



IMPULSO AO DESENVOLVIMENTO E A CULTURA: USO DA TELEFONIA CELULAR

Margarete Panerai Araujo
Judite Sanson de Bem
Moisés Waismann

Resumo: Este artigo objetiva destacar através de estatísticas que medem o uso e o acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) principalmente no uso da telefonia celular os anos de 2005 e 2015 como a oportunidade de inclusão digital que favoreceu a comunicação e o desenvolvimento social. As bases teóricas compreendem a importância do capital social e da cultura no desenvolvimento de uma região. Metodologicamente foi utilizado a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE para evidenciar os dados. Essa combinação constitui importante subsídio para a definição de políticas públicas deste setor.

Palavras-chave: Desenvolvimento. Novas Tecnologias da Comunicação e Informação (TICs). PNAD.

Abstract: This article aims to highlight statistics that measure the use and access to information and communication technologies (ICT) mainly in the use of cellular telephony in the years 2005 and 2015 as the opportunity for digital inclusion that favored communication and development Social. The theoretical bases understand the importance of social capital and culture in the development of a region. Methodologically, the National Household Sample Survey (PNAD) of the Brazilian Institute of Geography and Statistics - IBGE was used to evidence the data. This combination constitutes an important subsidy for the definition of public policies in this sector.

Keywords: Development. New Technologies of Communication and Information (TICs). PNAD.

Introdução

O artigo pretende sistematizar alguns dados relevantes da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios - PNAD coletados pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística - IBGE sendo possível teorizar algumas relações das práticas culturais através do telefone celular e às tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos anos de 2005 e 2015 com o capital social. A ligação de causalidade com o desenvolvimento econômico conjuga e identifica os fatores de padrões valorativos, com demais aspectos políticos, socioculturais e econômicos que são



determinantes para o desenvolvimento de um território e implantação de políticas.

Para o CGI (2019) a difusão de habilidades digitais possibilita o uso de funções e aplicações mais complexas, requerido pelo mundo que já operam sob a lógica digital. Essa difusão das tecnologias digitais na vida cotidiana está mudando fundamentalmente a maneira como as pessoas acessam informações e geram conhecimento, requerendo que os indivíduos atualizem continuamente as suas capacidades para lidar com as exigências de um mercado de trabalho em transformação e que requerem, desde habilidades genéricas sobre o uso de software e acesso às informações on-line, até habilidades mais complexas, como programação e desenvolvimento de aplicações.

É possível perceber que o maior impacto social está concentrado na Internet e principalmente no uso da telefonia celular que são convergentes. Para Castells (2000), a sociedade em rede é “[...] uma nova forma espacial característica das práticas sociais que dominam e moldam a sociedade em rede: o espaço dos fluxos. O espaço dos fluxos é a organização material das práticas sociais de tempo compartilhado que funcionam por meio de fluxos” (CASTELLS, 2000, pp. 436-437).

Assim, o artigo tem por objetivo destacar algumas estatísticas que medem o uso e o acesso às tecnologias de informação e comunicação (TIC) nos anos de 2005 e 2015 como a oportunidade de inclusão digital que favoreceu a comunicação e o desenvolvimento social. Esse artigo está dividido nessa introdução, no referencial teórico, nos aportes metodológicos e análise de dados. Por último as conclusões e referências utilizadas.

Algumas premissas teóricas

Guiso, Sapienza e Zingales (2013) apresentaram em seus estudos, a importância do capital social e do capital cultural no desenvolvimento econômico e fazem uso preliminarmente do conceito de que a cultura como um conjunto de crenças e valores que os grupos sociais, étnicos e religiosos transmitem de forma praticamente inalterada de geração em geração (GUIISO, SAPIENZA E ZINGALES, 2013, p. 24). Bourdieu (1998) também abordou o capital social como uma propriedade do agente, como relações sociais, que permitem aos indivíduos ou grupos obterem recursos ou reconhecimento. O autor define o capital social como um:

[...] o conjunto dos recursos reais ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de



interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos, ou, em outros termos, à vinculação a um grupo, como o conjunto de agentes que não somente são dotados de propriedades comuns (passíveis de serem percebidas pelo observador, pelos outros e por eles mesmos), mas também que são unidos por ligações permanentes e úteis (BOURDIEU, 1998, p.67).

Para Coleman (1999) o capital social é um recurso, para as pessoas produzidas a partir das mudanças das relações interpessoais, que facilitam determinadas ações dependendo da ação individual para a produção de um bem coletivo e, ainda é sustentado por dois pilares, à confiança e a reciprocidade. Sendo uma característica do indivíduo possibilita a satisfação dos seus objetivos como obrigações, comunicação, cultura e ou normas.

Vários cientistas políticos e economistas como Knack e Keefer (1996) e La Porta, López de Silanes, Shleifer e Vishny (1997) começaram a refletir e desenvolver trabalhos sobre o acesso a cultura no discurso da ciência econômica, tendo como eixo, o conceito de confiança. Essa característica, segundo Guiso, Sapienza, Zingales (2013, p. 26) tornaram-se atrativas como uma "probabilidade subjetiva com a qual um agente avalia que outro agente ou grupo de agentes irá executar uma particular ação", e, podem ser facilmente incorporado em modelos econômicos. Esses padrões de ação e cultura se tornaram referências de estudos e pesquisas.

A confiança, não é uma variável culturalmente herdada, isso porque segundo os autores, todos podem desenvolver confiança devido à qualidade do sistema legal ou como resultado de interações estratégicas e, por esse motivo é um resultado de um investimento ideal no capital social. Os autores Guiso, Sapienza, Zingales (2013), destacaram que a cultura pode afetar os resultados econômicos, através de outros mecanismos, além da confiança e, por esse motivo justificam uma ligação mais direta entre a cultura, capital social e os resultados econômicos.

Para captar os efeitos da cultura é possível considerar uma possibilidade múltipla, que podem ser associadas e identificadas no moldar dessas identidades, tornando uma ou outra mais saliente. À medida que a ciência economia tornou-se mais autoconfiante pela aquisição de determinados bens ela pode explicar a cultura como um mero resultado de forças econômicas. Levy (2011) destacou que, o futuro se organiza em dois eixos, um que renovam os laços sociais e outro a inteligência coletiva.

Nesse sentido, a cultura esse conjunto de crenças e valores que os grupos sociais, étnicos e religiosos transmitem de forma praticamente inalterada de geração em geração, segundo Guiso,



Sapienza e Zingales (2013) servem de canais potenciais de influência nos padrões de vida. Para Florissi e Waldemar (2007, p.11) a relação entre o desenvolvimento econômico e a cultura “pode ser entendida como a área da economia em que procura analisar a alocação de recursos para a sociedade”.

Lemos (2005; 2003; 2001) analisa esses recursos para a sociedade. Em especial descreve os usuários de celular e os internautas que tendem a crescer, pois as diferentes formas de inclusão digital oportunizadas pelo uso de telefones celulares gerou uma nova dinâmica. Essa crescente mobilidade social sobre os indivíduos e sobre as cidades, instaurou inclusive uma mudança da percepção do espaço-temporal. Como afirmam Licoppe e Heurtin (2002), os telefones celulares, também são fontes de pesquisa ganhando impactos sociais revolucionários associados à Internet. Lemos (2005, p. 12) apresentou que:

[...] o celular passa a ser um “teletudo”, um equipamento que é ao mesmo tempo telefone, máquina fotográfica, televisão, cinema, receptor de informações jornalísticas, difusor de e-mails e SMS7 , WAP8 , atualizador de sites (moblogs), localizador por GPS, 7 SMS, acrônimo de “short messages”, mensagens curtas enviadas pelo celular para uma pessoa ou grupo de pessoas.

Lemos (2005; 2002) ao destacar o acesso ao telefone e internet está se referindo a essa “nova cultura”. Seguindo os estudos Guiso, Sapienza e Zingales (2013) os aspectos culturais locais, que podem ser tratados, em grande parte, como invariáveis ao longo do tempo de vida de um indivíduo, também definem a sua cultura e facilitam a sua identificação nas ligações de causalidades entre cultura e demais resultados inclusive os econômicos.

Lima (2001) oferece no seu estudo as reflexões históricas das manifestações culturais, enquanto produto de consumo, que perpassam pelas políticas públicas. A autora destacou, nas atitudes de consumo o “próprio reconhecimento da comunicação de massa desenvolvido pela escola de Frankfurt, como no conceito de indústrias culturais apresentado pelo Adorno” (LIMA, 2001, p.05). Reis (2009, p. 25) reafirma que o conceito de cultura é complementar ao desenvolvimento, ou seja,

Ao contrário, a economia da cultura oferece todo o aprendizado e o instrumental da lógica e das relações econômicas; da visão de fluxos e trocas; das relações entre criação, produção, distribuição e demanda; das



diferenças entre valor e preço; do reconhecimento do capital humano; dos mecanismos mais variados de incentivos, subsídios, fomento, intervenção e regulação; e de muito mais em favor da política pública, não só de cultura, como de desenvolvimento.

O uso econômico e comunicativo da cultura passou a ter outro grau de importância validado pelos documentos internacionais. Para destacar conceitos importantes torna-se válido apontar uma definição do conceito de política cultural, (LIMA, 2001, p. 6):

Entendida habitualmente como um programa de intervenções realizadas pelo Estado, entidades privadas ou grupos comunitários com o objetivo de satisfazer as necessidades culturais da população e promover o desenvolvimento de suas representações simbólicas. Sobre esse entendimento imediato, a política cultural apresenta-se como um conjunto de iniciativas, feitas por agentes, que pretendem promover a produção, distribuição e o ordenamento do aparelho burocrático.

Earpi e Paulani (2014) sistematizam a evolução da economia do ponto de vista dos bens de consumo relacionando a distribuição de renda. Nesse sentido a desigualdade é funcional, quando a renda ainda é baixa, e a desigualdade excessiva e/ou prolongada impedirá o processo de se expandir em novas ondas de consumo. Portanto, a concentração inicial precisará ser no mínimo atenuada para que o processo tenha continuidade no longo prazo.

A difusão dos novos suportes tecnológicos, segundo, Earpi e Paulani (2014) tem impactos que vão muito além do mercado de bens culturais, o que constitui, por si só, um elemento adicional na explicação dos fenômenos aqui estudados. Isso porque as novas tecnologias são essenciais na comunicação e na grande mudança cultural, com impactos nas formas de sociabilidade, surgida no século XXI. O conjunto de suportes, computadores, celulares, Tablets, articulados através da internet, configuram um novo espaço público.

Lima (2001) justifica que o desenvolvimento, tem uma importância fundamental quando trata dos aspectos sociais e políticos. Nesse sentido, lembra as matrizes de Bourdieu (1998), que abordam o conjunto de lucros simbólicos e materiais obtidos pela participação em redes de relações duráveis, mais ou menos institucionalizadas, e de Coleman (1999), que enxerga esse recurso como favorecedor de estruturas sociais com forte conteúdo normalizador (obrigações, sanções e expectativas de lealdade). O capital social, segundo Lima (2001) engendra essa



inteligência regional,

Regiões com “alta confiança” são mais propensas a inovar e se adaptar a exigências como a capacidade de compartilhar custos e riscos, trocar informações e resolver problemas sempre procurando colaborar. Relações confiáveis reduzem os custos de monitoramento e contrato para os participantes. A metáfora é algo naturalmente polissêmico, significando muitas coisas diferentes e, ao mesmo tempo, nada (LIMA, 2012, p. 84).

Assim, com objetivo de identificar através de estatísticas, que medem o uso do telefone celular nos anos de 2005 e 2015 e conseqüentemente a inclusão digital, enquanto capital cultural e social que colaboram com o desenvolvimento segue o método e as análises. O indicador de acesso e uso das tecnologias de informação e comunicação (TIC) foi a Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE nos que demonstrou a novidade instrumental de acesso a determinados bens econômicos com forte influência na cultura. A investigação abrangeu alguns dados necessários para essa reflexão.

Metodologia

A metodologia da pesquisa selecionada foi do tipo exploratório com uma abordagem quantitativa. Envolveu técnicas estatísticas com a coleta de dados na plataforma do IBGE além da coleta bibliográfica e documental. Esses dados fazem parte de uma pesquisa maior que ainda está desolvida na Universidade La Salle.

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (PNAD) obtém informações sobre características demográficas e socioeconômicas da população e cabe ressaltar, que essa coleta dos dados secundários que foi realizada, são das informações dos dados da PNAD anual com abrangência nacional permitindo várias correlações entre eles.

Segundo o IBGE a PNAD complementa e atualiza os dados captados pelo Censo Demográfico, produzindo informações sobre a população, contribuindo ao estudo do desenvolvimento socioeconômico do País. Contudo, esse estudo foi baseado em dois suplementos especiais Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios nos anos de 2005 e 2015 desenvolvida pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE.

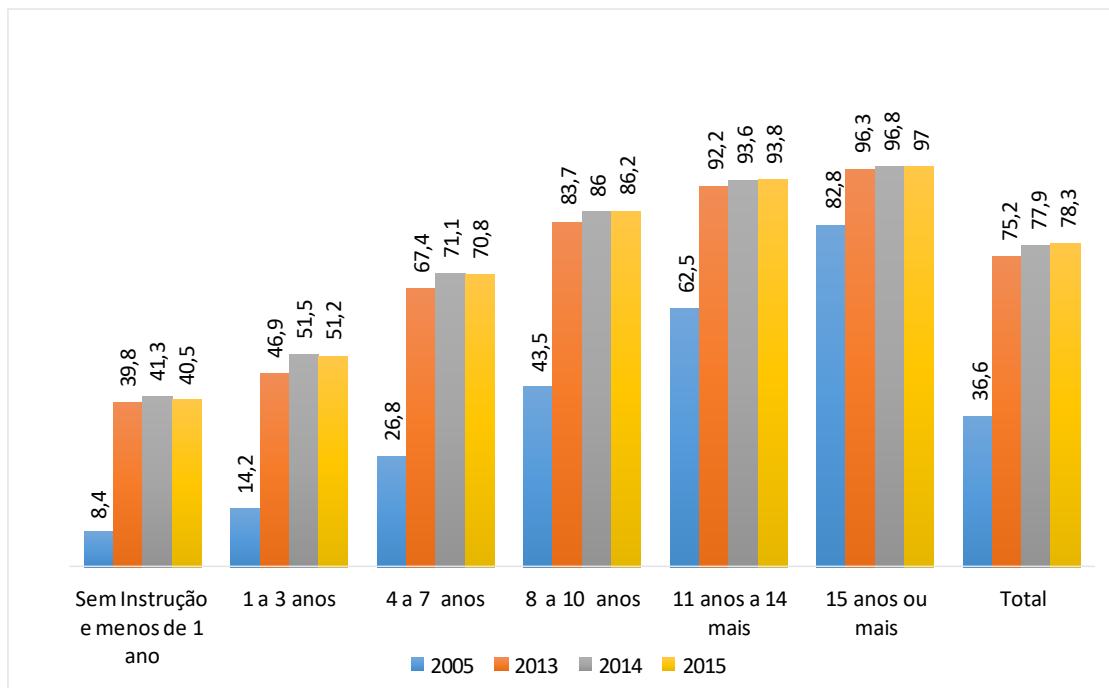


Os dados metodológicos utilizados pelo IBGE (2005; 2015) junto às amostras selecionadas sobre acesso e posse de telefone móvel celular para uso pessoal efetuou convênio com o Comitê Gestor da Internet no Brasil -CGI.br na PNAD de 2005 e com o então Ministério das Comunicações na PNAD de 2015. As limitações desse estudo estão centradas apenas em uma representatividade para a reflexão do capital social e cultural nos diversos níveis geográficos, não sendo utilizados todos os dados oferecidos das PNADs selecionadas.

Análise de dados

Entre os meios de comunicação com maior crescimento entre a população brasileira, nestes últimos 20 anos tem-se o telefone móvel celular. Em todos os grupos de anos de estudo houve uma considerável variação positiva. Mas, uma observação relevante é que em termos percentuais, o maior grupo de usuários são aqueles sem instrução e compreende a faixa de menos de um ano de estudo que passou de 8,4% para 40,5%, o que equivale a uma variação de 32,1 pontos percentuais. Esta popularização do uso do celular, entre os menos escolarizados se deve ao acesso simultâneo à internet, o que eliminaria o uso de computadores pessoais que são mais caros, e, portanto, com o barateamento do celular ao longo do tempo a participação em redes torna as relações mais duráveis e mais ou menos institucionalizadas conforme Bourdieu (1998) e Coleman (1999), que enxergam esse recurso como favorecedor de estruturas sociais.

Figura 1- Percentual das pessoas que tinham telefone móvel celular para uso pessoal, na população de 10 anos ou mais de idade, por grupos de anos de estudo - Brasil -2005/2015.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios anos 2005-2015.

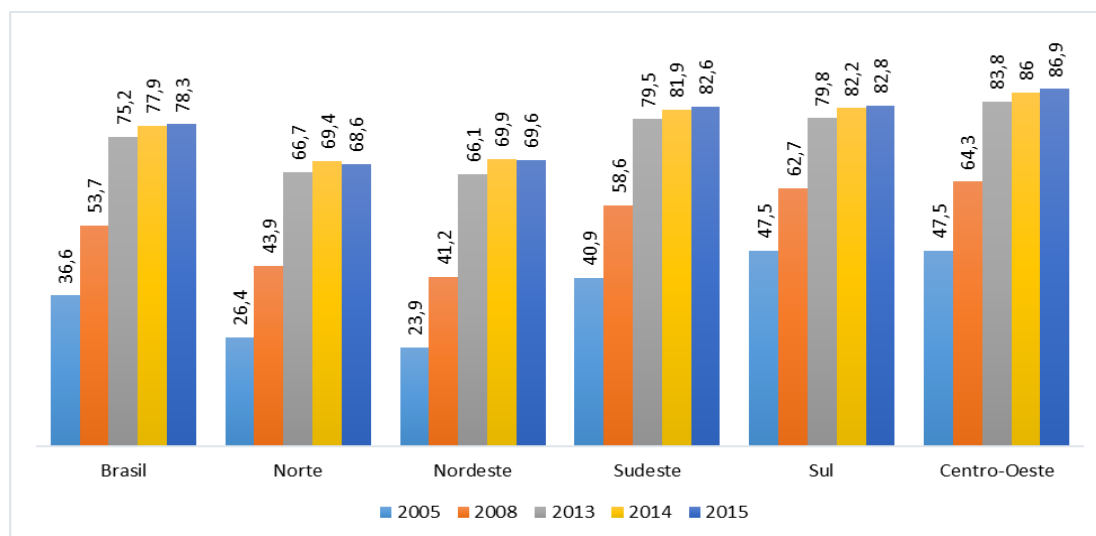
Quanto ao uso do telefone móvel para uso pessoal nas cinco Regiões em anos selecionados entre 2005 e 2015 a figura 2 mostrou que, o Centro-Oeste traz os maiores indicadores no período ao passo que o Norte tem o menor número de celulares. Este último dado representa a dificuldade de realização de cobertura de sinal em uma região onde as localidades são mais distantes e os meios ainda são precários. Convém lembrar, que os altos índices da região Centro-Oeste estão concentrados. Ou seja, a região é formada por três estado Goiás, Mato Grosso e Mato Grosso do sul além do Distrito Federal.

O Distrito Federal é a unidade da federação que mais utiliza a internet no Brasil. Segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios Contínua (Pnad), [...] pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 85,3% da população local acessou a web no último trimestre de

2016, o período de coleta dos dados. O índice superou a média do país, de 64,7%, em mais de 20 pontos percentuais (CARDOSO, G1 GLOBO, 21/02/2018, s.p.).

Enquanto, em outros estados o uso da internet está mais diretamente ligado ao acesso exclusivo pelo celular, no DF o acesso à rede é mais diversificado. Conforme o G1 Globo (2018) na capital do país 97,1% usa o telefone celular para acessar a internet. E além da utilização para efetuar comunicação via mensagens de texto, voz ou imagens, a população da capital do país também acessa a internet pelo celular para assistir vídeos, programas, séries e filmes (85,2%), conversar por chamadas de voz ou vídeo (84,4%) e enviar ou receber e-mail (81,1%).

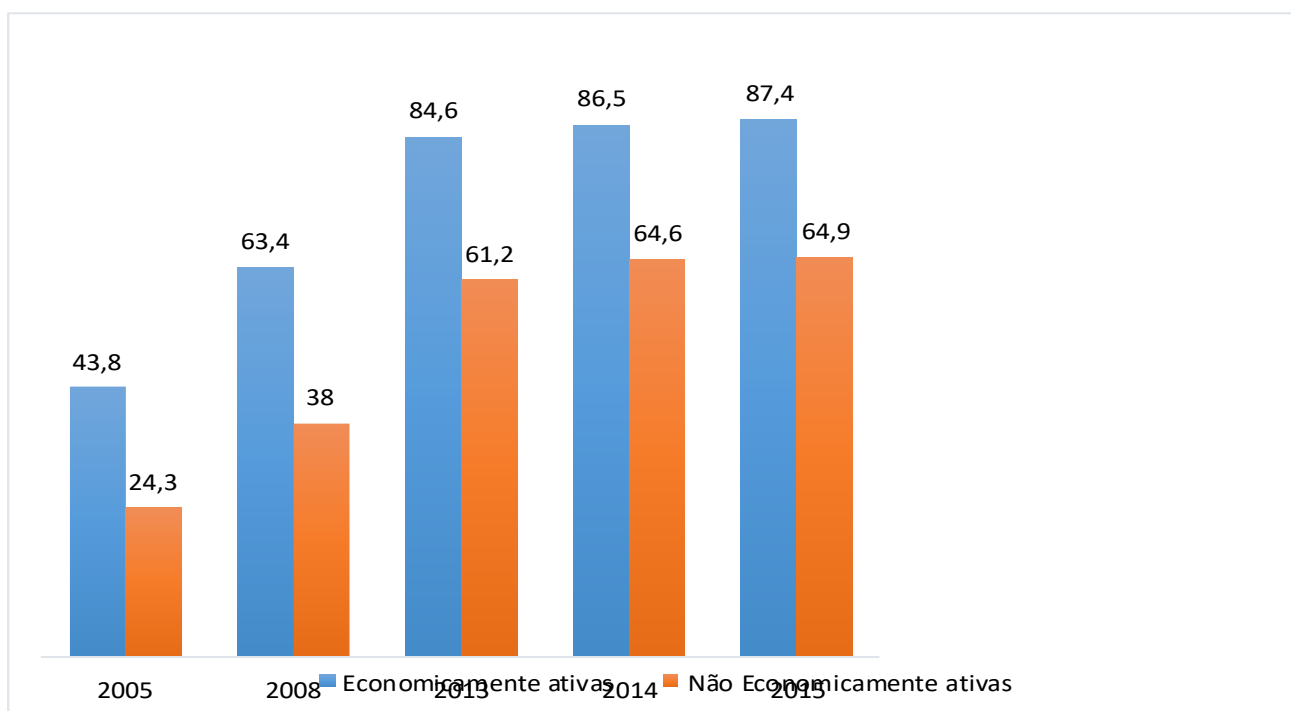
Figura 2. Percentual de pessoas que tinham telefone móvel celular para uso pessoal, na população de 10 anos ou mais de idade, por Grandes Regiões -2005/2015.



Fonte: IBGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005 - 2015.

Dentre os indivíduos de 10 anos ou mais, que possuem telefone móvel celular para uso pessoal a grande maioria são pessoas economicamente ativas, mas, também se observa que os economicamente não ativos aumentaram sua parcela (aposentados, estudantes, pensionistas, rentistas e outros), conforme a figura 3.

Figura 3 Percentual de pessoas que tinham telefone móvel celular para uso pessoal, na população de 10 anos ou mais de idade, por condição de atividade na semana de referência - Brasil - 2005/2015.



Fonte: BGE, Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios 2005 - 2015.

Como informação no período da pesquisa a PNAD de 2013 ofereceu a informação de que pelo menos um quarto da população brasileira (24,8%) não tinha telefone celular naquele ano, mas avançou significativamente para 131,4% (73,9 milhões de pessoas), desde o ano 2005. Só no ano de 2008 o aumento foi 49,4% (43 milhões de pessoas).

Os dados revelaram que no Centro-Oeste, o Distrito Federal foi a unidade da federação com maior percentual de pessoas com celular. Em uma análise regional, é possível registrar, em 2015, que essas proporções ainda se mantinham seguidas, das regiões Sul e Sudeste.

Confirmando os estudos de Lemos (2005; 2003; 2002; 2001) esses recursos sociais com a posse do telefone celular e, conseqüentemente os internautas cresceram, demonstrando, que houve inclusão digital que foram oportunizadas e gerou uma nova dinâmica. Esse impacto social crescente sobre os indivíduos e sobre as cidades, através do acesso às tecnologias de



informação e comunicação (TICs) captado através das estatísticas da PNAD caracterizam os efeitos da cultura e consideram múltiplas possibilidades associadas e identificadas no moldar das identidades no Brasil, na construção do capital social, cultural e inclusive no próprio desenvolvimento do país.

Considerações finais

Assim, o artigo que objetivava destacar algumas estatísticas, que medem o uso e o acesso do telefone celular como a oportunidade de inclusão digital comprova que nos anos de 2005 a 2015 houve um favorecimento da comunicação no país permitindo a inclusão de parcelas excluídas do processo de desenvolvimento. Notou-se com base nos dados que:

- O maior grupo de usuários incluídos foram aqueles sem instrução e na faixa de menos de um ano de estudo que passou de 8,4% para 40,5%, comprovando a popularização do uso do celular e inclusive do acesso simultâneo à internet.
- Quanto ao uso pessoal do telefone móvel a região Centro-Oeste tomou a frente com maiores indicadores no período. O Distrito Federal é a unidade da federação que mais tinha utilizado o celular para uso pessoal no Brasil, segundo dados da Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios.
- Dentre os indivíduos de 10 anos ou mais, que possuem telefone móvel celular para uso pessoal a grande maioria são pessoas economicamente ativas, mas, se observou que os economicamente não ativos aumentaram sua parcela.

Essas habilidades digitais permitem operar sob a lógica digital na vida cotidiana da população onde as tecnologias geram maiores informações e geram conhecimento. Assim, ao requerer que os indivíduos se atualizem continuamente em suas capacidades para lidar com as exigências digitais e, com um mundo em transformação passa a ser necessário um conjunto dos recursos reais e/ou potenciais que estão ligados à posse de uma rede durável de relações mais ou menos institucionalizadas de interconhecimento e de inter-reconhecimento mútuos como o capital social, bem como, a própria evolução da economia do ponto de vista dos bens de consumo relacionando a distribuição de renda, conforme citado pelos autores.



Referencias

BOURDIEU, Pierre. **Le capital social: Notes Provisoires**. Actes de la Recherche en Sciences Sociales, 31: 2-3. 1998.

CARDOSO, Marcelo. Brasília lidera ranking de utilização de internet no Brasil, diz IBGE, IN **G1.GLOBO**. 21/02/2018. Disponível em: <https://g1.globo.com/df/distrito-federal/noticia/df-e-a-unidade-da-federacao-que-mais-utiliza-internet-no-brasil-diz-ibge.ghtml>. Acesso em abril de 2019.

CASTELLS, Manuel. **A era da informação: economia, sociedade e cultura**. In: A Sociedade em rede. São Paulo : Paz e Terra, 2000. v. 1.

CETIC.br. **Centro de Estudos sobre as Tecnologias da Informação e da Comunicação** – Disponível em: <https://www.cetic.br/>. Acesso em abril de 2019.

CGI. Comitê Gestor da Internet no Brasil Disponível em: <https://cgi.br/>. Acesso em abril de 2019.

COLEMAN, J.S. Social Capital in the Creation of Human Capital. **American Journal of Sociology**, 94 (supplement): S95 - S 120.1999.

FLORISSI, Stefano; WALDEMAR, Felipe Starosta de. Economia da Cultura: uma revisão da literatura in **Economia da Cultura: bem-estar econômico e evolução cultural**. (Leandro Valiati e Stefano Florissi – organizadores). Porto Alegre: Editora da UFRGS, 2007.

GUISSO, Luigi; SAPIENZA, Paola; ZINGALES, Luigi, **The Value of Corporate Culture**. Chicago Booth Research Paper: 2013. No. 13-80; Fama-Miller Working Paper. Disponível em: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2353486. Acesso em abril de 2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Brasil em números**. Rio de Janeiro: IBGE, 2018. Disponível em: <https://www.ibge.gov.br/>. Acesso em abril de 2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acesso à Internet e Posse de Telefone Móvel Celular para Uso Pessoal. 2005**: Rio de Janeiro: IBGE, 2007. Disponível em: <https://ww2.ibge.gov.br/home/estatistica/populacao/acesoainternet/default.shtm>. Acesso em abril de 2019.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios. Acesso à internet e à televisão e posse de telefone móvel celular para uso pessoal: 2015** / IBGE, Coordenação de Trabalho e Rendimento. – Rio de Janeiro: IBGE, 2016. Disponível em: <https://biblioteca.ibge.gov.br/visualizacao/livros/liv99054.pdf>. Acesso em abril de 2019.

KNACK, Stephen; KEEFER, Philip. Does Social Capital Have an Economic Payoff? A Cross-Country Investigation. **The Quarterly Journal of Economics**, Vol. 112, No. 4 (Nov., 1997), pp.



1251-1288 Published by: The MIT Press Stable. Disponível em:
<http://www.socialcapitalgateway.org/sites/socialcapitalgateway.org/files/data/paper/2011/07/28/rknackandkeefe1997-doessocialcapitalhaveaneconomicpayoffje.pdf>. Acesso em abril de 2019.

LEMOS, Andre. **A cibercultura**: tecnologia e vida social na cultura contemporânea, Porto Alegre, Ed. Sulina, 2002.

LEMOS, André. Cibercultura e Mobilidade. A Era da Conexão. In Intercom – Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares da Comunicação XXVIII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação – Uerj – 5 a 9 de setembro de 2005 [Anais]. Disponível em:
<http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/r1465-1.pdf>. Acesso em abril de 2019.

LEMOS, Andre; cunha, Paulo. **Olhares sobre a cibercultura**. Porto Alegre; Ed. Sulina, 2003.

LÉVY, P. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 2001.

LEVY, Pierre. **A Inteligência Coletiva**: Por uma antropologia do ciberespaço. Tradução de Luiz Paulo Rouanet, São Paulo: Edições Loyola, 8ª. Edição, 2011.

LIMA, Venicio de. **Mídia, Teoria e Política**. São Paulo: Perseu Abramo, 2001.

PNAD. Disponível em:
http://ftp.ibge.gov.br/Trabalho_e_Rendimento/Pesquisa_Nacional_por_Amostra_de_Domicilios_continua/Notas_metodologicas/Nota_Tecnica_Diferencas_Metodologicas_das_pesquisas_PNAD_PME_e_PNAD_Continua.pdf. Acesso em abril de 2019.

PORTA, Rafael La; LOPEZ-DE-SILANES, Florencio; SHLEIFER, Andrei; VISHNY Robert W. Trust in Large Organizations *In The American Economic Review* Vol. 87, No. 2, Papers and Proceedings of the Hundred and Fourth Annual Meeting of the American Economic Association (May, 1997), pp. 333-338. Disponível em:
https://www.jstor.org/stable/2950941?seq=1#page_scan_tab_contents. Acesso em abril de 2019.

PUTNAM, Robert. **Comunidade e Democracia**. A experiência da Itália Moderna. Rio de Janeiro: editora FGV. 2000.