Revista Brasileira de Ensino de Jornalismo
REBEJ

A influência da gramática dos meios no artesanato do Agreste Pernambucano[1]

Tenaflae Lordêlo[2]
tenaflae@gmail.com

Resumo

O presente trabalho é fruto das discussões realizadas nas reuniões de iniciação cientifica do curso de jornalismo da FAVIP, com a temática: "A gramática dos meios de comunicação no artesanato do Agreste Pernambucano", realizada no final de 2009. Esta primeira etapa da iniciação científica é o ponto de partida para posteriores pesquisas de campo, para aprofundamentos das questões e reflexões aqui levantadas. No senso comum o artesanato do Agreste Pernambucano, pela sua aparente forma rústica de produção, é uma atividade que resiste aos processos tecnológicos nas atuais sociedades, embora seja reconhecido como dotado de uma rica expressão cultural, que difunde os sentimentos e valores regionais. As formas como as influências na configuração da identidade, na pós-modernidade, difundidas via *internet*, que dialogam com o global e o local, na região do Agreste Pernambucano, veem deixado lacunas para pesquisa científica, na perspectiva de uma adequada compreensão deste processo nas atividades artesanais.

Palavras Chave: artesanato. Identidade. Internet.

---

[1] Comunicação Científica apresentada ao Grupo de Pesquisa na Graduação, do XIII Encontro Nacional de Professores de Jornalismo (Recife, abril de 2010).

[2] Graduado em Comunicação Social – UFBA, Pós-graduado em design - UNEB e Mestre em Comunicação e Cultura Contemporânea – UFBA. Professor de Jornalismo da FAVIP em Caruaru.

Introdução

O presente trabalho é fruto das discussões realizadas nas reuniões de iniciação científica do curso de jornalismo da Faculdade do Vale do Ipojuca - FAVIP, abordando a temática: "A gramática dos meios de comunicação no artesanato do Agreste Pernambucano", durante o ano de 2009. Este artigo corresponde à etapa de revisão de bibliográfica dos estudos acerca do tema, basicamente com livros disponíveis na biblioteca da instituição e artigos *on-line*. A reflexão, aqui descrita, permeia os processos de influência no fazer do artesão na Região do Agreste Pernambucano, em uma sociedade planejada e voltada ao consumo, na pós-modernidade, em um constante diálogo com o global e o local, por meio de tecnologias, como a internet. Esta primeira etapa da iniciação científica é o ponto de partida para posteriores pesquisas de campo, para aprofundamentos das questões e reflexões aqui levantadas. O centro do presente trabalho é sobre as condições em que o artesão se apropria dos valores e expressões globais, por meio da internet, aplicados na construção interativa e colaborativa dos seus produtos de caráter regionais.

No senso comum o artesanato do Agreste Pernambucano, pela sua aparente forma rústica de produção, é uma atividade que resiste aos processos tecnológicos nas atuais sociedades, embora seja reconhecido como dotado de uma

rica expressão cultural, que difunde os sentimentos e valores regionais. Uma característica do artesanato é que cada peça tem a sua especificidade, ainda que mantenha elementos de semelhança, mas não corresponde ao rigor qualitativo e nem a escala quantitativa dos processos industriais. Assim o artesanato permite uma difusão das práticas comunicativas que segundo Muniz Sodré (1996), se estabelece pela expressão das especificidades da própria atividade, promovendo uma prática cultural que fortalece os valores comuns aos artesãos, ancorada no local, distinto de valores globais oriundos de tecnologias como a *internet*.

Com a revolução industrial, o artesanato é comumente reconhecido como pertencente à chamada cultura popular, tradicionalmente apontado como produção de caráter familiar, de base manual. Nesta atividade o artesão possui os meios de produção primários, normalmente em zonas rurais, envolvendo a sua própria família e residência. Uma vertente da discussão sobre artesanato é que embora a atividade seja comumente realizada em zonas rurais, de caráter tradicional e manua, o agente criador, que é o artesão, não está apenas ligado ao local. Os meios de comunicação e a lógica de produção de mercadorias simbólicas na contemporaneidade parecem reger as normativas que configuram a prática artesanal, basicamente, por duas vertentes: a) o ambiente midiático difusor do artesanato é o mesmo em que circulam os valores simbólicos, apreendidos pelo arte-

são; b) as características de interação e colaboração, percebidas em ferramentas *web*, podem influenciar os processos de criação artesanais.

Na lógica da difusão e circulação de valores simbólicos, o artesanato pode receber influências das mensagens veiculadas nos meios de comunicação. O primeiro ponto é o surgimento de uma desconfiança sobre o que vem sendo compartilhado e veiculado nos meios de comunicação, tais como, produtos, valores e expressões culturais, que possibilitam novas vivencias e percepções da realidade ao artesão, os quais podem estar norteados por uma perspectiva de uma sociedade de consumo. Segundo Gilles Lipovetsky (1989), os atuais processos de construção de um modo de produção e sedução para o consumo são originários dos processos da moda, com base em três leis: obsolescência, sedução e diversificação. Assim com a operação destas três leis temos uma "loucura tecnológica" e seus *Gadget*[3], como faca elétrica para abrir ostras, com curvas ergonômicas, em múltiplos modelos e cores. Desta forma tudo que é produzido pela indústria do consumo é diversificado, sedutor e efêmero. O que proporciona aos meios de comunicação um papel de expansão desses rituais (diversão, sedução e efemeridade) como valor, orientando a produção, vivência e percepção do artesão.

Toda essa disseminação de um modelo de produção e expressão, pautados na sociedade do consumo, tem refle-

[3] Gadget é uma gíria tecnológica recente que se refere a, genericamente, um equipamento que tem um propósito e uma função específica, prática e útil no cotidiano.

tido um temor que, com a globalização, os produtos culturais que tem fluxo livre pelos meios de comunicação, em especial a *internet*, venham a destruir, ou influenciar negativamente as identidades locais ou nacionais. De forma provocadora Stuart Hall (1999) afirma que: "*é improvável que a globalização vá simplesmente destruir as identidades nacionais. É mais provável que ela vá produzir, simultaneamente, novas identificações 'globais' e novas identificações 'locais'*".

Essa identificação global e local está relacionada ao "pertencimento" dos indivíduos a cultura étnica, raciais, lingüísticas, religiosas e, acima de tudo, nacionais. Esta condição para Hall (1999) forma o sujeito pós-moderno, possuidor de identidade com celebração móvel, ou seja, sem identidade fixa, em contraposição aos sujeitos do iluminismo[4] e o sociológico[5]. A pesquisadora Cecília Peruzzo (2004), aponta que este hibridismo global com o local configura os elementos populares e regionais na perspectiva do uso ou apropriação. Assim, ao se apoderar das expressões e valores difundidos nos meios, bem como, o próprio uso do

[4] "O sujeito do iluminismo estava baseado numa concepção da pessoa humana como um indivíduo totalmente centrado, unificado, dotado das capacidades de razão, de consciência e de ação, cujo 'centro' consistia num núcleo interior, que emergia pela primeira vez quando o sujeito nascia e com ele se desenvolvia, ainda que permanecendo essencialmente o mesmo - contínuo ou 'idêntico' a ele - ao longo da existência do indivíduo" (HALL, 1999, p.10).

[5] "A noção de sujeito sociológico refletia a crescente complexidade do mundo moderno e a consciência de que este núcleo interior do sujeito não era autônomo e auto-suficiente, mas era formado na relação com 'outras pessoas importantes para ele', que mediavam para o sujeito os valores, sentidos e símbolos - a cultura - dos mundos que ele/ela habitava" (Idem, 1999, p.11).

mesmo, o artesanato vai refletir questões de conquista de espaços simbólicos, conteúdo e estética própria, traços culturais locais, reelaboração de valores, formação de identidades, preservação da memória, cidadania e sobrevivência, em um diálogo contínuo com o global e o local, mediado por tecnologia.

O pós-moderno e a identidade

A compreensão da gramática que normatiza os valores simbólicos que os artesãos constroem suas identidades se dá pela percepção da reorganização das práticas sociais, a partir da introdução dos elementos midiáticos de base tecnológica, e uma coexistência de perspectiva que parece ter dissolvido as certezas dos sujeitos no mundo. Assim recriando a celebre frase de Marx "*Tudo que é sólido se desmancha no ar*", neste cenário que alguns autores denominam de pós-modernidade (HALL, 1999; BERMAN, 1998; CANCLINI, 2005).

O pós-moderno institui um novo modo de vivenciar e perceber a realidade, na relação com a arte, com a política ou com a ciência e a história, incluindo a produção artesanal. Assim o pós-modernismo é o nome aplicado às mudanças ocorridas nas ciências, nas artes e nas sociedades avançadas desde 1950, quando, por convenção, se encerra o modernismo (1900-1950) (FERREIRA DOS SANTOS, 2005). Este modo de vivenciar e perceber a realidade nas-

cem com a arquitetura e a tecnologia nos anos 50, amplia-se como expressão na arte Pop dos anos 60. A pós-modernidade é introduzida como questão na filosofia, durante os anos 70, tendo a perspectiva de crítica à cultura ocidental, como a questão da identidade de Hall – sobre a superação das afirmações de identidades fixas individuais do sujeito do iluminismo e nacionais do sujeito sociológico. Nos anos 80, expande-se pela moda, cinema, música e cotidiano programado pela *tecnociência*[6], sem que se saiba com clareza, se este modo de vivenciar e perceber a realidade são decadência ou renascimento cultural, estruturado por meio de tecnologia (FERREIRA DOS SANTOS, 2005).

Um aspecto peculiar, que aponta para o que alguns consideram a decadência cultural, na pós-modernidade, é a massificação da arte e do conhecimento que colocam ambos em uma mesma lógica: a de consumo de bens. Assim sugere-se uma superação das contradições do homem, de identidade fixa, para universalizá-lo na aldeia global, definida por Marshall McLuhan. Na pós-modernidade, propaga-se o fim da história, a morte da dialética, a expansão da arte como expressão do consumo, tal como refletia o pensador alemão, Walter Benjamin quando anunciou a perda da *aura*, das obras de arte, em função da massificação da mesma, pelos processos de reprodução técnica, fruto da indústria capitalista pré-global. Desta maneira Benjamin

[6] O termo é a junção da ciência + tecnologia que invade o cotidiano como "loucura tecnológica", criadora de Gadget, como já foi apontado anteriormente.

anunciou igualmente uma forma distinta de compreender e se relacionar com a arte, denominado por Theodor Adorno de indústria cultural. A arte de massa reflete a fragmentação da ideologia crítica da criação estética por meio da lógica da reprodução em massa orientada para o consumo.

O fazer dos artesãos, na pós-modernidade, está mergulhado em uma tendência para o consumo, trocas simbólicas e apropriação tecnológica. Estes elementos consumo e troca são os elos básicos que atraem a *internet*, como tecnologia que abre portas globais para discussão. A popularidade da *internet* ancora-se na década 90, do século passado, ano de início do consumo, ou uso comercial. A partir deste momento a *internet* serviu (e serve) de janela para o mundo, difundindo e possibilitando uma percepção de muitas facetas. Na prática de consagrados e jovens artesãos, a *internet* começa a ser uma passarela, um ambiente de referências, pois a *internet* permite, além de vitrine por meio de *fotologs* e *blogs*, um olhar sobre diversas etnias e conceitos visuais e produtos. Tal olhar perpassa variadas raízes culturais, de maneira sincrônica com o olhar também sobre os templos do consumo, das expressões visuais e da tecnologia. Assim, as referências inspiradoras parecem está tomando uma nova forma, uma forma digital e global, com redução de fronteiras e acessíveis por *clicks* de mouses, sobre *infovias* com inúmeras vivências e percepções da realidade.

Internet como Meio

Na questão da possibilidade do meio, a aplicação da *internet* na produção popular como alternativa ou complemento do processo de difusão da cultura está relacionado às características da própria *web*. Contudo a aplicação da *internet*, bem como dos *blogs*, *fotologs* e outras ferramentas de interação, se dão entre o artesão e a diversidade cultural que a *web* abriga, como uma ponte de fluxo de valores e expressões. Por mais que os artesãos se deparem com inéditas oportunidades de interação, com inúmeras vivencias e percepções da realidade, possíveis de colaborarem para formação e ampliação da produção artesanal, tais oportunidades serão aproveitadas apenas se houver um despertar para tal processo, com o intuito de superar barreiras de capacidade (habilidades) e interesse de preservar a cultural local, sem dispensar o diálogo com o global.

É necessário o interesse de preservação de um ambiente com menos influência da sociedade do consumo, com sua gramática mercadológica, que normatiza a cultura popular como simples negócio, permitindo cada vez mais que o artesanato, visto como objeto produzido para a venda, e não como expressão de uma cultura regional. Assim a preservação não deve ser um muro contra o global, mas um fortalecimento da cultura local, que permita interação em igualdade de condições entre as duas partes.

Desta forma seria desejável que o artesanato na *internet,* por estar em um ambiente em que a interatividade é uma característica fundamental, estabeleça como uma constante os esforços para motivar, capacitar e criar novas oportunidades de apropriação pelo artesão deste meio.

> Embora a oportunidade de acesso à rede de computadores no país, ainda seja um privilégio, é importante uma postura de geração de oportunidade, para que mais vozes e pautas provenientes da necessidade sociedade civil estejam presentes [...].Fortalecendo a *internet* como meio, de superar questões de dimensões demográficas e geográficas, e não como mais uma barreira. (LORDELO; VASCONCELOS, 2009).

Assim, a possibilidade de aplicação da *internet* como infraestrutura tecnológica para a produção artesanal gira ao redor da ideia de aplicar as ferramentas e recursos da *internet* em ferramentas e recursos de um artesanato de tradições locais, com interações e possibilidades globais, permeado por uma gramática normativa do meio, com maior abertura para a colaboração. Os primeiros aspectos são: a troca entre os artesãos e a compreensão do próprio meio.

A *internet,* como um conglomerado de redes em escala mundial de computadores interligados por meio de um esquema técnico denominado Protocolo de *Internet* (*Internet Protocol-IP*), permite o acesso a distintos valores e todos os tipos de produtos e criações, incluindo expressões provenientes da diversidade cultural. Este aspecto de diversidade

e troca simbólica faz da *internet* a principal das Novas Tecnologias de Informação e Comunicação (NTICs), capaz de influenciar a gramática compartilhada pelos artesãos, incluindo os do Agreste Pernambucano.

Embora a interatividade seja uma das principais características da *internet*, ela não é uma característica recente. Desde a década de 30 do século XX, aplicava-se o termo interatividade. De acordo com Machado (1997), Brecht se referia à interatividade como um processo de inclusão democrática com a participação dos cidadãos no sistema radiofônico alemão.

A interatividade refere-se à ação mútua que é exercida entre duas ou mais pessoas, duas ou mais coisas, estabelecendo a reciprocidade por meio da utilização ou acoplamento de emissão (*uploads*) e recepção (*downloads*). Esta característica é relacionada a um dos aspectos mais singulares dos *websites* e aflora muitas perspectivas para aplicação do recurso nas práticas de produção artesanal, com o intuito de ampliar o alcance da produção local em um cenário global, fazendo o caminho inverso da globalização homogeneizante (HALL, 1999).

Na *internet*, a interatividade refere-se ao caráter aberto das informações em fluxo que os artesãos podem acessar estabelecendo relações e interferindo em criações e produtos, registrando suas expressões, transformando a informação e dando dinamismo ao processo de construção do artesa-

nato ou das expressões culturais. O termo interativo é aplicado hoje para as mais diversas designações, muitas vezes sem precisão. "*Parece-nos que qualquer coisa que exija uma resposta ou acione um controle é tomada como interativa*" (MOURA, 2003, p. 3). Desta maneira, "*um termo tão 'elástico' corre o risco de abarcar tamanha gama de fenômenos a ponto de não poder exprimir mais coisa alguma*" (MACHADO, 1997, p. 144).

A variação ou mutabilidade é o princípio que rege a interatividade. As criações ou produtos disponíveis aos artesãos estão abertos ou inacabados receptíveis às contribuições e ajustes em um processo que demanda reciprocidade e colaboração. Assim, a interatividade na rede apresenta como aspectos marcantes: "*a não-linearidade, o acesso, o jogo, o lúdico, a possibilidade de o usuário ser um co-criador, interferir ou complementar o trabalho, o projeto, inserindo suas visões, mais informações ou criações*" (MOURA, 2003, p. 3).

A interatividade na rede se define a partir do momento em que a informação ou conteúdo dos *websites*, ou outras ferramentas, retorna ao artesão em consequências de ações e decisões durante a manipulação de tal criação ou produto, por outros artesãos. É com base neste processo de interação do artesão que "*incontáveis versões virtuais vão brotando na mesma medida em que o receptor se coloca em posição de co-autor. Isto só é possível devido à estrutura*

de caráter hiper, não-sequencial, multidimensional que dá suporte às infinitas opções de um leitor imersivo" (SANTAELLA, 2000, p. 8).

Especificamente nos *websites,* a interação do artesão se faz por meio de conexão com outros artesãos e *links*, possibilitando o acesso às imagens, sons, textos e vídeos. Para Derrick de Kerckhove (1997), a interatividade se constitui a partir do clique, sendo a rede o prolongamento, em forma de rizoma, como resposta em tempo real e em escala global, o clique que ativa toda uma sequência de informação e conteúdos, como a navegação denominada de pilhagem por Pierre Lévy. Portanto, segundo Kerckhove (1997), os processos interativos podem ser constituídos pela capacidade de acessar informações à distância e explorar caminhos não-lineares de hipertextos na rede:

> a telepresença e a ação em tempos remotos; os ambientes inteligentes com sistemas de agentes e ambientes que simulam vida e se auto-organizam; a participação em comunidades virtuais; a imersão em ambientes multi-usuários; o envio de mensagens; as ações colaborativas; a ação em espaços remotos (MOURA, 2003, p. 4).

Por meio da ação colaborativa dos multi-usuários, ou artesãos, operam os conteúdos abertos disponíveis na rede que, segundo André Lemos (2002), permite uma "*utilização criativa dos conteúdos*". Desta maneira se configuram "*estruturas de inscrição subjetiva na dimensão amorfa do*

cotidiano, formas de leitura e de escrita, formas de virtualização e de atualização sucessivas" (LEMOS, 2002).

Para André Parente (1999), todos estes processos interativos estão estabelecidos em níveis de interatividade. Assim, não existe apenas um tipo de interação, e deve-se ter uma visão cautelosa com a interatividade do simples "clique", pois pode levar à categoria processos que parecem interações primárias como acionar a chamada de um elevador ou até mesmo tocar uma campanhinha de uma residência.

Com relação à utilização dos *blogs* e *fotologs* na prática artesanal, é importante compreender os elementos da interatividade que dizem respeito aos processos para a construção do hipertexto presentes na interface da navegação e na arquitetura da informação em um *website*. Os elementos de interatividade em um *website* se estabelecem através dos *links* e *hiperlinks*, que basicamente são estruturas de navegação presentes na interface de um *website*.

Os *links* ou *hiperlinks* podem dar acesso a uma distinta informação ou a um grupo de informações.

> Podem ocorrer através de hotlinks, hotwords, pop-ups, botões; barras e menus de navegação sejam móveis, portáteis, dinâmicos ou estáticos; jogos das mais diversas espécies e complexidades; as possibilidades de escolha e alteração da localização dos elementos da interface, como por exemplo: posicionar o melhor local do menu; alterar as cores das áreas, figuras e fundo; alterar a tipografia; escolher

> movimentos e arrastar objetos do site (MOURA, 2003, p. 6).

Os elementos de interatividade possibilitam o funcionamento das ferramentas de relacionamento social (redes sociais), tais como: fóruns *on-line*, listas de discussão, *chats*, *msn*, *orkut* e mais recentemente o *twitter*[7] possibilitam a participação colaborativa, entre artesãos (MOURA, 2003).

Todos estes elementos descritos da interatividade, em sua totalidade, ressaltam o aspecto dinâmico e participativo que não tem regras ou dimensões físicas. Desta forma, estão disponíveis de forma aberta à manipulação em caráter não-linear, combinando dados de diversos tempos e culturas em várias possibilidades de expressão, permitindo a partilha e a personalização ou customização de produtos e até mesmo das próprias ferramentas, disponíveis para ampliar as relações do local e do global.

A interatividade é um elemento fundamental pertencente a *internet* que pode ser aplicado a prática do artesanato por dois pontos: a) O artesanato como uma expressão cultural que está sempre se reinventando por meio de interações entre os artesãos em si, localmente, e a própria percepção da diversidade cultural global. A interatividade, na perspectiva de André Lemos (2002), possibilitaria a utilização das informações na rede, permitindo uma "*utilização criativa dos conteúdos*" pelos artesãos da diversidade

[7] O *Twitter* é uma rede social para *microblogging* que permite aos usuários enviar e receber informações.

cultural na *web*. Assim, pode-se considerar a interatividade como a condição essencial para o desenvolvimento de um novo ambiente para o artesanato do Agreste Pernambucano; b) O segundo ponto é a possibilidade de viabilizar um maior fluxo de mensagens simbólicas, ampliando os elementos de inspiração do artesão. Isso permitiria a contínua agregação de novos valores e elementos culturais, por meio do cruzamento de novas expressões de diversos tempos, locais e culturais em várias possibilidades de interações em sociedades complexas.

Os limites da interação

Mesmo com o surgimento de ferramentas de relacionamento social na *web*, utilizados pelos artesãos, com suas práticas e objetivos específicos, é preciso um elemento considerável, como já foi exposto anteriormente, para consolidar a *internet* como elemento configurador de uma nova gramática no Agreste Pernambucano: a cultura colaborativa e interativa, que possa ultrapassar as barreiras de Verba e Brady (1995): motivação, capacidade e oportunidade.

A primeira barreira é a motivação. A questão é que as ferramentas *web*, por si só, não estabelecem e tão pouco garantem a motivação de uso dos artesãos, impedindo, desta forma, a participação de novas vozes, que poderiam abrir uma possibilidade de criação colaborativa e interativa das expressões e produtos. A segunda barreira, a capacida-

de, relaciona-se à apropriação das redes sociais disponíveis na web, o que faz necessário identificar quais artesãos no Agreste Pernambucano possuem as competências efetivas de colaborar na consolidação de uma cultura local, como traços globais, por meio da *internet*.

Verba e Brady (1995) colocam como sua última barreira, as oportunidades, ainda escassas, as quais servem de limites para as redes sociais na *web*. O acesso aos recursos tecnológicos ainda é limitado, no caso dos acessos domiciliares no Brasil pelos últimos números, do comitê Gestor da Internet no Brasil – CGI, menos de 15% dos domicílios possuem acesso à *internet*, dos quais menos da metade possuem acesso banda larga, cerca de 40,35 % (LORDELO, 2008).

Conclusão

Com base na revisão de literatura, focando nas futuras pesquisas, percebe-se que as formas como as influências na configuração da identidade, na pós-modernidade, difundidas via *internet*, que dialogam com o global e o local, na região do Agreste Pernambucano, veem deixado lacunas para pesquisa científica, na perspectiva de uma adequada compreensão deste processo nas atividades artesanais. Embora os vários postulados da teoria da comunicação apontem conceitos e perspectivas de como estas influências se realizam. Desta forma, faz-se necessário compreen-

der como a região do Agreste Pernambucano de contexto cultural diversificado, relacionado ao "pertencimento" dos indivíduos a cultura étnica, raciais, linguísticas, religiosas e, acima de tudo, aparentemente fixas; vão se relacionar com as expressões, valores e produtos globais difundidos pelas redes sociais na *web*. A simultaneidade dos produtos, valores e expressões globais e locais, os quais vão configurar os elementos que circulam na *web* serão apropriados pelos artesãos *on-line*, e nas negociações sociais podem ser transmitidos para os artesãos *off-line*. Tal evento cria para a atividade artesanal um processo de construção de produtos orientado por uma produção voltada para o consumo, com elementos de um global com traços locais ou regionais, além de abrir outra perspectiva de estudo, que é a negociação cultural entre artesãos do Agreste Pernambucano *on-line* e os *off-line*.

Por mais que a internet ofereça até inéditas oportunidades de interação e colaboração cultural, possíveis de influenciar a construção de identidades negociadas e a ampliação da produção cultural, tais oportunidades serão aproveitadas apenas se houver uma predisposição de superar barreiras e garantir a motivação, a capacidade (habilidades) e oportunidades de acesso aos artesãos.

Outro fator importante é a necessária da construção de uma esfera cultural que seja menos condicionada aos anseios de uma sociedade do consumo, que coloca o arte-

sanato como simples negócio, permitindo cada vez mais que a cultura popular local, seja fortalecida para interar com a diversidade global. Assim seria desejável que o artesanato na *internet*, por estar em um ambiente em que a interatividade é uma característica fundamental, estabeleça como uma constante, os esforços para motivar, capacitar e criar novas oportunidades de interação, sem perder os seus valores locais do Agreste Pernambucano. Embora a oportunidade de acesso à rede de computadores no país, ainda seja um privilégio, é importante uma postura de geração de oportunidade, para que mais artesãos estejam presentes neste processo, fortalecendo a relação expressão cultural e a *internet* como meio de superar questões de dimensões demográficas e geográficas, e não como mais uma barreira para a cultura popular.

Referências

BERMAN, Marshall. **Tudo que é sólido desmancha no ar: a aventura da modernidade**. São Paulo: Companhia das Letras, 1998.

CANCLINI, Nestor García. **As identidades como espetáculo multimídia**. In.: CANCLINI, Nestor García. Consumidores e cidadãos: conflitos multiculturais da globalização. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2005.

FERREIRA DOS SANTOS, Jair. **O Que é Pós-Moderno?** São Paulo, Editora Brasiliense, 2005.

HALL, Stuart. **A identidade cultural na pós-modernidade**. Rio de Janeiro: DP&A, 1999.

LIPOVETSKY, Gilles. **O Império do Efêmero,** São Paulo, Companhia das Letras, 1989.

LORDÊLO, T. S. **A opinião pública na CLP - os canais on-line de interação como potencial de formação de opinião pública**. Belo Horizonte, 2008. Disponível em: <http://www.unibh.br/revistas/ecom/>. Acesso em: 03 jul. 2009.

LORDÊLO, T. S. ; VASCONCELOS, R. F. . **Os Canais de Interação como Potencial Colaborativo no Jornalismo On-line**. In: Eliete Correia dos Santos, Maurício Gualberto Pelloso. (Org.). Diálogo Entre Saberes: Desafios e Intermediações Possíveis. 1 ed. Recife: Bagaço, 2009, v. 1, p. 53-64.

LEMOS, A. Andar, **clicar e escrever hipertextos**. Disponível em: <http://www.facom. ufba.br/hipertexto/andre.html, 2002>. Acesso em: 19 06 2008.

MACHADO, A. **Pré-cinemas & pós-cinemas**. Campinas: Papirus, 1997.

MOURA, M. **O design de hipermídia**. 2003. Tese (Doutorado em Comunicação e Semiótica)-Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2003

PARENTE, André. **O virtual e o hipertextual**. Rio de Janeiro: Pazulin, 1999.

PERUZZO, Cicilia M. K. **Comunicação nos movimentos populares: a participação na construção da cidadania**. 4.ed.Petrópolis: Vozes, 2004.
KERCKHOVE, D. de. A pele da cultura. Lisboa: Relógio D'Água, 1997.

SANTAELLA, Lúcia. **Cultura das mídias**, razão social. São Paulo-SP, 2000.

SODRÉ, Muniz. **Reinventando a cultura: a comunicação e seus produtos**. Petrópolis: Vozes, 1996.

STANLEY, J Woody; WEARE, Christopher. **The effects of Internet Use on Political Participation: Evidence from an Agency Online Discussion Forum**. *Administration Society*, 36, 2004. p. 503-527.

VERBA, Schlozman; K and BRADY, H. ***Voice and equality*: Civic Voluntarism in American Politics**. Cambridge, MA: Harvard University Press, 1995.