madagascar 3: Os Procurados”, “Alvin e os Esquilos 3” e “Valente”. Juntos, eles venderam 22,6 milhões de ingressos, ou cerca de 15,5% do total (146 milhões de ingressos). O volume é superior à soma de todos os filmes brasileiros lançados no ano (15,5 milhões de ingressos, ou 10,6%).

derações sobre os Direitos Fundamentais, assinala sua distinção, enquanto categoria, bem como delinea a temática em sua historicidade. A terceira parte discute Consumo, Entretenimento e Infância.

## 1.2 CULTURA JURÍDICA, SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E POLÍTICAS PÚBLICAS

Com a aprovação da lei regulamentando o acesso a informações, ante o previsto no inciso XXXIII, do art. 5º, da Constituição da República diversos organismos civis e sociais adentraram e aprofundaram o debate acerca da temática.

É importante ressaltar, *a priori*, o fato de que o acesso a informações (no plural), de caráter individual, coletivo ou geral, é direito e garantia (individual e coletivo) de natureza fundamental outorgado pela Constituição da República. É, pois, norma que se insere no contexto dos Direitos Fundamentais da pessoa humana, dentre outros que estão positivados na ordem constitucional brasileira e, como tal, se presta da forma mais ampla possível à defesa dos interesses do homem e à concretização da cidadania.

Em várias de suas disposições a lei fala da obrigação dos entes administrativos criarem e aperfeiçoarem os mecanismos de transparência e acesso às informações que detêm, utilizando inclusive a melhor das tecnologias, com linguagem simples e acessível, sem embargo de orientarem os interessados sobre a melhor forma e meio de se obter a informação desejada.

Nessa lógica inserem-se também os meios de comunicação cujas concessões são atribuição do poder público que atua como regulador e fiscalizador de suas atividades considerando que as informações produzidas por esses espaços representam um meio de coesão cultural, social e política da nação.

## 1.3 INFÂNCIA E MÍDIA

A legislação brasileira, através do Estatuto da Criança e do Adolescente - ECA, promulgado em 1990, confere à família, à comunidade, à sociedade e ao poder público o dever de assegurar, com prioridade, a efetivação dos direitos das crianças. Em consonância a lei, em seu artigo 4º, a garantia de prioridade compreende: a) primazia de receber proteção e socorro em quaisquer circunstâncias; b) precedência de atendimento nos serviços públicos ou de relevância pública; c) preferência na formulação e execução das políticas sociais públicas; e d) destinação privilegiada de recursos públicos nas áreas relacionadas com a proteção à infância/juventude.

Com base nessa premissa, desde 1990, as crianças são vistas, juridicamente por todos os segmentos sociais como cidadãos dotados de prioridades, entretanto, como não possuem representatividade política formal (não votam) e não constituem, via de regra, organizações que defendam seus reais interesses e anseios perante a sociedade, acabam necessitando de uma proteção especial dos Estados Nacionais. (CANELA, 2006, p. 94)

É notável que a atuação dos Estados Nacionais frente à proteção e promoção das crianças está ligada à transformação do entendimento do que é ser criança e à busca da sociedade em conceber um escopo de direitos para tal público, especificamente diante de sua singularidade.

Definir o que é ser criança parece a um primeiro momento uma tarefa fácil. Mas não é. De acordo, com a Organização Mundial da Saúde a categoria criança corresponde desde o nascimento até os 09 anos, aos 10 anos a criança transforma-se em adolescente. Já na visão da ONU, o período

é mais amplo: se é criança até os 14 anos. Segundo o ECA, considera-se criança o período entre o seu nascimento até seus 12 anos incompletos.

Em se tratando de universo midiático, os grupos/empresas que quantificam a audiência como o IBOPE, Datafolha e Anima Mundi, incluindo as emissoras de televisão, consideram que a idade de 04 anos marca o início da ‘vida do telespectador’. No item audiência dos órgãos citados, pode-se observar as seguintes faixas etárias: 04 anos a 07 anos; 08 aos 11 anos; 12 aos 17 anos; 18 aos 24 anos; 25 aos 34 anos; 35 aos 49 anos; 50 anos ou mais. Para o Estatuto de Criança e Adolescente “considera-se criança, a pessoa até 12 anos de idade incompletos, e adolescente aquela entre 12 e 18 anos de idade. “ (art. 2º, do ECA), mas de acordo com a Organização Mundial da Saúde (OMS) a adolescência corresponde à faixa etária de 10 a 19 anos, uma vez que é nesta etapa que ocorrem importantes transformações físicas, emocionais e sociais. Essas alterações provocam mudanças importantes nas relações entre adolescentes e seu meio.

Mesmo considerando a chegada e influência das mídias digitais como iPad, iPhone, iPods, smartphones e tablets a televisão ainda se destaca quando quantificamos o uso do tempo no universo infantil. Essa supremacia já vem sendo questionada, especialmente quando se observa a facilidade ao acesso dessas tecnologias pelas crianças. Outro fator relevante é o design dos novos aparelhos que ajudou a tornar esses aparelhos mais palatáveis aos pequenos usuários.

Segundo uma pesquisa recente realizada pelo canal pago infantil Nickelodeon com 150 crianças de 8 a 14 anos em três capitais brasileiras (São Paulo, Rio de Janeiro e Recife), as paulistanas são as que passam mais tempo no computador: em média, três horas e meia por dia (contra duas horas e meia de cariocas e recifenses). Para 33% das entrevistadas, usar o computador é mais divertido do que brincar (27%) ou assistir à TV (14%).<sup>4</sup>

O fato das crianças ficarem mais horas expostas residirem em sua maioria nos grandes centros urbanos é justificável pelo fato dos responsáveis terem uma grande preocupação com a segurança, bem como a falta de companhia e a extensa jornada de trabalho dos pais que também restringe o lazer.

Neste novo e complexo cenário, a mídia ocupa também o papel de educadora da infância porque é responsável pelo contato das crianças com as informações, a sociedade em geral e com a cultura.

Ao que parece, tal papel de mediador e importante definidor do espaço público, antes muito circunscrito aos ambientes educativos formais, foi crescentemente sendo transferido para os dispositivos comunicacionais [...]. Por esta via, assistimos a uma espécie de concorrência desigual entre, de um lado, a tradição verbal e, de outro, as instigações icônico-imagéticas ou os potenciais híbridos que disponibilizam palavras, sons e figuras em movimento dentro de sistemas convergentes e muitas vezes tão instigantes como superficiais. (CITELLI, 2005, p. 87).

Se considerarmos a presença da mídia como educadora no cotidiano infantil rapidamente observa-se o descaso, a falta de responsabilidade e seriedade no tratamento com as crianças, uma vez que não participam ativamente da produção midiática e, em muitos casos, não são consulta-

<sup>4</sup> Disponível em [www.ebc.com.br](http://www.ebc.com.br) - Acesso em 14 jan. 2014.

das sobre o que é veiculado. Concomitantemente, o cenário social ratifica este posicionamento de subjugar a infância tanto como usuária cidadã e crítica da mídia como produtora cultural ativa da sociedade.

Essa categorização é tão assertiva que já é possível encontrar disponibilizados estudos e classificações de produtos audiovisuais para as mais tenras idades conforme o Quadro 1 abaixo:

Quadro 1 - Aplicativos gratuitos para celulares e tablets de recomendação infantil

Classificação Etária	Produto	Descrição
Menos de 01 ano	Galinha Pintadinha e Sua Turma	Traz três cliques legendados gratuitos: Lava a Mão, O Meu Galinho e Galinha Pintadinha
A partir de 01 ano	SketchBook Express	Programa para fazer desenhos com a ajuda dos aparelhos
	Talking Tom Cat	O gato fala e responde aos estímulos feitos pela criança na tela
	Disneyland Explorer	Possibilita um tour virtual pelos parques de diversões do complexo Disney com Mickey e sua turma
A partir de 02 anos	Abelhas Estressadas!	Jogo em que é preciso formar bolhas sem deixar que os insetos as estourem
	Talking Pocoyo	O personagem repete o que a criança diz, faz mímica de bichos para adivinhação e oferece teclado para tocar música
	O Verdureiro - Puzzle	As peças se arrastam e se juntam para formar tomate, banana e uva, por exemplo. As imagens também podem ser coloridas
	Savana - Puzzle para Colorir	O leão, o dromedário e o búfalo são formados por peças e ganham cores com o deslizar dos dedinhos
A partir de 07 anos	Where Is My Perry?	Com o dedo, a criança deve limpar a terra e fazer a água escoar pelo encanamento
	ChocoLapps	Livros eletrônicos que trazem fábulas, como Os Três Porquinhos, com ferramenta do tipo karaokê para auxiliar a leitura

Fonte: Mídias Criativas. Ministério das Comunicações, 2013.<sup>5</sup>

As crianças, nesse contexto, não são valorizadas como produtoras culturais ativas, além de terem sua cultura infantil perpassada por valores e ideologias do mundo adulto. Essa desvalorização da criança ocorre, paralelamente, ao fato delas serem percebidas como sujeito de direitos devido aos tratados da Organização das Nações Unidas sobre os Direitos das Crianças. Entretanto, nesse cenário observa-se claramente um distanciamento dos adultos para com as crianças, porque a legislação e os estudos pouco reconhecem as aspirações e necessidades infantis. É importante ressaltar que as crianças devem ser pensadas como colaboradoras sociais ativas que necessitam de liberdade de expressão para demonstrar seus pontos de vista sobre os assuntos referentes a ela e a sociedade em geral.

Segundo Benjamin (1984), a infância traz o resgate do passado, não como um tempo que se escoou e se perdeu, mas como o emblema de um futuro, ou melhor, de uma promessa de encantamento do mundo que não se concretizou. O devido autor apresenta e defende a tese de que

<sup>5</sup> Quadro elaborado pelas próprias autoras.

a criança é um ator social e produtora de cultura. A experiência da infância em Benjamin surge através do trabalho da sua memória sobre emoções, brinquedos e livros infantis, além de suas reflexões sobre pedagogia. Nos diversos textos e análises o autor também discorre sobre infância, no início do século XX, onde vemos afirmada a atual visão da especificidade das culturas infantis, em que a criança não é o adulto em miniatura, e sim detentora de uma razão própria, ainda que irracional aos nossos olhos. Assim, em Benjamin, como em Baudelaire, a criança é o indivíduo capaz de descobrir ou criar o ‘novo’ em oposição ao ‘sempre-igual’; o novo como a constante e fascinada (re)descoberta da própria vida; aquilo que, paradoxalmente, é também o ‘eterno e o imutável’.

#### 1.4 CONSUMO, ENTRETENIMENTO E INFÂNCIA

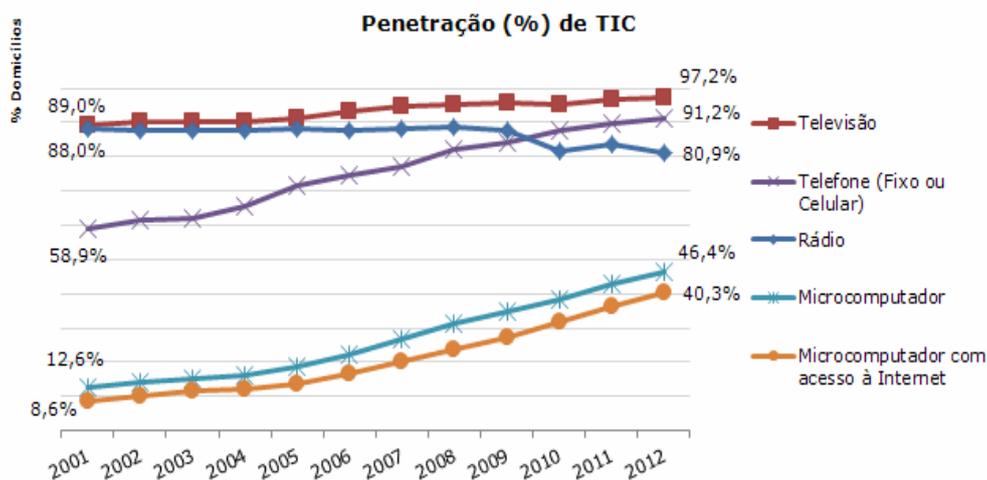
Ao não darmos espaço para as falas e produções infantis, compensa-se a falta de criação espontânea da criança com produções culturais para a infância. Entretanto, estas produções não conseguem substituir as infantis porque a visão da produção cultural para crianças ajusta-se a necessidade do sistema econômico em se reproduzir ainda que seja à custa da morte do lúdico, do prazer, da criação, da aventura, do sonho, do encontro, segundo Perroti (1991, p. 11)

Nesse aspecto pergunta-se: como a mídia pode atuar na condição de educadora ao mundo infantil se exerce papel distinto da necessidade real - cultura e informação? Para responder com objetividade essa questão temos que reportar-se a evolução histórica do mundo contemporâneo. Sabe-se que a mudança da realidade econômica, associada ao acesso das crianças à informação sobre o mundo adulto, transformou significativamente o pensar sobre a infância, bem como alterou comportamentos seculares.

Interesses comerciais ditam a cultura infantil da mídia, a margem de lucro é muito importante para que se importem com o que concerne ao bem estar das crianças. Em comparação à promoção de múltiplos ‘produtos’ da cultura infantil, os protetores da criança têm acesso limitado a essas vias de promoção. Essas corporações que fazem propagandas de toda a parafernália para as crianças consumirem promovem uma ‘tecnologia de consumo’ que efetivamente promete redenção e felicidade através do ato de consumo. (KINCHELOE; STEINBERG, 2001, p. 24).

Consumir, reproduzir, seduzir e demandar a curto espaço de tempo por novos produtos é a marca da sociedade contemporânea globalizada. Em todos os continentes essa realidade é verificada e quantificada pelos próprios fomentadores do ‘consumo midiático. Conforme a organograma abaixo é possível visualizar e analisar o quanto representa a parcela da mídia no cotidiano e na subjetividade constituída da nação brasileira.

Gráfico 1 - Domicílios Brasileiros (%) com Rádio TV, Telefone, Microcomputador e Micro com Acesso à Internet



Fonte: Estatísticas de Domicílios Brasileiros ( IBGE - PNAD), 2013.

Se a intencionalidade é uma educação para a Sociedade da Informação e a mídia a fim de valorizar a infância e a liberdade das crianças e contemplar seus direitos, é necessário garantir um espaço para a participação efetiva das crianças e ampliar a ação dos gestores na efetivação de políticas públicas, uma vez que não buscam meramente entretenimento na mídia, mas também nesse espaço se constroem relações sócio-culturais e educativas.

Devido a essa interação, é necessário valorizar a presença e participação das crianças, valorizando o pensar autônomo dessa categoria social. De acordo com Sampaio (2004, p. 73) ao interagir, as crianças buscam romper com o controle dos adultos. O convívio virtual, através das mídias, obriga as crianças e os adolescentes a considerar regras e convenções, tendo a oportunidade de ratificar ou por em questão conhecimentos e práticas a que tiveram acesso pela mídia. Nesta, eles se descobrem como membros de uma sociedade global de muitas escolhas. Descubrem que há limites e barreiras econômicas, sociais, políticas e culturais em pleno exercício de tais escolhas.

Outra questão a ser observada, diz respeito aos olhares que as crianças estabelecem após algum tempo de interação com as mídias. Essas na maioria das vezes estabelecem uma relação de verdade absoluta com os conteúdos veiculados pela televisão e pela publicidade e propaganda. Fazem dos desejos alheios e do consumo os seus interesses e sonhos.

Também é importante ressaltar que grande parte das crianças brasileiras tem acesso aos canais de televisão aos quais se enquadram enquanto cultura de massa. A cultura de massa foi criada com um objetivo específico, atingir a massa popular, maioria no interior de uma população, transcendendo, assim, toda e qualquer distinção de natureza social, étnica, etária, sexual ou psíquica. Todo esse conteúdo é disseminado por meio dos veículos de comunicação de massa, especialmente a televisão.<sup>6</sup>

<sup>6</sup> Os filósofos alemães, integrantes da Escola de Frankfurt - Theodor W. Adorno e Max Horkheimer -, foram os responsáveis pela criação do termo 'Indústria Cultural'.

Como esta cultura é, na verdade, produto de uma atividade econômica estruturada em larga escala, de estatura internacional (conforme organograma 1), hoje global, ela está vinculada, inevitavelmente, ao poderoso capitalismo industrial e financeiro e a massificação do consumo. A serviço desta lógica, se oprime incessantemente as demais culturas, valorizando tão somente os gostos culturais da massa. Artes, cinema, música e até vestuário são altamente influenciados e distribuídos gratuitamente aos telespectadores e, em especial as crianças.

Outro importante pensador contemporâneo, o francês Edgar Morin (2003), define a cultura de massa ou indústria cultural como uma elaboração do complexo industrial, um produto definido, padronizado, pronto para o consumo. Mas, ainda conforme este estudioso, uma industrialização secundária se processa paralelamente, mais sutil e, portanto, mais artilosa, a da alma humana, pois ela ocorre nos planos imagético e onírico.

Esta cultura é atrativa, hipnotizante e até indutiva em alguns momentos. Ela é introjetada no ser humano de tal forma, que se torna quase inevitável o seu consumo, principalmente se a massa não tem o seu olhar e a sua sensibilidade educados de forma apropriada, e o acesso indispensável à multiplicidade cultural e pedagógica. Com este manancial de recursos, é possível criar modalidades de resistência a essa cultura impositiva.

Do contrário, com os apelos desta indústria, personificados principalmente na esfera publicitária, principalmente aquela que se devota sem pudor ao sensacionalismo, é quase impossível resistir aos sabores visuais da avalanche de imagens e símbolos que inundam a mente humana o tempo todo. Este é o motor que move as engrenagens da indústria cultural e aliena os cidadãos das mais diversas categorias sociais.

Considera-se importante destacar que todos os cidadãos estão expostos a mídia de massa e por conseqüência atinge as mais diversas faixas etárias e categorias econômicas, por mais que se divulgue a ascensão do Brasil no cenário econômico. De acordo com pesquisa realizada pela agência Datafolha (novembro de 2013), 66% das famílias brasileiras vivem com até R\$ 2.034 ao mês. Isso significa R\$ 656,00 por indivíduo (R\$ 21,50 ao dia), considerando a média de 3,1 indivíduos por família, segundo dados oficiais do último censo populacional do IBGE. Já o Brasil privado evoluiu muito na década que antecedeu o governo Dilma. Pode-se dizer que foi o período de maior observância de ascensão das classes D/E à C.

Por outro lado, o significativo aumento dos impostos no período (2004-2012) permitiu massificar as bolsas sociais e benefícios da Previdência. Milhões de homens e mulheres foram tirados de suas condições sócio-econômica de dependência e miserabilidade nessa distribuição da renda forçada, que achatou a classe média. O movimento desencadeou aumento nas taxas de empregabilidade, no salário mínimo - nacional e regional - e na renda.

Sem sombra de dúvidas, a ortodoxia pró-mercado FHC-lulista daqueles anos encorajou a expansão das empresas e do crédito e, por conseqüência o endividamento das famílias serviu de mola para desdobrar o consumo. Nessa seara, 40 milhões de brasileiros subiram para a classe C - nomenclatura relacionada prioritariamente ao consumo e obviamente que mais renda e consumo ampliaram o acesso à educação e a serviços de informação, como o acesso a rede mundial de computadores e, por conseqüência direta a aquisição de diversos produtos eletroeletrônicos e tecnológicos.

De acordo com dados do IBGE (2014), aproximadamente 83,0 milhões de pessoas de 10 anos ou mais de idade acessaram a Internet nos meses de junho, julho e agosto de 2013 - ante-

riores à pesquisa, contra 77,7 milhões no ano anterior, um avanço de 6,8% (5,3 milhões de novos internautas). Os contingentes de internautas e as respectivas variações percentuais anteriores a essa foram: de 2009 para 2011 (77,7 milhões de pessoas, 14,4%) e de 2008 para 2009 (67,9 milhões de pessoas, 21,5%).

O Sudeste continuou sendo a região com maior percentual de internautas em 2012 (57,0%). Norte (39,2%) e Nordeste (36,4%) ficaram abaixo do percentual verificado para a média nacional (49,2%). Em relação ao contingente de internautas, também houve avanço em todas as regiões, especialmente na Norte (12,7%) e Nordeste (8,2%), cujos crescimentos ficaram acima da média nacional (6,8%). O Centro-Oeste teve o menor crescimento (4,6%). Os avanços verificados no Nordeste e no Norte corresponderam a, respectivamente, 1,3 milhão e a 600 mil novos usuários. (IBGE, 2014)

A mesma pesquisa, também aponta que de 2011 para 2012, houve aumento do contingente de pessoas que acessaram a internet, em todos os grupos etários, especialmente nas faixas até 29 anos de idade, em que o contingente aumentou 3,4. (IBGE, 2014)

Segundo dados da PNAD (2012),<sup>7</sup> também é possível constatar que a aquisição dos equipamentos tecnológicos passam a ser vistos como essenciais e ocupam a posição de bens duráveis nas estatísticas nacionais. A pesquisa confirmou o avanço na posse de alguns bens duráveis de 2011 para 2012, tais como: geladeira (de 95,8% para 96,7%); máquina de lavar roupa (de 51,0% para 55,1%) e televisão (de 96,9% para 97,2%). Houve aumento também no número de domicílios em que ao menos um morador possuía carro (de 40,9% em 2011 para 42,4% em 2012) ou motocicleta (de 19,1% para 20,0%) para uso pessoal. Apontam como preferência de ‘troca’ os objetos como aparelhos celulares e computadores portáteis.<sup>8</sup>

---

<sup>7</sup> Programa Nacional de Pesquisas Contínuas por Amostra de Domicílios da Fundação IBGE, a Pnad é realizada desde 1967 no Brasil. A pesquisa básica da Pnad abrange a população residente em domicílios particulares permanentes e em unidades de habitação em domicílios coletivos. A coleta de informações obedece a uma série de conceitos e definições operacionais, iguais ou assemelhados aos utilizados em várias outras pesquisas domiciliares, inclusive o Censo Demográfico, o que facilita sobremaneira a comparação dos indicadores produzidos por esse tipo de levantamento e permite o país possuir uma base sólida e consistente para planejar as políticas públicas nacionais em âmbito infraestrutural.

<sup>8</sup> IBGE, Diretoria de Pesquisas. Coordenação de trabalho e rendimento. Pesquisa Nacional de amostra de domicílios - 2011 e 2012.

Tabela 1 - Bens duráveis e Domicílios particulares e permanentes

Domicílios particulares permanentes, segundo algumas características Total e distribuição percentual - 2011 e 2012				
Características	2011		2012	
	Iluminação elétrica	60 879	99,3	62 546
Telefone	55 085	89,9	57 327	91,2
Somente móvel celular	30 482	49,7	32 284	51,4
Somente fixo convencional	2 123	3,5	1 857	3,0
Celular e fixo convencional	22 481	36,7	23 186	36,9
Fogão	60 447	98,6	62 063	98,7
Filtro de água	32 617	53,2	33 364	53,1
Geladeira	58 690	95,8	60 744	96,7
Freezer	10 077	16,4	10 469	16,7
Máquina de lavar roupa	31 250	51,0	34 654	55,1
Rádio	51 135	83,4	50 821	80,9
Televisão	59 381	96,9	61 092	97,2
DVD	46 298	75,5	47 784	76,0
Microcomputador	26 307	42,9	29 137	46,4
Microcomputador com acesso à Internet	22 395	36,5	25 325	40,3
Carro	25 096	40,9	26 663	42,4
Motocicleta	11 679	19,1	12 583	20,0

Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2011 e 2012.

## 1.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de conclusão, é possível sinalizar que o entendimento dos entes envolvidos - governo federal, mercado e sociedade civil - tem a necessidade de criar uma política pública coesa acerca das mídias que cercam a infância e circundam o mundo infantil. Que o país deve estar comprometido com suas crianças e cultura na certeza de que essas têm direito a mídia de qualidade e diversificada.

Qualidade essa que se distancia de um olhar utilitarista ou piedoso de que qualificar as políticas públicas e investir na produção de audiovisuais as crianças seria uma benesse do Estado. Trata-se de direito. Direito esse que está devidamente sinalizado nas convenções internacionais e na carta magna do país, que afirmam que as crianças são dotadas de prioridades absolutas, além da norma infraconstitucional projetada pela Constituição de 1988 intitulada Estatuto da Criança e do Adolescente.

O debate não envolve apenas o reconhecimento e aplicabilidade de direitos, mas um reordenamento de como o governo, e por conseqüência os gestores públicos, a sociedade e o mercado devam analisar, conceber e produzir mídias dirigidas para as crianças.

Segundo Susan Greenfield (2003), a nova geração de “nativos digitais” estaria perdendo capacidades cerebrais. É provado que o QI vem aumentando com o passar das décadas, mas Greenfield lembra que o QI é a forma de medir a inteligência lógica e que passa reto pelas inteligências sensíveis. Esta é a preocupação de Greenfield: “as crianças que estão crescendo no ambiente do ciberespaço não vão aprender como olhar alguém nos olhos, não vão aprender a interpretar tons de voz ou a linguagem corporal.”

Para Greenfield (2003), mais do que proibir ou restringir o uso das mídias, é necessário estimular a vida “real”. A interação deve se dar tanto na tela quanto fora dela. É preciso que os pais estimulem as crianças, criem mundos divertidos na realidade também: “Estamos diante de uma mudança mental global. Precisamos de estudos variados e de softwares que estimulem o foco. Precisamos pensar nos ambientes das próximas gerações. Não proibir o uso da web, mas criar ambientes que as tirem da tela. Seria uma grande ironia se a tecnologia que possibilita uma vida mais longa nos privasse de uma individualidade mais rica.”

Por consequência, as redes sociais modificam a identidade e os relacionamentos; os videogames modificam a atenção, a agressividade e a dependência e programas de busca modificam o modo de diferenciar informação de conhecimento, influenciando diretamente na formação sócio-cultural das crianças, razões pelas quais o tema deve ser tratado com maior responsabilidade, especialmente pelo Estado democrático de Direito.

Enfim, os direitos deste público não podem ser ignorados e ou se tornarem exclusividade de segmentos que concentram o poder econômico, político ou midiático. Não se pode viver sob a regência de um Estado que não garanta minimamente direitos aos seus cidadãos, especialmente frente a inserção e uso das mídias no universo infantil.

Acredita-se que o Direito possa se constituir em um mecanismo de transformação social e equipar-se de instrumentos efetivos com vistas a proteger a integridade física e psíquica das crianças e adolescentes também nos ambientes disponíveis na Sociedade Informacional.

## REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.

ADORNO, Theodor W. & HORKHEIMER, Max. **Dialética do Esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 1985.

ARIES, Philippe. **História Social da Criança e da Família**. Rio de Janeiro: Ed. Guanabara, 1978.

BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

BENJAMIN, Walter. **Reflexões: a criança, o brinquedo, a educação**. 3ª ed., trad. Marcus Vinicius Mazzari, São Paulo: Summus Editorial, 1984.

BERTINI, Alfredo. **Economia da Cultura**. São Paulo: Saraiva, 2008.

BOBBIO, Norberto. **A era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.

\_\_\_\_\_. **Igualdade e liberdade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.

BONI, José Bonifácio Oliveira Sobrinho. **O Livro do Boni**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.

BORDENAVE, Juan Diaz. **Comunicação e controle social**.

BOSI, Alfredo. **Cultura Brasileira: Temas e Situações**. São Paulo: Editora Ática, 2002.

BRASIL. **Constituição**: República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Senado Federal, 1988.

- \_\_\_\_\_. **Lei de Diretrizes e Bases da Educação de 1996**. Brasília: MEC, 1996.
- \_\_\_\_\_. Secretaria de Direitos Humanos da presidência da República. **Direito à opinião e à expressão**. Brasília: Coordenação Geral de educação em SDRH/PR, Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos, 2013.
- \_\_\_\_\_. INEP/Ministério da Educação. **Censo Escolar - 2013**. Brasília.
- \_\_\_\_\_. IBGE. **PNAD**. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de trabalho e rendimento. Pesquisa Nacional de amostra de domicílios - 2011 e 2012.
- \_\_\_\_\_. IBGE. **Indicadores Conjunturais**. Brasília: Imprensa Oficial, 2014.
- \_\_\_\_\_. **Mídias Criativas**. Ministério das Comunicações. Brasília: Imprensa oficial, 2013.
- BRITTO, Igor Rodrigues. **Infância e Publicidade: Proteção dos Direitos Fundamentais da Criança na Sociedade de Consumo**. São Paulo, 2012.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madri: Alianza Editorial, 2009.
- CHAGAS, Cláudia Maria de Freitas Chagas; ROMÃO, José Eduardo Elias; LEAL, Sayonara. **Classificação indicativa no Brasil: desafios e perspectivas**. Brasília: Secretaria Nacional de Justiça, 2006.
- CITELLI, Adilson. Comunicação e educação: perspectivas. In: LOPES, M. I. V. de; et al. (Org.). **Pensamento Comunicacional Brasileiro**. São Paulo: Intercom, 2005.  
Greenfield
- GREENFIELD, Susan. **As Pessoas de Amanhã: Como a Tecnologia do século XXI está mudando a forma como pensamos e sentimos**. Penguin: Instituto para o Futuro da Mente, 2003.
- MORIN, Edgar. **Educar para a era planetária**. São Paulo: Cortez, 2003.
- PERROTTI, Edmir. A cultura das ruas. In: PACHECO, Elza Dias. **Comunicação, educação e arte na cultura infanto-juvenil**. São Paulo: Loyola, 1991.
- PINHEIRO, Ângela de Alencar Araripe. **Criança e adolescente no Brasil: porque o abismo entre a lei e a realidade**. Editora UFC, Fortaleza, 2006.
- SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. **Televisão, Publicidade e Infância**. São Paulo: Annablume, 2000.
- SILVA, Jailson de Souza e; SOUSA, Jorge Luiz Barbosa (Org). **Políticas Públicas nos Território das Juventudes**. Rio de Janeiro: UFRJ, Pró-Reitoria de Extensão, 2006.
- TAVARES, Marcus Tadeu de Souza. **Impasses na construção da política pública de produção audiovisual para crianças e adolescentes nos anos 2000**. Tese de Doutorado - Departamento de Educação. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2013.



## Capítulo II

# *Rádio/TV e sociedade da informação: identidade, regionalização e produção independente<sup>9</sup>*

---

<sup>9</sup> O devido estudo foi apresentado parcialmente no III Encontro de Internacionalização do CONPEDI sediado em Madrid/Espanha - com o tema Participação, Democracia e Cidadania na perspectiva do Direito Iberoamericano.



## 2.1 INTRODUÇÃO

As novas referências do mundo contemporâneo demonstram o fortalecimento da imprensa, a partir dos séculos XVIII e XIX, os meios de comunicação - ainda que não de forma sistemática - passaram a emergir como protagonistas do processo democrático. Com a chegada do rádio e da televisão, já em época mais recente da história, fez-se impossível, mesmo para os teóricos mais céticos em relação ao papel da imprensa nesse contexto, ignorar por completo a centralidade da comunicação de massa nos rumos das democracias, tal como constituídas no mundo ocidental.

No Brasil, tal qual nos demais países, o rádio e a televisão são veículos de comunicação de massa que ocupam espaço relevante no transporte da informação e estes veículos caminharam juntos na construção da identidade nacional brasileira. O rádio, especialmente desde o seu início serviu de expressão às diferentes manifestações culturais do país, principalmente pela música, esporte e informação. Também possibilitou outros usos, como o político e, também mais recentemente, o religioso.

O Brasil - assim como vários países latino-americanos - viveu forte movimento nacionalista na primeira metade do século XX. Conforme Martín-Barbero (1987), o surgimento das massas urbanas prestou-se a projeto políticos populistas e nacionalistas que resultaram na organização de poder que deu forma ao compromisso entre essas massas e o Estado. Por outro lado, as novas tecnologias daquele momento, o rádio, o cinema, e posterior e televisão tornaram possível devido à emergência e a difusão de uma nova linguagem e de um novo discurso social: o popular massivo. Essas tecnologias de comunicação tiveram, assim, a sua relação com a cultura mediada por um projeto estatal de modernização político, mas também, cultural.

É significativo observar que, embora a comunicação tenha merecido a atenção dos pensadores da política ao longo do tempo, somente diante da consolidação dos meios de comunicação de massa, as sociedades começam a considerar, efetivamente, a influência desse agente em sua organização política, social e cultural.

Nessa perspectiva e dinâmica, objetiva-se no presente capítulo discutir o impacto das ações das emissoras de rádio e TV na constituição de conhecimento, costumes, tradições e valores culturais e identitários no processo de regionalização e produção independente em consonância a Carta Constitucional - artigo 221, mais especificamente o Inciso III, e o Projeto de Lei da Câmara, Nº 59 de 2003.

Optou-se pelo método analítico-interpretativo de investigação bibliográfica principal - Constituição Federal (1988), Projeto de Lei da Câmara, Nº 59 de 2003, bem como seus desdobramentos e documentos legais correlatos a efetivação de agências e associações que versam sobre a temática e secundária (diversos autores) a fim de cotejar parcela da trajetória da regionalização e produção independente dos principais meios de comunicação do país no século XX e XXI: rádio e televisão. Sabedoras que somos da relevância dos outros meios de comunicação em rede permitidos pela Sociedade da Informação neste capítulo quer se sedimentar os meios de comunicação de massa que são capazes de chegar onde a Internet ainda não popularizou, onde não há sinal e também onde já existe.

Subdividimos o capítulo em três partes. A primeira intitula-se o papel do rádio e da TV perspectiva legislativa brasileira contemporânea. A segunda, Rádio e televisão na sociedade brasileira: perspectivas históricas e conceituais dos dois meios de comunicação que mais influenciam na formação cultural da sociedade brasileira. Já a terceira parte, Compreende as questões da regionalização e produção independente nos meios de comunicação no Brasil.

## 2.2 O PAPEL DO RÁDIO E DA TV NA PERSPECTIVA LEGISLATIVA CONTEMPORÂNEA

O rádio foi capaz de organizar a agenda de boa parcela da população que ouvia antes de despertar, compartilhava com a família durante as refeições conjuntas, no trabalho, no transporte coletivo e particular, nas estações rodovias e ferroviárias, nos aeroportos e em todos os locais públicos e privados de acesso comum. O rádio durante muito tempo foi o companheiro mais constante em todos os cantos do país, onde os jornais e as revistas não chegavam quer por questões físicas, quer pela incapacidade de leitura de parcela significativa da população que não sabia ler. Foi assim que o rádio surgiu nos espaços de convívio e foi aos poucos se popularizando de tal forma que qualquer pessoa pudesse possuir o seu radinho de pilha. Esta transformação do rádio de mesa para o rádio portátil demonstra como a indústria capacitou-se para atender um novo modo de vida e de conviver.

Diante dos novos veículos de comunicação foi necessário a aprovação das leis regulamentando o acesso a informações. Várias são as perspectivas legislativas que se poderia discorrer no trilho da publicidade, da propaganda, da compra e venda de espaços publicitários, da divulgação de notícias, do caminho a proteção da imagem, da boa técnica, da ética que envolve o dever de informar e de veracidades dos dados divulgados, além da preservação da fonte por parte do jornalista e dos entrevistados no arco da divulgação da informação. Por evidente que este capítulo não pode abraçar todos estes aspectos, e, por isso optou-se por discutir o previsto no inciso XXXIII, do art. 5º, da Constituição da República brasileira e os diversos organismos civis e sociais que tem por objetivo aprofundar o debate acerca da temática aqui proposto. É importante ressaltar, a priori, o fato de que o acesso as informações (no plural), de caráter individual, coletivo ou geral, é direito e garantia (individual e coletivo) de natureza fundamental expresso como direito fundamental pela Constituição da República. Cabe repetir é, pois, norma que se insere no contexto dos direitos fundamentais da pessoa humana, dentre outros que estão positivados na ordem constitucional brasileira e, como tal, se presta da forma mais ampla possível à defesa dos interesses do ser humano na mais plena concretização da cidadania.

Em várias de suas disposições a lei fala da obrigação dos entes administrativos criarem e aperfeiçoarem os mecanismos de transparência e acesso às informações que detêm, utilizando inclusive a melhor das tecnologias, com linguagem simples e acessível, sem embargo de orientarem os interessados sobre a melhor forma e meio de se obter a informação desejada. Nessa lógica inserem-se também os meios de comunicação cujas concessões são atribuições do poder público que atua como regulador e fiscalizador de suas atividades considerando que as informações produzidas por esses espaços representam um meio de coesão cultural, social e política.

No tocante as emissoras de rádio e televisão a Constituição em seu artigo 221, Inciso III trata da regionalização da produção no país com a finalidade de desenvolver a democracia na comunicação, bem como garantir a pluralidade cultural brasileira e a possibilidade, de fato, que

essa identidade nacional seja oferecida a todos os espaços reservados a mídia para a sociedade brasileira. O debate acerca da regionalização e produção independente do rádio e televisão no Brasil democrático e em consonância a legislação nacional possui longa história enquanto tramitação, debates e tentativas de aprovação e implementação. O PLC 59/2003, que regulamenta o artigo 221 da Constituição Federal, foi apresentado na Câmara em 1991 e lá tramitou por 12 anos até ser aprovado na forma de um substitutivo.

Após esse período, chegou ao Senado em 2003 e passou pela Comissão de Constituição, Justiça e Cidadania (CCJ), onde também foi aprovado na forma de outro substitutivo. Posterior foi arquivado e voltou a tramitar em 2011, por um requerimento do senador Inácio Arruda (PCdoB-CE). Nessa trajetória foram diversos os embates desenvolvidos pela ABERT, ABRATEL, Associação Brasileira da Produção de Obras Audiovisuais, Associação de Produtores de Rádio e Áudio Independentes (Apraia), Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática (CCT), dentre outros na tentativa de efetivação legal.

O texto aprovado na Câmara estabeleceu que as emissoras de televisão veiculem programas totalmente produzidos e transmitidos nos Estados onde estão localizadas as suas sedes ou afiliadas, entre 5h e 24h. Em áreas com mais de 1,5 milhão de domicílios com televisores, estão previstas 22 horas semanais. Nos locais com menos de 1,5 milhão de domicílios, seriam 17 horas semanais. E nas áreas com menos de 500 mil domicílios com televisores, 10 horas. O projeto também previa um aumento de horas no prazo de 5 anos para os dois primeiros casos, que deveriam alcançar, respectivamente 32 horas e 22 horas. (SENADO, Portal de Notícias, 2014)

Outro elemento significativo trata da quantidade de horas destinadas à produção regional na televisão e em rádios. Foi aprovado que 40% das horas semanais destinadas à produção regional na televisão sejam fornecidas por produtores independentes. Ressalta-se novamente que a inserção do tópico em pauta tem por objetivo equilibrar essas questões para o meio radiofônico, e manter o sistema proposto pela Constituição de 1988, onde as regiões tenham acesso à própria cultura, à própria voz e espaços de agendas escolhidas conforme aspectos que atentem para as questões que a comunidade tenha como característica cultural predominante com vistas a permitir o desenvolvimento local e a criação de postos de trabalho regionalizados.

Verifica-se que é por meio dessa nova constituição e dos pressupostos por ela escolhidos que se constata o surgimento e reativação também das emissoras de rádios comunitárias e digitais no Brasil. De acordo com o Observatório da Comunicação (2014), havia em novembro de 2014 no Brasil 3157 emissoras de rádios comunitárias com licença definitiva; 675 de emissoras com licença provisória e 34 de emissoras de rádios outorgadas, operando na condição de sem licença. Percebe-se a dificuldade das rádios operarem enfrentam dificuldades para obter licenças definitivas.

### 2.3 RÁDIO E TELEVISÃO NA SOCIEDADE BRASILEIRA: PERSPECTIVAS HISTÓRICAS E CONCEITUAIS

É característica do rádio ser um veículo de comunicação, baseado na difusão de informações sonoras, por meio de ondas eletromagnéticas, em diversas frequências. Ele pode ser caracterizado como um meio essencialmente auditivo, formado pela combinação do binômio: voz (locução) e música. Mesmo que o mundo contemporâneo tenha ampliado significativamente os meios de comunicação o rádio ainda é um veículo extremamente

popular. Registre-se que longe de ser um meio ultrapassado, o rádio reafirma constantemente sua condição de veículo indispensável no cotidiano dos cidadãos brasileiros. O que mudou foi à modalidade de recepção e a forma de receber as transmissões: analógico para digital. Faz-se necessário sinalizar que houve um crescimento significativo na quantidade de meios disponíveis para obter informação e entretenimento por meio das ondas faladas e por imagens. Entretanto, o rádio mantém-se com liderança, especialmente no período diurno, conforme apontam dados obtidos junto ao Ministério das Comunicações.

Na mesma direção aponta-se que 94% dos ouvintes preferem sintonizar emissoras de sua cidade. Nos municípios de médio porte, as mulheres são mais adeptas que os homens ao rádio local. Os homens preferem as emissoras da capital, que também contam com a preferência dos ouvintes de mais idade a de cidades de pequeno porte. Nestas cidades, verificou-se ainda que muitos ouvintes sintonizam emissoras de cidades vizinhas, revelando, segundo os índices, uma demanda reprimida pela carência de programação oferecida pelas emissoras da própria cidade. Num comparativo rádio e televisão, a audiência está diretamente ligada às atribuições funcionais, cabendo a televisão uma maior procura no período noturno.

Tabela 2 - Perfil dos consumidores

<b>Veículo</b>	<b>Homens</b>	<b>Mulheres</b>
Televisão	46%	54%
Rádio	47%	53%

Fonte: Mídia Dados - Brasil/2012.

Quanto à programação, a pesquisa demonstrou que 76% dos ouvintes preferem ouvir noticiários transmitidos por emissoras locais. Ao procurar programas de música, 88% dos ouvintes também optam pelas emissoras locais. A pesquisa revelou ainda que 84% consideram as rádios locais mais confiáveis, enquanto 80% alegam ter mais afinidade com estas mesmas emissoras.

O rádio e a televisão “abertos”, livres e gratuitos têm índices de penetração altíssimos, quando comparados com outras mídias. Para o caso da televisão, praticamente todas as pessoas com acesso ao serviço (95,4% dos domicílios brasileiros) assistem pelo menos uma vez por semana (98%). Quanto ao rádio, 77% ouvem pelo menos uma vez por semana.

Tabela 3 - Resumo da inserção das mídias por sexo (%)

Mídias	Informações	Homens	Mulheres
TV	Assistem pelo menos uma vez por semana	98%	98%
TV por assinatura	Assistem pelo menos uma vez por semana	39%	32%
Rádio	Ouvem pelo menos uma vez por semana	77%	76%
Revista	Nos últimos sete dias, leram pelo menos um título semanal ou leram um título mensal nos últimos 30 dias	32%	44%
Jornal	Leram ontem ou nos últimos sete dias	50%	43%
Cinema	Vão pelo menos uma vez por mês	18%	17%
Mídias	Informações	52%	46%

Fonte: Mídia Dados Brasil (2012).

O rádio entre os meios de comunicação em massa pode ser considerado o mais popular e o de maior alcance do público, não só no Brasil, mas no mundo. Isso deve-se, pela capacidade que o homem tem em ouvir a mensagem sonora e falada simultaneamente e não ter de interromper as suas atividades e se dedicar exclusivamente à audição. Segundo dados do Ministério das Comunicações, o Brasil possui aproximadamente 3.000 emissoras de rádio, sendo que distribuídas aproximadamente em 50% para AM e FM. (2013), não incluídas as emissoras comunitárias e digitais.

Acompanhando a tendência mundial, o Brasil vem estudando a implantação da tecnologia digital no sistema de radiodifusão sonora. Em março de 2007, foi criado o Conselho Consultivo do Rádio Digital, com o objetivo de assessorar o Ministro das Comunicações no planejamento da implantação do Rádio Digital no Brasil. O Conselho era formado por representantes da sociedade civil, do Governo Federal, do setor de radiodifusão (comercial, educativa, comunitária e pública), da indústria (recepção, transmissão e audiovisual), das instituições acadêmicas e dos anunciantes.

No ano de 2010, foi instituído o Sistema Brasileiro de Rádio Digital (SBRD), por meio da Portaria nº 290. Em parceria com emissoras executantes dos diferentes serviços de radiodifusão, o MiniCom tem executado testes técnicos para verificar o desempenho dos diferentes modelos existentes. Esses testes tornam-se fundamentais para garantir o caráter e alcance universal do rádio tal como existe hoje e também a segurança para as emissoras. A ação é gerenciada pela Secretaria de Serviços de Comunicação Eletrônica.

Como todo meio de comunicação de massa, esse pode ser caracterizado como público. Ele é público, porque, na medida em que as mensagens não são endereçadas a um cidadão em particular, seu conteúdo é lançado de forma aberta e livre a critério apenas da receptividade do público. Ele também é um meio ágil e rápido. Rápido pelo motivo de suas mensagens serem endereçadas para atingir grande audiência em tempo relativamente curto, ou mesmo simultaneamente.

Segundo pesquisa Vox Populi (2013), o rádio também é categorizado como o veículo de significativa credibilidade em comparação aos demais meios de comunicação. A TV continua a ser a principal fonte de informação no País, com 55,9% da preferência, seguida pela internet (20,4%), pelo jornal impresso (10,5%), pelo rádio (7,8%), pelas redes sociais (2,7%), pela versão on-line dos jornais impressos (1,8%), pela revista impressa (0,8%) e pela versão on-line das revistas (0,1%). Seguramente estes dados devem todos os anos serem cotejados com novas pesquisas e o setor comercial por evidente se ocupa de aferir qual o veículo de comunicação é capaz e atingir seu público alvo. Assim pode haver mais de uma pesquisa, uma vez que os objetivos podem ser diferentes, pois a base de perguntas diversa pode também corresponder a diferentes trajetórias e resultados.

Com relação às fontes de informações mais acessadas no dia-a-dia do brasileiro, a televisão é vista por praticamente todos os entrevistados, somando 99,3%, seguida por rádio (83,5%), jornal impresso (69,4%), internet - sites de notícias e blogs de jornalistas (52,8%), revista impressa (51,1%), redes sociais - Twitter, Orkut, Facebook, etc. (42,7%), pela versão on-line dos jornais impressos (37,4%) e pela versão on-line das revistas impressas (22,8%). (Vox Populi, 2013)

Outro aspecto relevante diz respeito à acessibilidade as ondas do rádio e preferências de programação. O rádio se mostra como uma mídia barata e de alto alcance, com expressiva inserção para nichos específicos, já que os seus ouvintes buscam programações particulares, como as de música gospel, música clássica, jornalismo, policial, trânsito, aspectos do cotidiano, , além de notas de utilidade pública: previsão do tempo e as mudanças climáticas, cotação de moedas e cereais em se tratando de comunidade rural. Outra característica importante, e que diferencia os ouvintes, refere-se ao fato deles serem muito leais às suas emissoras, com destaque ao favoritismo e, ao contrário de outras mídias, não “zapeiam” entre uma possibilidade e outra, ou seja, escutam sempre a mesma emissora. Segundo quadro abaixo é possível constatar que praticamente a metade das pessoas “ouviu rádio ontem” e 76% ouviram rádio pelo menos uma vez na semana.

Tabela 4 - Ouvintes de rádio e preferências de programação

<b>Categoria de Programação</b>	<b>Ouvintes e %</b>
Notícias Locais	45%
Notícias Nacionais	37%
Notícias de Trânsito	33%
Notícias do Tempo	31%
Notícias Policiais	28%

Fonte: Mídia Dados - Brasil (2012).

Como já apontado e em análise ao Quadro 4, reafirma-se que nenhum meio de comunicação é tão plural como o rádio e a televisão. Além de abertos e gratuitos (ou seja, a população nada paga para obter o serviço), a oferta de programação de televisão das grandes cidades brasileiras é das maiores do mundo. Na cidade de São Paulo, por exemplo, o ouvinte poderá encontrar 47 emissoras de rádio FM no dial. Uma cidade como Brasília, por exemplo, chega a ter 23 ofertas de programação de televisão aberta à disposição do consumidor. Nem todos os países possuem canais abertos e gratuitos de rádio e televisão, mas neste livro não vamos nos ocupar de realizar estudo comparado, mas cabe registrar que o nosso cotidiano não é vivenciado por todos os países.

Tabela 5 - Programações de TV aberta, de recepção livre e gratuita nas principais áreas metropolitanas

Municípios	Programas*	Municípios	Programas*
São Paulo	21	Goiânia	14
Porto Alegre	16	Natal	12
Salvador	17	Campo Grande	16
Rio de Janeiro	21	Belo Horizonte	13
Recife	19	Aracaju	11
Fortaleza	16	Maceió	15
Brasília	23	Cuiabá	18
Curitiba	15	Florianópolis	15
Belém	18	Vitória	18
Manaus	18	João Pessoa	14

Fonte: Abert (2010).

Segundo informações do Mídia Dados (2013), no quesito audiência se colocarmos o rádio e a televisão sabe-se que o rádio possui seu horário nobre no período matutino, a televisão encontra seu pico de audiência entre às 19 horas e às 23 horas e o pico da audiência, às 21 horas. Os seja, 62% dos domicílios brasileiros equipados com aparelhos de televisão estão com os equipamentos ligados, o que equivale a dizer que, neste horário, 34,8 milhões de lares brasileiros estão com seus aparelhos de televisão ligados (58.577 domicílios no Brasil x 95,8% com aparelhos de televisão x 62% de aparelhos ligados) ultrapassando vários outros países das Américas.

Compreendida essa lógica, identifica-se também o fato das redes que oferecem programação local, regional e nacional possuem a maior audiência. Dizemos isso porque não são raras às vezes em que muitos brasileiros ouvintes e telespectadores acusam estas redes (no caso, as cinco maiores) de monopólio midiático - Vide Quadro 5. Entretanto, seria quase impossível considerando as circunstâncias apontadas que um canal de leilões, televentas, clipes ou até mesmo cultural alcançasse a audiência de um canal de variedades cuja programação é nacional.

Denota-se nessa assertiva a importância da jurisdição nacional minimamente legislar acerca da temática: regionalização e produção independente. Desdobra-se nessa perspectiva destacar as transformações da audiência das redes nacionais que após a virada de século, também apostaram grandemente nas programações regionais e locais, distribuindo-se em dezenas de sucursais, a exemplo: Rede Globo e Grupo RBS TV que atua nos três Estados do Sul do País. Cabe também ponderar quem determina a agenda das emissoras de rádio e de televisão e aferir se de fato há liberdade dos veículos nas escolhas de suas pautas e da forma como estas vão ao conhecimento dos ouvintes e dos telespectadores.

Inserir imagens, comerciais, anúncios publicitários e demais ações com destaque no panorama regional permite manter a audiência sem grandes alterações na programação nacional. Essa dinâmica vai desde a possibilidade de inserir programa com artistas locais até rodar partidas de futebol com times que não possuem identidade nacional ou participação em grandes campeonatos para que determinada parcela da população assista e se se identifique de forma mais atenta e aproximada ao canal de comunicação. Em eventos esportivos se constata a quase exclusividade de um esporte ocupando as rádios e as televisões não se abrindo espaço nas agendas para registrar os demais campeonatos profissionais.

Tabela 6 - Evolução da audiência das redes nacionais

Redes	2005	2006	2007	2008
Globo	51,9%	51,9%	44,3%	44,3%
SBT	19,4%	16,1%	14,6%	14,3%
Band	4,3%	4,3%	4,6%	4,8%
Record	9,0%	10,9%	14,6%	16,7%
Rede TV!	2,3%	2,1%	2,2%	2,4%
Outras	13,1%	14,7%	16,4%	17,5%

Fonte: Mídia Dados - Brasil (2012).

## 2.4 REGIONALIZAÇÃO E PRODUÇÃO INDEPENDENTE NOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO NO BRASIL

Cabe destacar que as teorias socioantropológicas contemporâneas inspiram-se nas teorias racionalistas do século XVIII. Assim, tem como objeto de estudo a ação social a fim de fundamentar a reprodução da sociedade. Nesta ótica, adota o conceito de universal, ou seja, a preocupação em descobrir os componentes elementares e, ao mesmo tempo, gerais da vida em sociedade.

Verifica-se que o problema em conceber os fenômenos a partir do todo e das partes é que o todo deveria ser entendido em duplo sentido: como unidade e totalidade de suas partes. Poderia se dizer que o todo é a totalidade de suas partes ou, então, que é mais que uma simples soma das partes. Assim, procurar pelo universal a partir do particular, tentar definir toda a humanidade a partir de um só ser humano, fez com que os antropólogos, historiadores e sociólogos buscassem nos conceitos de razão, moral social e outros apriorismos os supostos universais estrutura antes dos processos de socialização (MELLO, 2006)

Para a sociologia jurídica tradicional, o direito é entendido, segundo a definição de Grocio, como *qualitas moralis persona e competens-qualidade moral que compete à pessoa*. Deste modo, o indivíduo ocupa o lugar primeiro e central do Universo, sujeito inserido no espectro da homogeneidade e de unidade correlatos à perspectiva social. Entretanto, este mesmo sujeito é abstrato, intercambiável e sem qualidades. (DUPRAT, 2012). Esta percepção é criticada por Luhmann, pois, do ponto de vista formal, a teoria sociológica contemporânea não explica como o todo, na medida em que é composto de partes, pode ser apresentado como unidade a nível das partes.

Sua crítica não é isolada, podendo ser vista dentro de um quadro mais amplo de sociólogos e filósofos que questionam tal paradigma. O conhecimento caracterizado pelo logocentrismo, pela semelhança, pela adequação, pela unidade, bem como os construtos teóricos por ele engendrados, são postos em questão, inicialmente por Nietzsche, que o vê como desconhecimento, na medida em que, ao esquematizar as coisas entre si, ignora as diferenças, cumprindo seu papel sem nenhum fundamento na verdade. Seguem-se Foucault, Heidegger, Adorno e Derrida denunciando a colonização da diferença pelo sempre - igual e pelo homogêneo e anunciando o reino do fragmento contra a totalização, do descontínuo e do múltiplo contra as grandes narrativas e as grandes sínteses (DUPRAT, 2012, p. 230)

Nessa assertiva surgem os primeiros debates acerca da temática ‘regional’, ‘regionalização’ e ‘regionalismos’. Inicialmente essas terminologias confluíam para um conceito comum e genérico, geralmente atrelado a questão geográfica. Posterior se estabeleceu como a divisão de

um grande espaço territorial, com critérios previamente estabelecidos, em áreas menores que passam a ser chamadas de regiões, sendo cada qual com particularidades étnicas e linguísticas.

A aproximação dos termos as questões socioculturais foram de uma forma impulsionadas pelos conflitos mundiais, momento a qual indica-se que região é uma produção cultural, uma criação histórica, e neste sentido é o espaço do irreduzível da liberdade e da criatividade. Com base num estoque de recursos dado, as sociedades humanas inventaram-se diversas: aqui a pedra e a montanha, lá o mar e a floresta, mais além os desertos, as imensidões. E em todos esses lugares a civilização se fez, na caminhada do homem rumo à sua autoemancipação. Reconhecer e valorizar essas diferenças regionais significa reconhecer e valorizar a liberdade como fundamento da possibilidade emancipatória.

Essa perspectiva de interpretação que permite pensar região como uma produção cultural introduz em um só tempo a questão da diversidade, da dinâmica histórica e mutabilidade das experiências concretas, e da necessidade de se ultrapassar o puro dado material, a paisagem natural, na direção do espaço vivido. Tudo isto responde a questões iniciais da ligação profunda entre história e região, entre história e espaço, entre tempo e espaço e cultura. A noção de região abre-se à ideia de regionalização como uma ação analítica específica, base para a compreensão sistematizada do espaço de uma perspectiva histórica, algo com implicações diretas e fundamental importância para a história econômica, política e sociocultural.

Nessa condição surgem os apelos a busca de identidades regionais serem inseridas nos principais meios de comunicação: rádio e televisão. Entretanto, faz-se necessário apontar que a projeção regional também está ligada a possibilidade de aquisição de aparelhos e em apoio ao consumo das mídias. De acordo com pesquisa realizada pela agência Datafolha (novembro de 2013), 66% das famílias brasileiras viviam com até R\$ 2.034 ao mês. Isso significa R\$ 656,00 por indivíduo (R\$ 21,50 ao dia), considerando a média de 3,1 indivíduos por família, segundo dados oficiais do último censo populacional do IBGE. Já o Brasil privado evoluiu muito na década que antecedeu o governo Dilma. Pode-se dizer que foi o período de maior observância de ascensão das classes D, E à C.

Por outro lado, o significativo aumento dos impostos no período (2004-2012) permitiu massificar as bolsas sociais e benefícios da Previdência. Milhões de homens e mulheres foram tirados de suas condições sócio-econômica de dependência e miserabilidade para uma categoria de distribuição da renda inclusiva, ocasionando aumento nas taxas de empregabilidade, no salário mínimo - nacional e regional - e na renda tendo por consequência a massificação do consumo. Sem sombra de dúvidas, a ortodoxia pró-mercado FHC-lulista daqueles anos encorajou a expansão das empresas e do crédito e, por consequência o endividamento das famílias serviu de mola para dobrar o consumo. Nessa seara, 40 milhões de brasileiros subiram para a classe C - nomenclatura relacionada prioritariamente ao consumo e obviamente que mais renda e consumo ampliaram o acesso à educação e a serviços de informação, como o acesso a rede mundial de computadores e, por consequência direta a aquisição de diversos produtos eletroeletrônicos e tecnológicos possibilitando maior acesso as emissoras de rádio e televisão.

De acordo com dados do IBGE (2014), o Sudeste desponta como a região com maior percentual de internautas em 2012 (57,0%); Norte (39,2%) e Nordeste (36,4%) ficaram abaixo do percentual verificado para a média nacional (49,2%). Em relação ao contingente de internautas, também houve avanço em todas as regiões, especialmente na Norte (12,7%) e Nordeste (8,2%),

cujos crescimentos ficaram acima da média nacional (6,8%). O Centro-Oeste teve o menor crescimento (4,6%). Os avanços verificados no Nordeste e no Norte corresponderam a, respectivamente, 1,3 milhão e a 600 mil novos usuários. (IBGE, 2014). A mesma pesquisa, também aponta que de 2011 para 2012, houve aumento do contingente de pessoas que acessaram a internet, em todos os grupos etários, especialmente nas faixas até 29 anos de idade, em que o contingente aumentou 3,4. (IBGE, 2014)

Segundo dados da PNAD 2012, também é possível constatar que a aquisição dos equipamentos tecnológicos passam a ser vistos como essenciais e ocupam a posição de bens duráveis nas estatísticas nacionais. A pesquisa confirmou o avanço na posse de alguns bens duráveis de 2011 para 2012, tais como: geladeira (de 95,8% para 96,7%); máquina de lavar roupa (de 51,0% para 55,1%) e televisão (de 96,9% para 97,2%). Houve aumento também no número de domicílios em que ao menos um morador possuía carro (de 40,9% em 2011 para 42,4% em 2012) ou motocicleta (de 19,1% para 20,0%) para uso pessoal. Apontam como preferência de 'troca' os objetos como aparelhos celulares e computadores portáteis.

Com o aumento dos aparelhos eletro-eletrônicos nas residências dos brasileiros também houve um impulso dos anúncios publicitários, que por consequência passaram ofertar uma gama maior de serviços e facilidades apresentados agora não somente em nível nacional. Nessa seara adentram os anúncios nos espaços delimitados a programação de rádio e televisão regional com produtos locais no âmbito alimentar, automobilístico, e demais outras áreas. Houve um aumento crescente no uso de produtos regionais em anúncios publicitários em ambos os canais: rádio e televisão.

Mais uma alteração observada no decorrer do processo de regionalização é o fato dessas emissoras reservarem um espaço na sua grade programática para a programação local, incluindo os telejornais. Utilizando-se do princípio de aproximação com o público, os telejornais locais surgem como uma maneira de informar os telespectadores sobre acontecimentos de sua própria região. São esses telejornais realizados geralmente em duas edições no turno da manhã e da noite onde se reserva um curto espaço de tempo as principais notícias do Estado onde estão sendo veiculados. É uma forma de fazer com que o telespectador se veja representado no noticiário do dia.

## 2.5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

À guisa de conclusão, é possível sinalizar que o processo instaurado pela PLC - Projeto de Lei da Câmara, Nº 59 de 2003 que trata da regionalização e produção independente das emissoras de rádio e televisão no Brasil tem por objetivo democratizar o acesso e criar maior identidade dos ouvintes e telespectadores com a Sociedade da Informação. Sabe-se que os vários aspectos essenciais para o debate sobre os meios de comunicação - informação, comunicação, identidade e liberdades - são conceitos fundadores da ideia contemporânea de democracia, o que deveria levar-nos à conclusão óbvia de que os meios de comunicação são também instituições estruturantes dos regimes democráticos.

Considerando a comunicação via rádio e televisão aponta-se que entre os ouvintes, as mulheres são a maioria: 52% contra 48%. Pelo corte de classe social e idade, o maior percentual de ouvintes está na faixa entre 25 e 34 anos, nas classes A ou B. Verifica-se também que dos índices, a maior parte consome rádio para passar o tempo livre, ouvir programas específicos, se distrair e

obter informações acerca de temáticas econômicas, políticas e culturais, sendo esse meio possível de acesso e de manutenção de atividade laboral, sem prejuízo, ao contrário da televisão.

Os números mostraram também que o meio continua consumido em paralelo com outras atividades rotineiras. As pessoas ouvem rádio enquanto arrumam a casa, fazem refeições, dirigem, trabalham, etc. Apesar da difusão das plataformas móveis, a maior parte das pessoas (81%) ainda prefere ouvir rádio em suas casas. Em seguida, aparece o carro (com 15%), o local de trabalho (com 9%) e ao ar livre (com 2%). Mesmo não sendo objeto desse estudo, foi possível perceber a influência das mídias móveis, pois das pessoas que ouvem música ao ar livre, 83% o fazem via celular. Parte de quem ouve música no ambiente de trabalho, também o faz pelo telefone celular (20%).

Constatou-se que a televisão possui boa audiência nos diversos turnos, mas torna-se imbatível no período da noite. Grande parte da população brasileira tem acesso as redes de televisão que se categorizam como cultura de massa. O aumento na audiência deu-se quando as grandes redes de televisão ampliaram suas programações aos espaços locais e regionais, criando e reproduzindo elementos de aproximação com o público assistente. Percebe-se que os direitos desses milhares de ouvintes-telespectadores não podem ser ignorados nem se tornarem exclusividade de segmentos que concentram o poder econômico, político ou midiático. Não se pode viver sob a regência de um Estado que não garanta minimamente direitos aos seus cidadãos, especialmente frente a inovação constante realizada pela Sociedade da Informação.

#### REFERÊNCIAS

- ADORNO, Theodor. **Indústria Cultural e Sociedade**. São Paulo: Editora Paz e Terra, 2011.
- BAUMAN, Zygmunt. **Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- BERTINI, Alfredo. **Economia da Cultura**. São Paulo: Saraiva, 2008.
- BOBBIO, Norberto. **A era dos Direitos**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Igualdade e liberdade**. Rio de Janeiro: Ediouro, 1997.
- BONI, José Bonifácio Oliveira Sobrinho. **O Livro do Boni**. Rio de Janeiro: Casa da Palavra, 2011.
- BOURDIEU, Pierre. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 1974.
- BRASIL. **Constituição**: República Federativa do Brasil de 1988. Brasília: Senado Federal, 1988.
- \_\_\_\_\_. Secretaria de Direitos Humanos da presidência da República. **Direito à opinião e à expressão**. Brasília: Coordenação Geral de educação em SDRH/PR, Direitos Humanos, Secretaria Nacional de Promoção e Defesa dos Direitos Humanos, 2013.
- BUCCI, Eugênio. **Brasil em tempo de TV**. São Paulo: Boitempo editorial, 1997.
- CASTELLS, Manuel. **Comunicación y Poder**. Madri: Alianza Editorial, 2009.
- GREENFIELD, Susan. **As Pessoas de Amanhã: Como a Tecnologia do século XXI está mudando a forma como pensamos e sentimos**. Penguin: Instituto para o Futuro da Mente, 2003.
- IBGE. **Indicadores Conjunturais**. Brasília: Imprensa Oficial, 2014.

IBGE. **PNAD**. Diretoria de Pesquisas. Coordenação de trabalho e rendimento. Pesquisa Nacional de amostra de domicílios - 2011 e 2012.

MARTÍN-BARBERO, J. **Procesos de comunicación y matrices de cultura. Itinerário para salir de la razón dualista**. México: Gustavo Gilli, 1987.

MELLO, Marcelo Pereira de. **A perspectiva sistêmica na sociologia do direito: Luhmann e Teubner**. Tempo soc., São Paulo, v. 18, n. 1, June 2006. Acessado em 15 de maio de 2014.

MOREIRA, S.V. (1998) **Rádio Palanque**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 1998.

\_\_\_\_\_. **O rádio no Brasil**. Rio de Janeiro: Mil Palavras, 2001.

ORTRIWANO, G. **Radiojornalismo no Brasil. Dez estudos regionais**. São Paulo, COMARTE, 1987.

SAMPAIO, Inês Silvia Vitorino. **Televisão, Publicidade e Infância**. São Paulo: Annablume, 2000.

SENADO FEDERAL. CCT - Comissão de Ciência, Tecnologia, Inovação, Comunicação e Informática: **PLC - Projeto de Lei da Câmara, Nº 59 de 2003**. Brasília, 2014.

SILVA, Jailson de Souza e; SOUSA, Jorge Luiz Barbosa (Org). **Políticas Públicas nos Território das Juventudes**. Rio de Janeiro: UFRJ, Pró-Reitoria de Extensão, 2006.

TAVARES, Marcus Tadeu de Souza. **Impasses na construção da política pública de produção audiovisual para crianças e adolescentes nos anos 2000**. Tese de Doutorado - Departamento de Educação. Rio de Janeiro: Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro, 2013.

ZIGIOTTO, Diego M. **Las mil y una curiosidades de Buenos Aires**. Buenos Aires, [S.l.]: Grupo Norma (ed.), 2008.

## Capítulo III

*Banco de dados, conhecimento e redes científicas: a visibilidade na sociedade da informação*



### 3.1 INTRODUÇÃO

A Sociedade da Informação faz parte do cotidiano de grande parte dos indivíduos, seja por meio de aparelhos eletrônicos como televisões, celulares, computadores, e principalmente pelo uso a Internet. O ambiente virtual só foi passível de ser vivenciado após o surgimento da Sociedade da Informação, a qual desencadeou a dicotomia entre o real e o imaginário.

O objetivo do presente artigo consiste na análise da proteção de dados pessoais fornecidos voluntariamente pelas pessoas e coletados em arquivos sem o seu consentimento, e em afronta aos seus direitos de sigilo, segredo e privacidade afetando o direito de personalidade, além de deixar de concretizar o direito à privacidade.

A investigação envolve a formação dos bancos de dados com informações prestadas voluntariamente pelo próprio titular que ao desconhecer qual a destinação conferida aos dados entregues de boa-fé os oferece sem resistência, e sem a dimensão de qual será a utilização conferida aos mesmos.

Verifica-se que os dados podem ser coletados com uma finalidade e utilizados com fins diversos aos que foram informados. No cotidiano as pessoas tomam atitudes desavisadas e prestam informações a seu respeito no ato de abrir contas bancárias, doar sangue, fazer a habilitação para carteira de motorista, renovar o título eleitoral ou em qualquer outra hipótese fornecem informações pessoais que podem circular sem o seu conhecimento e contra a sua vontade para fim diverso do imaginado.

Este artigo também é resultado da pesquisa desenvolvida ao longo dos últimos cinco anos por um grupo de pesquisa que envolve professores doutores, mestrandos e doutorandos agregando esforços de várias IES (Instituições de Ensino Superior) Graduação e incluindo vários programas de pós em diversos Estados da federação brasileira e objetiva identificar as novas formas em que a Sociedade da Informação cria vínculos e faz circular informações.<sup>10</sup>

As novas técnicas são potentes e põe em risco as liberdades pessoais, pois o emaranhado tecnológico pode devassar e expor a esfera mais íntima da pessoa e causar danos a sua imagem e aos direitos de personalidade.

A Sociedade da Informação se caracteriza pela velocidade na transmissão da informação e na elasticidade do horizonte do dano que pode ocorrer e ganhar repercussão infinitamente superior ao que se conhecia no passado.

Os novos veículos de comunicação e difusão podem macular os direitos de personalidade em proporções enormes e simultaneamente uma informação pode ser recebida em todos os recantos do planeta causando danos irreparáveis.

Por esta razão o direito ao segredo e ao sigilo dos dados consiste num bem de valor imensurável que merece o esforço das estruturas do saber inclusive da ciência jurídica para bem proteger e reprimir seu uso indevido dos dados pessoais.

---

<sup>10</sup> O resultado dos estudos apontados foram apresentados e publicados junto ao XXIII Congresso Nacional do CONPEDI/UFPB - João Pessoa/PB; no I Encontro de Internacionalização do CONPEDI/Barcelona-Espanha; no XXIII Encontro Nacional do CONPEDI/UFSC - Florianópolis/SC; Autumn 2014 - Unoesc International Legal Seminar - Brazil - Germany, Chapecó/SC e está inserido no Grupo de Pesquisa Direitos Fundamentais Civis: a ampliação dos direitos subjetivos no Programa de Pós-Graduação em Direito da Unoesc - Campus Chapecó/Brasil.

Nesta perspectiva a pesquisa aqui desenvolvida a quatro mãos também tem o objetivo de aferir e compreender a atual moldura da privacidade, da intimidade, do recato, do sossego na perspectiva dos julgados dos tribunais brasileiros tanto nos ciberespaços, quanto nos espaços públicos e privados, como também aferir como o direito internacional se posiciona a respeito da proteção aos direitos de personalidade.

Em virtude da Sociedade da Informação caracterizar-se pela criação, a difusão e a circulação da informação e atuar também de forma direta na transformação das relações pessoais se verifica profundas mudanças no cotidiano que são sentidas pelo direito econômico que cria novos bens e novos valores materiais e imateriais. Os processos desencadeados alteram o cotidiano vivido pela pessoa humana nas perspectivas: físicas, morais e espirituais.

As tecnologias disponíveis na Sociedade da Informação permitem a captação da presença humana nos mais variados espaços e ambientes que transite fisicamente ou naqueles em que faz circular informações a seu respeito, e, por conseguinte, a conservação destas vivências captadas, com imediata ou posterior reprodução e exposição a um infindável contingente de pessoas unidas apenas por laços tecnológicos, podendo estar espacialmente distantes.

A combinação de tecnologias de informação e comunicação pode captar via informações pessoais, e via objetos à presença humana em ambientes variados. Verifica-se a elevada visibilidade e exposição do ser humano.

Este fenômeno desperta preocupação em torno dos direitos à privacidade, e também as possibilidades de encontrar mecanismos jurídicos para sua proteção, reconhecida a natureza de direito fundamental aos direitos à privacidade.

A presente proposta tem por objeto secundário a proteção da privacidade diante da visibilidade humana perpetrada na Sociedade da Informação, enfrentando a dificuldade de se conferir efetividade à privacidade em uma conjuntura marcada pela rapidez da integração e invasão dos meios tecnológicos na vida cotidiana, bem como em outros estudos mais aprofundados pretende em rede refletir a respeito dos marcos legislativos existentes e os em projeto de implementação, inclusive do meditar a respeito da criação jurisprudencial, além do exercício de cotejar as experiências similares ocorridas fora do Brasil.

O objetivo geral consiste em examinar as conotações que assume o direito à privacidade na Sociedade da Informação ante o fenômeno da visibilidade e encontrar formas de proteção aos direitos fundamentais violados ou ameaçados de violação. Acrescido a esse objetivo também se dispõem a compreender as especificidades da Sociedade da Informação, perpassando pela transformação ocasionada no cotidiano, assim com a influência e as consequências desta nova forma de viver e conviver;

A pesquisa cogita duas hipóteses de investigação, que são: A primeira consiste em perceber as transformações e o modo de ser na Sociedade da Informação. Percebe-se novos padrões de consumo, novas formas de armazenar informações, novas formas de circular mercadoria e dados pessoais em contraposição a fragilidade na proteção dos direitos de personalidade. A massificação das relações de consumo e a oferta de novos veículos de informação causam a superexposição e a coleta de informações fornecidas voluntariamente pelos consumidores, mas sem que eles autorizem a comercialização de seus dados.

A segunda hipótese se apresenta como a possibilidade de, mesmo diante das novas conformações sociais e comportamentais da Sociedade da Informação, defender a validade do direito

à privacidade no seu sentido clássico, como o direito de estar só, direito ao segredo, ao recato, e então possibilitar a edificação de novas ferramentas jurídicas aptas a impedir qualquer acesso alheio ao universo privativo da vida humana.

O presente estudo construiu-se a partir do método dedutivo, iniciando pelo traçado das linhas gerais em torno da Sociedade da Informação, perpassando pelo exame do direito à privacidade, alocando-o na categoria dos direitos fundamentais, sob o olhar atento dos pressupostos do Direito Econômico para desvelar as formas de proteção existentes captando suas possibilidades e fragilidades.

### 3.2 SOBRE A SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

Sociedade da Informação é uma terminologia que surgiu no fim do Século XX e teve sua origem e desenvolvimento com o movimento de globalização. Esse conceito ainda não está consolidado, uma vez que se encontra em processo de formação e expansão considerando sua complexidade nos meios de produção e rapidez evolutiva. Para o âmbito Nacional e Internacional, a Sociedade da Informação é considerada como uma nova “Era”, onde a tecnologia permite por meio da transmissão de dados, de baixo custo, utilizar de informações rápidas e velozes a troca e compartilhamento de informações, em quantidades antes inimagináveis, assumindo valores políticos, religiosos, sociais, antropológicos, econômicos e fundamentais.<sup>11</sup>

Percebe-se que a Sociedade da Informação é apenas uma consequência da exploração informacional caracterizada pela aceleração dos processos de produção e de disseminação das informações e de conhecimento. Essa aceleração é ditada pelos elevados números de atividades produtivas que dependem da gestão de fluxos informacionais, aliado ao uso constante das novas tecnologias de informação e comunicação.

A Sociedade da Informação é caracterizada pela criação, circulação da informação em tempo real e simultaneamente para todo o planeta não havendo limites para chegar ao conhecimento de todos e esta nova via de comunicação altera as relações pessoais causando mudanças nas relações econômicas, políticas e jurídicas afetando o cotidiano de maneira sem precedentes.

Toffler (1998, *passim*) refere-se à Sociedade da Informação como um estado onde coexistiriam dois relógios, um analógico e outro digital. O analógico a regular a vida humana presa a limites temporais e físicos, e o digital transcenderia estes limites exigindo acesso e ações simultâneas em torno e em razão da informação, como se presente um tempo e um espaço paralelos.

Na Sociedade da Informação a pessoa é apreendida como um ser informacional, de tal forma que o ser humano consubstancia-se na informação daquilo que dele se faz. Tanto quanto as relações sociais pressupõem a informação para se moldarem, os indivíduos, na Sociedade da

<sup>11</sup> Segundo Mattelart (2009), no final de 1989, surgiu nos EUA o primeiro provedor de acesso à Internet por ligação telefônica, “The World”. Em outubro de 1990 a “Clari-Net” ofereceu o primeiro recurso *comercial* na Internet. Em 22 de maio de 1990 a Microsoft lançou o *Windows 3.0*, para ser usado em microcomputadores que tinham instalado o sistema operacional MS-DOS. Era suportado pelo processador 386, podendo ser multitarefa com programas DOS e também com programas Windows. Com memória virtual e proteção, a versão 3.0 transformou os *pcs* em máquinas multifuncionais. Já a interface com o usuário foi projetada para se parecer com o “Presentation Manager”: tinha um gerenciador de programas baseado em ícones e um gerenciador de arquivos em estilo árvore. Gráficos em 16 cores tornaram possível a entrega de ícones renovados. Imediatamente após o lançamento do *Windows 3.0*, começaram a aparecer programas para funcionar nesse ambiente, da própria Microsoft e, também, de muitos desenvolvedores.

Informação, se organizam a partir daquilo que são em virtude das informações sobre sua condição humana e social.

E não há o que se falar propriamente em “impacto” das novas tecnologias da informação sobre a sociedade, porque se assim ocorresse o ambiente social deveria ser tomado como um recipiente vazio, não reativo, despido de dinamicidade, e que apenas suportasse as punções projetadas pelas tecnologias. Pierre Lévy refere (2003, p. 21), “não somente as técnicas são imaginadas, fabricadas e reintegradas durante seu uso pelos homens, como também é o próprio uso intensivo de ferramentas que constitui a humanidade como tal (junto com a linguagem e as instituições sociais complexas)”.

O comportamento apresentado pela Sociedade da Informação ante o contato por novas tecnologias não se mostra como um revide, refulgindo como um reflexo já comprometido pela integração daquelas tecnologias. Sabe-se que na Sociedade da Informação a tecnologia implantada ganha existência própria e irradia influxos ao corpo social, tornando impossível regredir ao estágio anterior, diante das ramificações e interdependências que estendeu com a nova tecnologia integrada.

A Sociedade da Informação, ou sociedade informacional como prefere Castells (2003, p. 57-60), apresenta características específicas que permitem sua identificação e percepção como formação autônoma. A primeira destas facetas é a de que a informação é sua matéria prima, posto que as tecnologias propiciam o uso da informação pelo ser humano.

Outra característica está na profícua e elevada penetrabilidade, visto que a informação é elemento indissociável de toda ação humana, também a Sociedade da Informação é caracterizada por sua flexibilidade, já que torna facilitada a reorganização, e a factível capacidade de redefinição e ressignificação.

A interação de tecnologias é outra característica da Sociedade da Informação, pois se observa o contínuo processo de diálogo entre áreas do conhecimento e tecnologias, com integração de elementos de eletrônica, telecomunicações, biologia e robótica.

A título de exemplo, pode-se citar o impulso gerado com a possibilidade de publicar eletronicamente o conhecimento científico que resultaram em uma série de iniciativas em todo o mundo. Tendo como exemplo de ilustração, no Brasil, a criação do Portal SciELO - *Scientific Electronic Library Online* (<http://www.scielo.br>), surgiu como resultado de um projeto de pesquisa da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de São Paulo (Fapesp), em parceria com o BIREME (Centro Latino-Americano e do Caribe de Informação em Ciências da Saúde) a OPAS (Organização Panamericana da Saúde) e a OMS (Organização Mundial da Saúde), cuja metodologia para publicar, garantir a preservação e prover livre acesso ao texto completo dos periódicos foi estendida posteriormente para outros países da América Latina, como Chile (<http://www.scielo.cl/>), México (<http://scielomx.bvs.br/scielo.php>), Cuba (<http://scielo.sld.cu/scielo.php>) e Venezuela por meio do endereço (<http://www.scielo.org.ve/scielo.php>).

Além disso, a Biblioteca Digital Brasileira tem sido outro meio de divulgação das informações científicas, sendo um projeto do IBICT (Instituto Brasileiro de Informação e Ciência e Tecnologia) que visa tornar visível a produção científica do país e facilitar a transferência de informações

científicas e tecnológicas no meio acadêmico e profissional (Marcondes & Sayao, 2002; Neves, 2004).<sup>12</sup>

Por outro lado, tem-se a característica da lógica de redes, o aparato essencial que permite a produção, compartilhamento e disseminação da informação, e ao mesmo tempo, no despertar de tecnologias para o trato e uso da informação. Essa conformação é reconhecida na Diretiva 2002/58 da Comunidade Europeia:

O desenvolvimento da sociedade da informação caracteriza-se pela introdução de novos serviços de comunicações electrónicas. O acesso a redes móveis digitais está disponível a custos razoáveis para um vasto público. Essas redes digitais têm grandes capacidades e possibilidades de tratamento de dados pessoais.

Diante das características acima apontadas a Sociedade da Informação desconhece, *a priori*, limitações espaciais e temporais, negligenciando espaços públicos e privados, conferindo-se a si próprio cunho universal e incombustível.

Citando novamente um exemplo brasileiro, é possível apontar que para democratizar o acesso à produção científica e subsidiar a pesquisa brasileira, a Capes (Coordenação de aperfeiçoamento de pessoal de nível Superior) também disponibiliza o portal de periódicos, um dos maiores bancos de informações científicas do mundo e o maior da América Latina. O portal da Capes foi criado para universalizar o acesso à informação no meio acadêmico-científico e atende a cientistas, pesquisadores, professores e estudantes.

Para tanto, sabe-se que a comunicação científica está envolvida tanto nas atividades de produção quanto de disseminação e uso da informação, em um processo que se inicia na concepção de uma ideia/projeto a ser pesquisada até o momento em que os resultados dessa pesquisa sejam aceitos pela comunidade científica. Assim, no processo da comunicação científica podem ser considerados grandes momentos: o da produção e o da divulgação do conhecimento,<sup>13</sup> que envolvem um ou vários canais de comunicação entre os pesquisadores. Desde o início da pesquisa até o momento da divulgação dos resultados, tradicionalmente são utilizados os chamados canais informais e formais Garvey (1979).

Segundo Targino (2000), a *comunicação científica informal* é aquela que utiliza canais informais, em que a transferência da informação ocorre através de contatos interpessoais e de quaisquer recursos destituídos de formalismo, como reuniões científicas, participação em associações profissionais e colégios invisíveis. Já a *comunicação científica formal* ocorre pela escrita veiculada em anais, periódicos, livros, relatórios técnicos, entre outros recursos. Para além disso, passa pela avaliação de instâncias superiores, o que confere credibilidade às informações, por esses motivos, o papel da comunicação científica formal é “persuadir e convencer a comuni-

<sup>12</sup> Nos últimos anos, o Brasil conquistou importantes avanços na ciência e tecnologia, ocupando atualmente a 17ª posição no ranking mundial de produção de novos conhecimentos científicos, pouco distante de países como Japão, Alemanha, Inglaterra e França. Por meio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes), o MEC investe na formação de recursos humanos no país e no exterior, na cooperação acadêmica internacional, na avaliação da pós-graduação brasileira (mestrado e doutorado) e no acesso e divulgação da produção científica nacional e internacional (Haddad, 2005).

<sup>13</sup> O PubMed adiciona uma média de mais de dois resumos por minuto em sua base de dados e isso apenas em ciências médicas e da vida.

dade científica e a sociedade como um todo de que os resultados então divulgados devem ser aceitos como conhecimento válido e consolidado.”

### 3.2.1 Banco de Dados: reflexões iniciais

Além das PIIs (Informações Pessoais Identificáveis) coletadas diretamente da Internet, existem aquelas encontradas anteriormente somente em bases de dados proprietárias, ou seja, no sistema interno de agências governamentais, empresas comerciais, consultórios médicos, dentre outras, que agora estão passando para o domínio público na Grande Rede.

Devido o elevado número de aplicações decorrentes dessa ‘onlinização’ dos bancos de dados proprietários, pode-se citar algumas delas para melhor compreensão do tema:

- a) os históricos dos alunos disponíveis nos *sites* das respectivas escolas e universidades;
- b) os dados relativos ao FGTS;
- c) agências governamentais detêm informações de todos os cidadãos que podem ser acessadas por qualquer um, legal ou ilegalmente;
- d) a SERASA aponta o pretensão devedor em mora;
- e) os bancos de dados do judiciário trazem quem já tenha demandado em Juízo;
- f) os departamentos de trânsito dão informações sobre os veículos, multas e infrações;
- g) no *site* da Receita Federal, da posse do CPF de qualquer contribuinte, pode-se fazer uma devassa em sua vida fiscal.

Em síntese, a coleta de dados pode se dar via formulários, de forma explícita, ou implicitamente por intermédio dos *cookies*<sup>14</sup>; licitamente consultando bancos de dados, antes fechados, agora abertos e disponíveis livremente na rede mundial, ou utilizando-se de métodos ilícitos, como o caso dos *crackers*<sup>15</sup> invasores de sistemas de bancos de dados fechados ou protegidos.

Com o uso constante da rede, agregadas as informações coletadas é possível identificar qual o navegador utilizado, o sistema operacional, os horários, a quantidade de acessos, as áreas de preferência, bem como o número do IP (*Internet Protocol*), que está para a Internet assim como a impressão digital está para a identificação de pessoas. Através desse número pode-se conhecer o provedor, o navegador, o sistema operacional e, inclusive, a localização de qualquer um que tenha acessado a Internet reforçando a ideia de controle total dos indivíduos quando estão conectados.

---

<sup>14</sup> Ao contrário dos formulários, que são explícitos coletores de informações pessoais, os *cookies* (biscoitos, em inglês) operam usualmente sem o consentimento ou o conhecimento do usuário. *Cookies* são pequenos arquivos de informações lançados pelos *sites* visitados, dentro do computador do visitante, e ficam armazenados no respectivo disco rígido, para enquanto houver navegação na *web*, serem utilizados pela memória RAM. Existem dois tipos de *cookies*: os que são gravados diretamente no computador dos usuários, e servem para facilitar o carregamento do *site* numa posterior navegação, e os que se servem apenas para coletar dados dos visitantes, cujo destino é, inevitavelmente, o banco de dados do *site* visitado. A coleta de PII, através dos *cookies* tem como principal objetivo - pelo menos é o que alegam os donos dos ‘biscoitos’ - personalizar o acesso do internauta ao respectivo *site*.

<sup>15</sup> Segundo Mattelart (2009), o indivíduo categorizado como *cracker* tem por objetivo a obtenção de benefícios particulares ou a intenção de causar danos a terceiros.

### 3.3 COMUNICAÇÃO, INFORMAÇÃO E PRIVACIDADE

Edifica-se a pesquisa no cenário referido, considerando que as tecnologias de informação, informática e comunicação, cada vez mais rápidas e vorazes, mais acessíveis e integralizadas aos afazeres cotidianos da vida comum, criam um ambiente em que cada indivíduo é ao mesmo tempo vigilante e vigiado de todos e por todos. Dito de outra forma, qualquer pessoa que esteja dotado de um dispositivo tecnológico capaz de captar a presença de outros, pode registrar e reproduzi-la de forma instantânea para um contingente indeterminado de pessoas.

Captar a presença humana e realizar a sua reprodução pelos diversos ambientes da Sociedade da Informação pode efetivar-se por imagens, sons e dados pessoais, tendendo a indicar para a agressão aos direito à privacidade.

A partir da constatação que na Sociedade da Informação a inclusão e participação do indivíduo faz-se necessariamente a partir da cessão de informações a seu respeito, quer no trato com órgãos governamentais, agências de fomento, serviços educacionais, de saúde e securitários, e, com maior frequência, quer nas relações de consumo, reascende a preocupação com o direito à privacidade.

Na perspectiva tradicional a privacidade é reconhecida como do *direito de ser deixado só*, mas estudos atuais têm levado a se reconhecer uma nova concepção, como quando em foco as informações pessoais. Doneda (2000, p. 120) defende “uma transformação na definição do direito à privacidade, do ‘direito de ser deixado em paz’ para o ‘direito a controlar o uso que outros fazem das informações que me digam respeito’”.

Se utilizarmos como parâmetro os dados fornecidos pelos pesquisadores brasileiros - especialmente os que atuam no Ensino Superior e Programas de Pós-Graduação - quando buscam recursos financeiros para colocarem seus projetos em execução é rapidamente perceptível o ‘fornecimento voluntário’ de seus dados pessoais. Esses dados se constituem desde números de documentos civis até endereço residencial.

Observando índices apontados na revista Nature (2014) que traz um panorama sobre a ciência sul-americana, constata-se que o Brasil contou com 40.306 publicações em 2013, sendo 62% desses com algum aporte de recursos públicos aos quais implicou o pesquisador ou a rede cadastrarem-se nas plataformas de fomentos deixando todos seus dados pessoais, acrescidos dos profissionais à disposição do ‘sistema. Inúmeros são os espaços que se anunciam e denunciam a publicização desses dados a outros órgãos e não os que foram cadastrados.

O site “Nomes Brasil”<sup>16</sup> que permite buscar o nome e o CPF e as situações cadastrais dos cidadãos gerou preocupação e polêmica em diversos meios sociais no Brasil. Em curto espaço de existência o devido site<sup>17</sup> - deixou a comprovação da facilidade a qual os dados podem ser divulgados, confirmando o legado da não proteção a maioria dos usuários da rede mundial. Através desse caso citado, pode-se presumir que a página viola em primeira instância a legislação por não dar aos

<sup>16</sup> Outras páginas na internet que oferecem serviços semelhantes ao exemplo citado, como a “Fonedados” também tiveram seus serviços cancelados pela ação da Justiça brasileira.

<sup>17</sup> O Ministério da Justiça notificou em 06/05/2015 o provedor de acesso do site “Nomes do Brasil”, através do diretor do Departamento de Proteção e Defesa do Consumidor, Amaury Oliva. O alvo da notificação é o servidor GoDaddy, que oferece a gestão de domínios na internet de modo a manter seus administradores anônimos. Por isso, não é possível consultar quem são os donos do site, criado em fevereiro de 2015. A pasta vai pedir que a empresa informe quem são os responsáveis pelo site. A página era alimentada frequentemente, segundo observação dos usuários.

consumidores o direito de consentir sobre a inclusão de suas informações em um banco de dados e, em segundo momento porque deixava de informar canais de contato (telefone, e-mail e endereço) para consumidores que se sentiram lesados pelo site para que pudessem contatar os responsáveis.<sup>18</sup>

Alerta no mesmo sentido Rodotà (2008, p. 24) que em um momento histórico os dados pessoais são facilmente circuláveis, a privacidade desloca-se da clássica fórmula do direito de estar só (de ser deixado em paz) para o direito de o próprio indivíduo controlar o uso e destinação das informações a seu respeito.

Visto de outra forma, a defesa da privacidade, direito a permitir recato, isolamento e solidão, acaba contrastando por vezes com uma das liberdades mais substanciais das democracias, qual seja a liberdade de expressão, referida por Meyer-Pflup (2009, p. 42), como “intrínseca à natureza do homem expor suas ideias, opiniões, pensamentos, sensações e sentimentos e tentar convencer os demais sobre a importância e veracidade deles”.

A liberdade de expressão encontrou na Sociedade da Informação seu campo mais profícuo, diante da visibilidade permitida por esta, razão pela qual as limitações a seu exercício justificadas pela proteção à privacidade podem soar, num primeiro momento, como atitudes antidemocráticas e autoritárias, pois de acordo com o pensamento de Farias (2008, p. 143), a liberdade de exteriorizar pensamentos, opiniões, criações, entre outras, é uma característica das sociedades democráticas, servindo de “termômetro do regime democrático”, ou seja, quando mais se garante a liberdade de expressão, mais democrática será a sociedade e seu sistema jurídico, pois representará menor tentativa de intromissão estatal no âmago dos indivíduos.

Nessa perspectiva, o direito à informação oferece relevantes elementos ao embate entre privacidade e liberdade de expressão, assim como para a captação, armazenamento e utilização de dados pessoais ao lado do controle que o titular possa exercer sobre estas informações. O direito à informação desdobra-se nos direitos de informar, informar-se e ser informado (FARIAS, 2004, p. 162-163).

O primeiro consistente do direito de produzir e levar informações às pessoas, o segundo no direito de buscar informações (acesso à informação, e o terceiro no direito de receber informações. A questão consiste em encontrar qual a necessidade e utilidade de determinada informação a respeito de uma pessoa ou de sua vida, para a vida de outras pessoas ou de uma coletividade, e como estas justificativas atuam sobre a garantia da liberdade de expressão e a proteção à privacidade. Segundo Mendes e Branco (2011, p. 320-321), “verifica-se a tendência de tomar como justificável a intrusão sobre a vida privada de alguém quando houver relevância pública na notícia que expõe o indivíduo”.

O direito a privacidade<sup>19</sup> merece o reconhecimento de duas dimensões, uma mais profunda voltada a seu caráter clássico atinente ao direito que o indivíduo tem de opor-se à coleta de dados pessoais (informações, imagens, sons, por exemplo) que lhe dizem respeito, e outra dimen-

---

<sup>18</sup> Essa exigência foi determinada pelo decreto presidencial nº 7.962, que entrou em vigor para incluir os serviços na internet entre as diretrizes do CDC. Já o Marco Civil da Internet é violado, porque o site não cumpre a exigência de proteção adicional aos dados pessoais dos cidadãos.

<sup>19</sup> Dentre as mais significativas conquistas da sociedade ocidental foram os seus direitos individuais, que transformaram sobremaneira o convívio em sociedade, entre esses direitos individuais está o direito a um espaço privativo do cidadão. A necessidade de se proteger a vida privada surgiu da conflitante relação entre o indivíduo e a sociedade.

são concernente ao direito de saber quais informações se tem a seu respeito e de controlar o uso que delas pode ser feito.

A admissão dessa dupla dimensão permite buscar a eficácia material do direito fundamental e traçar discussões sobre problemas como a privacidade de pessoas quer tenham notoriedade ou não, bem como a possibilidade da coleta e armazenamento de dados pessoais e seu compartilhamento, o cruzamento de dados pessoais existentes em bancos de dados distintos, a formação de perfis pessoais a partir de informações coletadas, as liberdades de expressão, a publicação de biografias não autorizadas, o direito ao esquecimento, o direito de não saber, o sigilo fiscal e econômico, o sigilo processual, o sigilo de dados e comunicações, o segredo empresarial, e, enfim, defender um possível direito à invisibilidade na Sociedade da Informação.

### 3.4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A presença dos elementos tecnológicos na sociedade, especialmente a Internet, vem transformando o modo dos indivíduos se comunicarem, se relacionarem e construir conhecimentos. Os bancos de dados e trocas de informações impulsionaram a economia, encurtaram distância e fortificaram as redes científicas e do conhecimento. Como se observa, o cruzamento de dados é a grande preocupação dos defensores da privacidade da pessoa humana, principalmente numa era em que o comércio de informações pessoais identificáveis toma para si a velocidade e impessoalidade na rede.

O debate sobre a garantia e proteção dos dados pessoais tem se tornado cada vez mais pertinente e necessário. A exposição “na internet”, o uso de plataformas de redes sociais online, o fornecimento de dados em compras virtuais, têm incomodado aqueles que se sentem expostos quando conectados. Considerando esta problemática, o presente estudo buscou ancorar sua contextualização na trajetória história da Sociedade da Informação, tendo como preocupação elencar ideias que visam construir, de forma colaborativa, uma reflexão sobre a proteção aos dados pessoais resguardando o direito a privacidade - desde o cidadão comum que se utiliza da rede apenas como forma de entretenimento até os homens que movimentam a economia ou constroem conhecimento por meio da premissa científica.

### REFERÊNCIAS

- ALEXY, Robert. **Teoria dos direitos fundamentais**. Tradução: Virgílio Afonso da Silva. São Paulo: Malheiros, 2012.
- BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1975.
- BAUMAN, Zygmunt. **A Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.
- \_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.
- BAUMAN, Zygmunt. **Vida para consumo (A transformação das pessoas em mercadoria)**. Tradução Carlos Alberto Medeiros. Rio de Janeiro: ZAHAR, 2008.
- \_\_\_\_\_. **Vida a crédito: conversas com Citali Roviroso-Madrado**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BOBBIO, Norberto. **A era dos direitos**. Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CANOTILHO, J. **Estado de Direito**. Cadernos Democráticos no 7, Fundação Mário Soares. Lisboa: Gradiva, 1998.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede**. A era da informação: economia, sociedade e cultura. Tradução de Roneide Venâncio Majer. 7 ed. São Paulo: Paz e Terra, 2003.

CAPELLARI, E. **Tecnologias de informação e possibilidades do século XXI: por uma nova relação do estado com a cidadania**. In: ROVER, Aires José (org.). **Direito, Sociedade e Informática: limites e perspectivas da vida digital**. Florianópolis: Fundação Boiteux, 2000.

DERTOUZOS, M. **O Que Será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas**. São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

DONEDA, Danilo Cesar Maganhoto. **Da privacidade à proteção de dados pessoais**. Rio de Janeiro: Renovar, 2006.

FARIAS, Edilson Pereira de. **Colisão de direitos: a honra, a intimidade, a vida privada e a imagem versus a liberdade de expressão e informação**. 3. ed. Porto Alegre: Sérgio Antônio Fabris, 2008.

\_\_\_\_\_. **Liberdade de expressão e comunicação**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2004.

HADDAD, Fernando. **Educação para induzir e democratizar o conhecimento científico**. *Inclusão Social*, 1, 2005.

LEMOS, A. **Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época**. In:

LEMOS, A.; CUNHA, P. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. Tradução de Carlos Irineu da Costa. São Paulo: 34, 2009.

\_\_\_\_\_. **La machine univers: création, cognition et culture informatique**. Paris: La Découverte, 1987.

\_\_\_\_\_. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 2010.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação**. Trad. de Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general**. Traducción de Javier Torres Nafarrate. México: Universidad Iberoamericana, 1998.

MARCONDES, C. H. & SAYO, L. F. **Documentos digitais e novas formas de cooperação entre sistemas de informação em CeT**. *Ciência da Informação*. Brasília, 2002, 31, 42-54.

MATTELART, Armand. **História da Sociedade da Informação**. São Paulo: Loyola, 2009.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 13a ed. São Paulo: Ed. Cultrix, 2003.

MENDES, Gilmar; BRANCO, Paulo Gustavo Gonet. **Curso de Direito Constitucional**. 7 ed. São Paulo: Saraiva, 2011.

MEYER-PFLUG, Samantha Ribeiro. **Liberdade de expressão e discurso do ódio**. São Paulo: Revista dos Tribunais, 2009.

PIÇARRA, Nuno. **Sobre a repartição de competência no Tribunal de Justiça da União Europeia**. Revista do Ministério Público 133, jan-mar 2013, p 11-74.

RODOTÀ, Stefano. **A vida na sociedade da vigilância: a privacidade hoje**. Tradução: Danilo Doneda e Luciana Cabral Doneda. Rio de Janeiro: Renovar, 2008.

\_\_\_\_\_. **Tecnopolitica** (La democrazia e le nuove tecnologie della comunicazione. Roma-Bari: Editori Laterza, 1997).

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. **Wikinomics: how mass collaboration changes everything**. New York: Penguin Group, 2010.

TARGINO, M. G. **Comunicação científica: uma revisão de seus elementos básicos**. Revista Informação & Sociedade: Estudos. João Pessoa, 2000, p. 10.

TEIXEIRA, M. **As faces da comunicação**. Munique: Grin Verlag, 2012b.

\_\_\_\_\_. **Cyberculture: from Plato to the virtual universe. The architecture of collective intelligence**. Munique: Grin Verlag, 2012a.

TÜRCKE, C. **Sociedade Excitada: filosofia da sensação**. Campinas: Editora Unicamp, 2010.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. 23 ed. São Paulo: Record, 1998.

UNIÃO EUROPÉIA. Diretiva 2002/58 CE, de 12 de dezembro de 2002. Relativa ao tratamento de dados pessoais e à protecção da privacidade no sector das comunicações electrónicas (Directiva relativa à privacidade e às comunicações electrónicas). **Diário Oficial das Comunidades Europeias**, Bruxelas, 31 jul. 2002. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/pt/index.htm>>. Acesso em: 07.03.2013.

ZUFFO, J. A. **A infoera: o imenso desafio do futuro**. São Paulo: Editora Saber, 1997.

WACHOWICZ, M. **Os Direitos da Informação na Declaração Universal dos Direitos Humanos**. In: WACHOWICZ, M. (coord.). **Propriedade Intelectual & Internet: uma perspectiva integrada à Sociedade da Informação**. Curitiba: Juruá Editora, 2002.



## Capítulo IV

*Cibercultura, sociedade da informação e as novas mídias interativas no contexto educativo brasileiro*



## 4.1 INTRODUÇÃO

O presente artigo parte da premissa que a sociedade brasileira permanece desigual ao acesso dos veículos de comunicação. Nessa assertiva é possível identificar que a propalada Sociedade da Informação e a Cibercultura no espaço educativo não se efetiva a todos as categorias sociais de forma democrática. O potencial viabilizado pela Sociedade da Informação e a Cibercultura refletem no espaço cultural educativo novas possibilidades dos processos de ensino-aprendizagem. Apresentada com a marca da inovação e inclusão - a Sociedade da Informação tem como desafio universalizar-se e democratizar-se para que não se perpetue e reproduza o velho modelo de um mundo constituído sob o alicerce da desigualdade.

A partir destas reflexões se enfrentam as questões que envolvem o acesso à informação como direito fundamental e se ocupa da busca de dados atuais que espelham o esforço em universalizar o uso de novas tecnologias da informação e comunicação no Brasil. Delineado o objeto de investigação que abraça o mundo contemporâneo caracterizado pela inexistência de fronteiras físicas onde se permite que qualquer um possa frequentar qualquer lugar de forma virtual, ainda assim necessita-se pontuar a falta de instrumentais adequados disponíveis para todos os envolvidos nos processos educativos.

A sociedade contemporânea contém em sua essência a constante mutação tecnológica que transformou os meios de consumo pela velocidade no acesso às informações. As tecnologias de informação e de comunicação tornaram-se instrumental de divulgação de produtos e serviços, possibilitando uma série de benefícios aptos a agilizar a transmissão de informações e aumentar o conforto e propiciar uma ampliação de formas de bem estar cultural.

A voracidade informacional pode vir a constituir-se em elemento violador da dignidade da pessoa, na perspectiva de sua privacidade, mas também pode ampliar os veículos de acesso a informação via imagens, textos, vídeos, áudios e formar vários leques de possibilidades que se intercomunicam em várias redes. Vivemos em um mundo, conforme indica Baumann (2010) que jamais se imobiliza nem conserva sua forma por muito tempo. Tudo ou quase tudo em nosso tempo está sempre em mudança. Do vestuário aos hábitos alimentares que seguimos, bem como os objetos que despertam nossa atenção, as coisas que sonhamos e que tememos e as que desejamos.

As circunstâncias que nos cercam - com as quais ganhamos o sustento e tentamos planejar o futuro - também estão em ciclicidade. Isso leva a um entendimento de que também precisamos mudar constantemente para acompanharmos esse processo ao custo de “ficarmos de fora” ou lamentavelmente equivocados; daí que, cada vez mais, ansiamos por informações sobre o que ocorre e sobre o que poderá acontecer. Para o bem desse desejo, vivemos a plenitude de uma sociedade da informação que distingue nosso tempo com a marca da inovação e da instantaneidade, calcada em uma poderosa ferramenta sem a qual é quase impossível se pensar a vida hoje: a internet, a verdadeira autoestrada da informação que nos conecta de imediato, “em tempo real” a todo e qualquer canto remoto do planeta, com a mais variada gama de informações possíveis.

O presente artigo estrutura-se em três partes. A primeira intitula-se Cibercultura e Sociedade da Informação sob a perspectiva da inclusão a qual se conceitua e aponta relações com o contexto educacional. A segunda, Sociedade da Informação e Educação elenca mecanismo de efetivação e a presença das tecnologias digitais no contexto escolar. Já a terceira e última parte aborda a Educação e a nova formação profissional na Sociedade da Informação.

## 4.2 SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO E CIBERCULTURA SOB A PERSPECTIVA DA INCLUSÃO

Atualmente a forma de viver e conviver se concretiza também pelo espaço virtual onde se acessa dados, livros, músicas, blogs, clipes, produtos, serviços, informações e em qualquer lugar do planeta ultrapassando os antigos limites dos Estados-nação. (CANOTILHO, 1988, p. 44).

Segundo Capellari, a informação passa a ser o motor das transformações ou melhor, a combinação de satélites, televisão, telefone, cabo de fibra ótica e microcomputador enfeixou o mundo em um sistema unificado de conhecimento, que provoca a superação das estruturas administrativas hierarquizadas e verticalizadas em direção à horizontalização das relações de poder, que tem na figura da rede, propriamente, a expressão da nova realidade (CAPELLARI, 2000, p.39).

Nesse contexto, é notável a necessidade que a sociedade tem em manter relações no seu cotidiano com as diversas tecnologias (uma porta de fácil acesso ao mundo das informações), pois, as pessoas constantemente se deparam com situações que exigem interação com aparelhos tecnológicos, devido ao contato frequente seja na escola, trabalho, em casa ou qualquer outro ambiente.

De acordo com Lévy (2009) as tecnologias resultam das relações culturais dos indivíduos que integram a sociedade levando em consideração a sua cultura, a qual está inserida na cibercultura. A cibercultura é um mundo universal, onde pode ser compartilhado valores, pensamentos e interações diversificadas.

A ausência de significado explícito na literatura nos condiciona ao étimo da palavra “cibercultura”. Assim, em sentido estrito, temos o prefixo *ciber* (de cibernética) + cultura (sistema de ideias, conhecimentos, técnicas e artefatos, de padrões de comportamento e atitudes que caracteriza uma determinada sociedade). No entanto, o ambíguo conceito sofre variações a partir do referencial etimológico, pois cada autor exprime uma conotação ideológica e descritiva própria que nem sempre é compartilhada por seus pares. (TEIXEIRA, 2012 a, Cap. I)

Desse modo, opta-se nesse artigo por aqueles que se dedicam ao estudo das práticas tecnossociais da cultura contemporânea e de suas novas formas de sociabilidade, comutadas do mundo físico para o universo virtual.

Pierre Lévy, ao publicar *A máquina universo* (1987), lapida o conceito de cibercultura ao indagar questões pertinentes ao movimento sociotecnocultural em que a sociedade está inserida. Segundo o filósofo, este é um tema polêmico e multifacetado em que culturas nacionais fundem-se a uma cultura globalizada e cibernética, envoltas no ciberespaço e orientadas por três princípios: interconexão, comunidades virtuais e inteligência coletiva. Trata-se de um “conjunto de técnicas (materiais e intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço” (LÉVY, 2010, p. 17).

As “técnicas” condicionam as interações sociais, mas não representam a cultura do ciberespaço, que se incorpora no espaço virtual-cognitivo das pessoas, na partilha de sentimentos, informações e saberes. Afinal, “a virtualização é um dos principais vetores da criação da realidade” (LÉVY, 2009, p. 18).

A Cibercultura ao ser desenvolvida é inserida em um ambiente chamado ciberespaço, que é um grande meio de comunicação, uma rede, onde as informações circulam, um grande exemplo seria o mundo virtual, onde qualquer indivíduo conectado a Internet e com certa noção de navegação pode ter acesso e compartilhar o conhecimento, cultura e valores de uma sociedade. (LÉVY, 2009, p. 15)

Já a Sociedade da Informação é um termo que também pode é denominado e chamado por muitos estudiosos de Sociedade do conhecimento ou Nova economia que surgiu no fim do século XX - proveniente com o processo de globalização. Este tipo de sociedade encontra-se em processo de aprimoramento e expansão considerando essencialmente sua dinamicidade.

Na sociedade global, a Sociedade da Informação é considerada uma nova Era, onde as transmissões de dados são de baixo custo e as tecnologias de armazenamento são amplamente utilizadas, onde a informação flui a velocidades e em quantidades antes inimagináveis, assumindo valores políticos, religiosos, sociais, antropológicos, econômicos, fundamentais, dentre outros.

A sociedade da informação é a consequência da explosão informacional, caracterizada sobretudo pela aceleração dos processos de produção e de disseminação da informação e do conhecimento. Esta sociedade caracteriza-se pelo elevado número de atividades produtivas que dependem da gestão de fluxos informacionais, aliado ao uso intenso das novas tecnologias de informação e comunicação. Culturas e identidades coletivas são uma consequência dessa nova era e por consequência houve uma padronização de culturas e costumes.

#### 4.3 SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO NO CONTEXTO EDUCATIVO

Desde o final da década de 1990, a Sociedade da Informação em consonância a introdução das tecnologias de informação, comunicações e a cibercultura foram inseridas no contexto educativo. Essa é aceita pela maioria dos sistemas de ensino e, atuam como uma epítome do desenvolvimento educacional na história da humanidade. Nesse sentido, os governos nacionais têm investido massivamente na compra de equipamentos, softwares e formação docente continuada, à medida que surgem recursos tecnológicos inovadores.

A partir do fim da década de 1980, diversas ações municipais e estaduais em todo o país se somaram às iniciativas federais quanto aos investimentos em informática educativa. Em nível nacional, data de 1989, o primeiro programa gerido por uma política pública para inserir as tecnologias e recursos tecnológicos ao contexto educativo/escolar. Por meio do Ministério da Educação foi instituído o Programa Nacional de Informática na Educação (Proninfe) com o objetivo de promover o desenvolvimento da informática educativa e seu uso nos sistemas públicos de ensino (1º, 2º, 3º graus e Educação Especial).

Em 1997, o MEC criou o Programa Nacional de Tecnologia Educacional (ProInfo) para promover o uso pedagógico de Tecnologias de Informação e Comunicações (TICs) na rede pública de ensino Fundamental e Médio. Nos últimos anos, o ProInfo deu ênfase à implementação de laboratórios de informática nas escolas de Ensino Médio e, atualmente, concentra seus esforços para implementação de laboratórios de informática em escolas de Ensino Fundamental de áreas rurais e urbanas que ainda não dispõem deste tipo de infraestrutura. O programa também atua fomentando ações de apoio à formação a distância de professores por meio do e-ProInfo. (MEC, 2015)

Segundo pesquisa coordenada pela UNESCO, intitulada Pesquisa TIC Educação 2012 - Pesquisa sobre o uso das TIC nas escolas brasileiras, publicada em 2013, a proporção de escolas com acesso à internet sem fio nas escolas públicas brasileiras circula em torno de 57% e as escolas privadas contemplam 73%. A mesma pesquisa aponta que para 78% dos diretores, 73% dos professores e 71% dos coordenadores das escolas públicas, a baixa velocidade de conexão dificulta o uso das

TIC nas atividades de direção e supervisão escolar, bem como inibe em muitos momentos o uso pedagógico da tecnologia no cotidiano escolar.

No quesito relação docente e uso de tecnologias no contexto escolar é importante salientar que a proporção de professores com computador portátil aumentou 10 pontos percentuais de 2011 para 2012. Em 2013 indicava-se que 8% dos docentes de escolas públicas possuíam tablet e, desses a metade dos professores que possuem computador portátil ou tablet, levavam o equipamento à escola. Apesar da proporção estável, o valor absoluto dos professores que levam seu computador portátil e tablet é maior, pois aumentou a posse entre os professores (UNESCO, 2013, p.15)

Outro elemento importante diz respeito a proporção de professores que acessam a Internet por meio do telefone celular. Houve um crescimento de 9 pontos percentuais de professores que acessaram a internet por meio do telefone celular em relação ao ano de 2012/2013. Entretanto, de acordo com o Censo Escolar 2013, menos da metade dos professores de escolas públicas cursaram alguma disciplina voltada especificamente ao uso do computador e Internet em sua formação inicial - Graduação. Existe um hiato na formação de educadores quanto a Inclusão Digital e Educação Digital. Poucos ao adentrarem na escola possuem conhecimentos de nível médio a fim de construir conhecimento.

A massificação do consumo e o barateamento de tecnologias móveis impulsionam o surgimento no mercado de novas plataformas móveis de baixo custo tais como o XO da One Laptop per Child (OLPC), o Classmate da Intel e o Móbilis da Encore. Essas plataformas introduzem o conceito de aprendizagem móvel. As tecnologias móveis de baixo custo quebraram paradigmas ao buscar caminhos para a fabricação de computadores portáteis a um preço acessível, de tal forma que fosse possível fornecer um computador por aluno.

Em 2007, o governo brasileiro também criou um projeto denominado Um Computador por Aluno (UCA), cujo objetivo era distribuir um computador móvel para cada estudante matriculado nas escolas públicas. Na primeira fase do projeto foram conduzidos cinco experimentos com os diferentes modelos de laptops. (MEC, 2014)

No projeto UCA foi adotada também a política de software livre. Essa atitude foi primordial no que diz respeito a um dos principais objetivos do programa que é fazer um computador com o menor custo possível, isso fez com que o XO fosse conhecido como Laptop de U\$100,00. O fato de o projeto estar utilizando o software livre trouxe como benefício não apenas a otimização de custo, mas por também habituar as crianças com a sua utilização, pois uma das maiores dificuldades de implementação do Software Livre como o Linux é a resistência dos usuários com a interface que difere um pouco da interface do Windows que já é utilizado pela grande maioria.

Além dos Programas propostos pelo governo federal existem também editais e linhas de cooperação - entre os poderes estaduais e municipais - que auxiliam na organização do espaço escolar digital e tecnologizado. Dentre eles pode-se citar:

- a) Computador Interativo e Lousa Digital: O dispositivo permite apresentar conteúdos digitais armazenados no servidor da escola (aonde chega a banda larga e estão disponíveis conteúdos) captados pelo dispositivo via rede wireless. Permite também apresentar conteúdos armazenados pelos professores em pen-drive e conteúdos disponíveis em

DVD, além de incorporar funcionalidade que permite ao computador interativo transformar a superfície de projeção em um quadro interativo (Lousa Digital).

- b) Instrumentos Musicais e eletrônicos: atrelado ao Programa Mais Educação (2007) propõe estimular a educação integral a partir da ampliação da jornada escolar, da oferta de equipamentos públicos e da articulação com atores sociais que contribuam para a diversidade e riqueza de vivências por meio do desenvolvimento da arte e da musicalidade. O projeto prevê a aquisição de instrumentos musicais e eletrônicos de áudio e vídeo destinados às atividades de banda, rádio escolar, hip hop, cineclube e vídeo nas escolas públicas.
- c) Laboratório móvel profissionalizante - e-Tec Brasil: O laboratório é constituído de um caminhão, um baú carga geral e um contentor com avanço lateral mobiliado e equipado para ofertar cursos técnicos de nível médio (educação profissional), permitindo a capacitação continuada a alunos matriculados na educação de jovens e adultos ou egressos do ensino médio.
- d) Prouca: é um programa pelo qual estados, municípios e o Distrito Federal podem adquirir computadores portáteis novos para uso das suas redes públicas de educação básica. A empresa habilitada para esta venda foi selecionada por meio de pregão eletrônico para registro de preços realizado pelo Fundo Nacional de Desenvolvimento da Educação (FNDE). O laptop possui configuração exclusiva e requisitos funcionais únicos, tela de cristal líquido de sete polegadas, bateria com autonomia mínima de três horas e peso de até 1,5 kg. É equipado para rede sem fio e conexão de Internet.
- e) Serviço de Tecnologia 3D: O Programa Banda Larga nas Escolas - PBLE, busca conectar as escolas públicas urbanas à Internet, a rede mundial de computadores, por meio de uma tecnologia que propicie qualidade, velocidade e serviços para incrementar a educação. Com o acesso à internet por meio da tecnologia 3G, o professor poderá ficar conectado em qualquer ambiente da escola, assim como em locais fora do espaço escolar como, por exemplo, a sua residência. A conexão permite que a tecnologia seja utilizada para assuntos pertinentes ao que está sendo estudado em sala de aula, bem como acesso às redes sociais educacionais que, por sua vez, estão apresentando informações mais satisfatórias e fartas, onde se pode encontrar informações detalhadas sobre assuntos específicos.
- f) Tablet Educacional: objetiva garantir as condições de acesso às novas tecnologias de informação e comunicação nos contextos social, acadêmico e escolar aos professores e estudantes das escolas públicas do país. Foi desenvolvido com tela colorida e com tecnologia LCD ou OLED e se encontra disponível em 2 tamanhos: Tipo 1 - com tamanho mínimo de 7 (sete) e máximo de 8,9 (oito vírgula nove) polegadas e, Tipo 2 - com tamanho mínimo de 9 (nove) e máximo de 10.1 (dez vírgula uma) polegadas.

Nessa assertiva, as ações implementadas nos diversos níveis educacionais no Brasil por meio de políticas públicas pontuais tiveram por objetivo central retirar do país o rótulo de ser uma nação pobre e infoexcluída. De acordo com o *International Bureau of Education*, órgão da Organização das Nações Unidas para a Educação e a Ciência (Unesco) especializado em educação com o objetivo de facilitar a oferta de educação de qualidade em todo o mundo, criou-se um estigma

globalizado que correlaciona o aparato tecnológico da escola, da universidade ou do centro de ensino à qualidade da educação, tornando-o sinônimo de mão-de-obra qualificada (AVIRAM, 2000, p. 331).

Aviram (2000, p. 335) propõe que o desenvolvimento mais significativo que acompanha a revolução das TICs na educação ocorre num movimento interrelacional nos ambientes externos e internos da escola. Sabe-se que o ciberespaço possibilita o auto-aprendizado, facilita a interatividade e estimula a troca de informações e saberes, mas não garante o sucesso do aprendizado, comumente desmotivado pela falta de estímulo. Disso decorre a importância da escola e do professor como mediadores do conhecimento a ser construído, aliados às estratégias pedagógicas, materiais didáticos e metodologias de ensino. Ainda assim, particularidades por vezes desconhecidas, outrora ignoradas, fazem a diferença quando “lincamos” educação a cibercultura.

Para a educação, urge que se implementem mudanças no ensino tradicional, secularmente institucionalizado, reconfigurando práticas educacionais de acordo com o novo cenário sociotécnico atual, frente à emergência de novas formas de comunicação interativa (muitos para muitos) e da miríade de conteúdos informativos na rede. Doravante, acompanhar a evolução midiática e fazer uso tanto dos antigos quanto dos novos recursos comunicativos é um imenso desafio, congêneres às peculiaridades de cada contexto educativo (situações ambientais e transformações da consciência coletiva em rede), obviamente, em sentido figurado, tendo em vista que a alfabetização midiática não está disponível a grande parte da população mundial.

Outro elemento singular a ser dito no quesito inclusão digital e consumo de tecnologias em nível de Brasil está relacionado a forma como as mesmas adentraram no país. Em primeira instância as tecnologias chegaram envoltas no advento do entretenimento, para posterior adentrar no contexto escolar. Isso significa que tecnologia e cibercultura anterior a qualquer conceito de funcionalidade relaciona-se com diversão, consumo e ostentação.

Nessa assertiva, é importante indicar que em 2015 - na rede privada de ensino, 80,2% das escolas já tinham acesso à internet de alta velocidade e, segundo os números do Censo, o Brasil tinha um total de 149.098 escolas públicas e 39.575 escolas privadas de educação básica em 2014. Embora as escolas privadas representem 20,9% do total de escolas no país, elas respondem por 33,3% do total de escolas brasileiras com internet de banda larga (MEC/CENSO ESCOLAR, 2015).

No mesmo contexto, é possível notar, a partir do levantamento, que o investimento público em banda larga privilegia os estudantes do ensino médio. Na divisão entre o ensino fundamental e o ensino médio, 79,4% das escolas públicas de ensino médio tinham banda larga em 2014, contra 90,8% das escolas particulares (MEC/CENSO ESCOLAR, 2015)

Já aos educadores e pensadores da temática, as tecnologias e ciberespaço equivale a um universo virtual que suporta o processo de criação, produção e distribuição de produtos, informações e serviços; a inteligência coletiva, o hipertexto e a inteligência artificial; as interfaces síncronas e assíncronas de comunicação; as comunidades virtuais, a colaboração em massa e a interatividade em tempo real, onde as pessoas estão conectadas e o conhecimento é compartilhado (através de imagens, vídeos, textos, áudios) em escala global (TEIXEIRA, 2012b).

Nessa dinâmica, a cibercultura totaliza esse contexto como símbolo de um período da história da humanidade marcado pela comunicação eletrônica e pelas mídias digitais, influenciando, direta ou indiretamente, a educação e os modos de ensinar e aprender. Também é possível elencar que a cibercultura se faz presente na educação por meio de múltiplas linguagens, múltiplos

canais de comunicação e em temporalidades distintas. As interfaces da Web 2.0, por exemplo, permitem um contato permanente entre escola, professores, alunos e seus pares no ambiente virtual de ensino. Sem fronteiras para o conhecimento, os conteúdos educativos são trabalhados interativamente na comunidade estudantil, de forma síncrona e assíncrona, com a possibilidade de produzir e compartilhar conhecimentos colaborativamente com qualquer outro estudante em qualquer parte do mundo.

Entretanto, apesar dos significativos benefícios para o processo de ensino-aprendizagem, deve-se repensar a influência da internet e das novas tecnologias em nossa cultura, conscientes de seus pontos fortes e limitações, como a falta ou a precariedade de acesso à rede. Além disso, é fundamental avaliar a capacidade do estudante para utilizar as tecnologias propostas como instrumento de produção de conhecimentos transdisciplinares, e não apenas de informação, redefinindo a racionalidade comunicativa em estratégias educacionais no ambiente virtual ou exclusivamente como entretenimento.

#### 4.4 EDUCAÇÃO E A NOVA FORMAÇÃO DO PROFISSIONAL NA SOCIEDADE DA INFORMAÇÃO

As tecnologias da informação e comunicação convergem para o desenvolvimento do setor econômico e exigem do profissional conhecimentos cada vez mais específicos e complexos, além de habilidades diferenciadas e maior qualificação que deve ser atualizada de forma permanente. Exige-se do novo profissional uma capacidade de mutação e adaptabilidade ao meio criado pela Sociedade da Informação jamais experimentado na história da humanidade.

A exclusão digital não se trata da pessoa ficar sem a possibilidade do uso do computador ou do telefone celular, mas continuar incapaz de pensar e de criar, bem como de organizar novas formas e justas dinâmicas de produção e distribuição de riqueza simbólica e material. (SCHWARTZ, 2000).

Riqueza simbólica e pobreza do conhecimento faz lembrar os instrumentos cognitivos de obtenção do conhecimento, sem os quais este seria impossível. Tratar de alfabetização digital diante do analfabetismo funcional não é algo equivocado. A inclusão digital não restringe-se a escola e ao ensino formal, mas deve abrir outros horizontes de acesso ao conhecimento, e, por sua vez, às tecnologias da informação e comunicação.

Saliente-se que a maioria das habilidades de uma pessoa obtidas na escola, no trabalho e até em cursos específicos na esfera superior e nos específicos de pós-graduação ofertados requerem atualização e renovação e neste particular que se caracterizam os elementos formadores da chamada Era da informação intitulada por Castells. (CASTELLS, 1999).

Substitui-se a ideia de educação que cultiva o saber consolidado para o que ensina e prepara a pessoa para o aprendizado permanente. As políticas educacionais devem ser formuladas para absorver e utilizar as tecnologias intelectuais que amplificam a inteligência humana e suas funções cognitivas. Os bancos de dados ampliam a memória via os arquivos digitais, mas são ainda os modelos antigos que criam a forma de catalogar agregando valores antigos e modelos novos numa simbiose que desafia os livres pensadores. As pesquisas se realizam em saltos com saberes compartilhados entre estudiosos e pesquisadores, além da manifestação ingênua dos novos articulistas que sem padrão criam novos modelos jamais antes conhecidos.

Mora a polêmica na questão que envolve o potencial de inteligência individual e coletiva da sociedade. Assim o ensino deve ponderar essa conjuntura e levar para a comunidade a noção

de um saber que se constrói. Os modelos de uma formação típica tecnicista e mecanicista idealizados pela fase taylorista-fordista focada na linearidade e na escala piramidal está absolutamente superado. O ensino aberto ao jovem e à comunidade deve ser incorporada a todo e qualquer programa de inclusão digital e alfabetização tecnológica. A expansão constante requer ir além de referenciais pré-concebidos e edificar novos modelos. Os modelos e as abstrações vinculam-se com a estrutura, utilidade e finalidade idealizados levando em conta a época, o local e a cultura, além de sofrerem a chamada seleção natural tal qual ocorre nas ciências biológicas que se mantêm as espécies mais aptas capazes de se adaptar as intempéries e aos predadores.

Zimerman elucida a importância dos modelos na psicanálise e demonstra também como o seguinte exemplo: “Assim, o modelo que a mim ocorre para conceber essa última definição é dos andaimes de uma obra em construção: eles são úteis e indispensáveis até que a construção se complete e então se os dispense” (ZIMERMAN. 1995, p. 45).

Os modelos são novamente utilizados quando se quer limpar os vidros do prédio já edificado, assim como alterar ou pintar as suas paredes, assim ocorre com a Sociedade da Informação os antigos modelos podem ser deixados de lado por algum tempo, mas podem ser retirados do baú para dar outra concepção a sua antiga forma de utilização.

Esta característica de surpreender de fazer nascer e renascer novas utilidades, funções e finalidades dos instrumentos que servem de apoio ao despertar do interesse para comunicação e difusão de dados, cultura e informação são as pedras referenciais da Sociedade da Informação que se desvincula e se reconecta num piscar de olhos.

Assim, a informação é parâmetro primordial no mundo globalizado de grande difusão de conhecimento. Que esta informação seja disponibilizada de forma universal deve ser umas das características basilares da Sociedade da Informação. Nessa dinâmica Wachowicz corrobora dizendo que o que caracteriza a atual revolução tecnológica não é a centralidade de conhecimento e informação, mas a aplicação desses conhecimentos e dessa informação na geração de conhecimentos e dispositivos de processamento/comunicação da informação, em um ciclo de realimentação cumulativo entre a inovação e seu uso (WACHOWICZ, 2002, p.37).

Com o advento da democratização também trazida pela Sociedade da Informação e impulsionada pelo consumo das tecnologias várias preocupações suscitaram os usuários desses produtos e serviços. Os obstáculos para a Sociedade da Informação não são privilégio do Brasil. O problema da regulamentação preocupa todo o mundo. Segundo pesquisa feita por uma empresa ligada às Organizações das Nações Unidas (ONU), a lei da maioria dos países pouco faz para deter os abusos no ciberespaço.

Em se tratando de ciberespaço há uma grande preocupação de vários setores da sociedade em “evitar uma hiper-regulamentação asfixiante”. Entendendo a Internet como um espaço de liberdade democrática por excelência, os governos de todos os países sempre esbarram nesta dificuldade, retardando a regulamentação dos crimes cometidos na rede com medo de descaracterizarem sua aura libertária.

#### 4.5 CONCLUSÃO

A sociedade atual vivencia uma de suas maiores revoluções: a revolução tecnológica. Nunca houve antes tamanha influência da concepção inventiva do homem diretamente sobre todos os

segmentos sociais. O cotidiano contemporâneo está abraçando situações que permeavam somente o universo científico. E, decisivamente estamos na era da Sociedade da Informação. A globalização e a pós-modernidade -fenômenos diretamente ligado à questão econômica e política dos países, foi a impulsionadora das relações tecnológicas em âmbito mundial, onde redes de informação foram formadas unindo lugares e pessoas de todas as partes do planeta em uma grande teia social. É este intercambiamento motivado pela globalização que permite a circulação de conhecimento, de cultura e de informação e adentrou no contexto escolar brasileiro.

Discutir as relações entre a Sociedade da Informação, cibercultura e educação no Brasil exige antes de mais nada o reconhecimento da trajetória histórica desses campos na sintonia com o complexo sistema educacional brasileiro.

Como discutido no decorrer do artigo, os esforços do governo federal em consonância aos Estados e Municípios para adequar o sistema educacional do país ao projeto de Sociedade da Informação foram significativos, mas os desafios são ainda maiores. Os projetos de informatização das escolas, capacitação de professores e uso do ensino a distância foram um passo importante para a ressignificação da educação no campo informacional.

Em outras palavras, a abstenção não é realmente uma opção para instituições de ensino, professores e gestores educacionais, já que a introdução das TICs na educação faz parte de uma revolução sociocultural mais ampla e profunda que está mudando a cultura do mundo contemporâneo e corroborando a consolidação da Sociedade da Informação. Ou seja, os espaços ciberculturais são marcados por novos modos de comunicação, estilos de vida, identidades, entretenimento e interatividade às novas formas de ensinar e aprender.

Portanto, o conceito de cibercultura está em permanente transformação, com muitas conotações, idealizadas notoriamente pelas práticas tecnossociais da cultura contemporânea e de suas novas formas de sociabilidade no universo virtual, ou seja, uma virtualização cultural da realidade humana, fruto da migração do espaço físico em consonância a Sociedade da Informação.

## REFERÊNCIAS

ANDRADE, P. F. & LIMA, M. C. M. **Programa Nacional de Informática Educativa. A utilização da informática na escola pública brasileira (1970-2004)**. MEC: Secretaria de Educação a Distância, 1996.

AVIRAM, A. (2000). "Computers in the classroom" to mindful radical adaptation by education systems to the emerging cyber culture. In: **Journal of Educational Change**, v. 1, n. 4, p. 331-352, dez. 2000.

BARROS, R; PIMENTEL, F; AURELIANO, J; SILVA, T. APRENDIZ ONLINE: ambiente telemático de aprendizagem cooperativa. In **Revista EDAPECI: Educação a Distância e Práticas Educativas Comunicacionais e Interculturais**. N 3, dez. 2009.

BAUDRILLARD, J. **A sociedade de consumo**. Lisboa: Edições 70, 1975.

BAUMAN, Z. **A Modernidade Líquida**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2001.

\_\_\_\_\_. **Identidade: entrevista a Benedetto Vecchi**. Rio de Janeiro: Zahar, 2005.

\_\_\_\_\_. **Vida para consumo: a transformação das pessoas em mercadorias**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2008.

\_\_\_\_\_. **Vida a crédito: conversas com Citali Rovirosa-Madrado.** Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2010.

BRASIL. Ministério da Educação. **Censo Escolar.** Brasília: Imprensa oficial, 2015. Disponível em: <http://portal.mec.gov.br>. Acesso em 01 de dezembro de 2015.

CANOTILHO, J. Estado de Direito. In: **Cadernos Democráticos nº 7,** Fundação Mário Soares. Lisboa: Gradiva, 1998.

CAPELLARI, E. Tecnologias de informação e possibilidades do século XXI: por uma nova relação do estado com a cidadania. In: ROVER, Aires José (org.). **Direito, Sociedade e Informática: limites e perspectivas da vida digital.** Florianópolis: Fundação Boiteux, 2000.

DERTOZOS, M. **O Que Será: como o novo mundo da informação transformará nossas vidas.** São Paulo: Companhia das Letras, 1997.

LEMOS, A. Cibercultura: alguns pontos para compreender a nossa época. In:

LEMOS, A.; CUNHA, P. **Olhares sobre a cibercultura.** Porto Alegre: Sulina, 2003. p. 11-23.

LÉVY, P. **La machine univers: création, cognition et culture informatique.** Paris: La Découverte, 1987.

\_\_\_\_\_. **Cibercultura.** São Paulo: Editora 34, 2009.

\_\_\_\_\_. **O que é virtual?** São Paulo: Editora 34, 2010.

LIMA, M. (2011). **Educação na cibercultura: novas possibilidades para o ensino-aprendizagem.** Disponível em: <<http://revistaadmmade.estacio.br/index.php/reeduc/article/view/169/142>>. Acesso em: 1º fev. 2014.

LUHMANN, N. **A realidade dos meios de comunicação.** Trad. de Ciro Marcondes Filho. São Paulo: Paulus, 2005.

\_\_\_\_\_. **Sistemas sociales: lineamientos para una teoría general.** Traducción de Javier Torres Nafarrate. México: Universidad Iberoamericana, 1998.

MCLUHAN, M. **Os meios de comunicação como extensões do homem.** 13ª ed. São Paulo: Ed. Cultrix, 2003.

PEZZELLA, M.C.C e BORBA, M.E.V. Sociedade da Informação, dignidade da pessoa e relações de consumo. In: **A problemática dos Direitos Humanos Fundamentais na América Latina e na Europa - Desafios materiais eficaciais.** Editora Marcial Pons e Editora da Unoesc, 2012., p. 233 a 247.

TAPSCOTT, D.; WILLIAMS, A. **Wikinomics: how mass collaboration changes everything.** New York: Penguin Group, 2010.

TEIXEIRA, M. **Cyberculture: from Plato to the virtual universe. The architecture of collective intelligence.** Munique: Grin Verlag, 2012a.

\_\_\_\_\_. **As faces da comunicação.** Munique: Grin Verlag, 2012b.

TÜRCKE, C. **Sociedade Excitada: filosofia da sensação**. Campinas: Editora Unicamp, 2010.

UNESCO BRASIL. Computador na escola - o futuro anunciado. Brasília: In: **Revista TICs nas Escolas**, vol. 3, no 2, 2008.

ZUFFO, J. A. **A infoera: o imenso desafio do futuro**. São Paulo: Editora Saber, 1997.

WACHOWICZ, M. Os Direitos da Informação na Declaração Universal dos Direitos Humanos. In: WACHOWICZ, M. (coord.). **Propriedade Intelectual & Internet: uma perspectiva integrada à Sociedade da Informação**. Curitiba: Juruá Editora, 2002.

