



Mediação Intercultural: Comunicação, Cidadania e Desenvolvimento

Livro de Atas do III Congresso
Internacional RESMI 2021

Susana Pinto, Anabela Pereira,
Gillian Moreira, Maria Cristina Gomes,
Rosa Faneca (coords.)



universidade de aveiro
theoria poiesis praxis

Mediação Intercultural: Comunicação, Cidadania e Desenvolvimento

Livro de Atas do III Congresso
Internacional RESMI 2021

Susana Pinto, Anabela Pereira,
Gillian Moreira, Maria Cristina Gomes,
Rosa Faneca (coords.)

Ficha Técnica

Título

Mediação Intercultural: Comunicação, Cidadania e Desenvolvimento.

Livro de Atas do III Congresso Internacional RESMI 2021

Coordenação

Susana Pinto, Anabela Pereira, Gillian Moreira, Maria Cristina Gomes, Rosa Faneca

Capa, projeto gráfico e paginação

Joana Pereira

Editora

UA Editora

Universidade de Aveiro

Serviços de Documentação, Informação Documental e Museologia

1ª edição – setembro 2022

e-ISBN: 978-972-789-798-8

DOI: <https://doi.org/10.48528/3g9y-hd88>



Os conteúdos apresentados são da exclusiva responsabilidade dos respetivos autores.

© Autores. Esta obra encontra-se sob a Licença Internacional Creative Commons Atribuição 4.0 (CC BY 4.0)

Financiado por Fundos Nacionais através da FCT – Fundação para a Ciência e a Tecnologia, I.P., no âmbito dos projetos UIDB/00194/2020 e UIDP/00194/2020.



FCT
Fundação
para a Ciência
e a Tecnologia



dep
universidade de aveiro
departamento de educação e psicologia

cidtff
centro de investigação
Didática e Tecnologia
na Formação de Formadores



cilc
universidade de aveiro
centro de línguas, literaturas e culturas



ACM
ALTO COMISSARIADO PARA AS MIGRAÇÕES I.P.

RESMI

INTERNET FACILITADORA DA MEDIAÇÃO INTERCULTURAL E DA COESÃO VIRTUAL

INTERNET AS INTERCULTURAL MEDIATOR AND VIRTUAL COHESION ENABLER

Carlos Augusto Castanheira
Universidade Aberta
carlos.castanheira@uab.pt

Resumo: O desenvolvimento tecnológico tem, ao longo dos séculos, criadas dinâmicas, tanto na construção como na disseminação de culturas, encurtando assim espaços e barreiras. Neste novo paradigma de interação e construção cultural, estão criadas as condições para um maior desenvolvimento multicultural e aprendizagem num espaço global e virtual, funcionando a internet como um eixo gravitacional. O presente trabalho aborda processos recentes de construção, migração e disseminação cultural através do uso de aplicações facilitadoras da mundialização e potenciadoras de esbatimentos de fronteiras. São apresentados alguns dos recursos resultantes do incremento da capacidade de computação, com particular relevo nos dispositivos móveis e o uso de redes de elevada velocidade como a 5G. Situa-os num mundo onde a cidadania global tem ganho expressão especialmente no jovem adulto que é produtor, consumidor e promotor de conteúdos digitais artísticos e culturais. Os conceitos de geolocalização, plataformas de narrativas multiculturais do tipo *Wattpad*, merecem um particular destaque. São também abordadas algumas implicações no que concerne à necessidade de aquisição de competências específicas no uso, absorção de conteúdos e aplicações digitais, para mediação intercultural sustentada

no empoderamento das plataformas digitais, quais espaços territoriais/digitais facilitadores da comunicação e da globalização da cidadania.

Palavras-chave: intercultura; internet; fronteira; globalização.

Abstract: Over the centuries, technological development has created a new dynamic, both in the construction and dissemination of cultures, thus shortening spaces and barriers. In this new paradigm of interaction and cultural construction, the conditions are created for a greater multicultural development and learning in a global and virtual world space, with the internet working as a gravitational axis. The present work addresses recent processes of construction, migration, and cultural dissemination using applications that facilitate globalization and enhance the blurring of borders.

This work aims to show the most recent process of cultural migration in a virtual and global world, which facilitating factors of globalization, permeability and blurring of borders. Some of the resources resulting from the increase in computing capacity are presented, with particular emphasis on mobile devices and the use of high-speed networks such as 5G. It situates them in a world where global citizenship has gained expression especially in young adults who are producers, consumers, and promoters of artistic and cultural digital content. The concepts of glocalization, multicultural narrative platforms of the Wattpad type deserve particular emphasis. Some implications are also addressed regarding the need to acquire specific skills in the use, absorption of digital content and applications, for intercultural mediation sustained by the empowerment of digital platforms, as territorial/digital spaces facilitators of communication and globalization of citizenship.

Keywords: interculture; internet; border; globalization.

Introdução

O uso da internet tornou-se um meio de comunicação transversal a todas as atividades, sejam elas lúdicas, políticas, económicas, sociais ou científicas e académicas. Implantou-se como um meio de comunicação global, de reduzido custo de utilização e capaz de facilitar uma comunicação em tempo real. Conquistou um espaço privilegiado de comunicação, muito potenciado pela miniaturização e mobilidade dos equipamentos digitais capazes de transformar o modo de aquisição de

competências para um processo mais "amigável" como afirma Owen Barden no seu artigo *I wouldn't be able to graduate if it wasn't for my mobile phone* (Barden & Bygroves, 2018, p. 529) podendo, no entanto, criar dependência psicológica ao seu utilizador (Nie et al., 2020).

A internet, facilitadora da mediação intercultural, da coesão virtual (Azevedo & Lucas, 2005; Zaffino, 2018) e como meio de comunicação, trouxe consigo novos paradigmas de informação considerados por alguns autores como fenómenos de massificação da cultura, informação e globalização (Papacharissi & Rubin, 2010).

Na elaboração do presente trabalho tomámos como opção referir apenas as plataformas de maior usabilidade e reconhecimento nos contextos educativos e académicos e com maior aceitação pelos jovens, constituindo-se assim como meio de mediação e coesão e abordados por vários investigadores (Casacuberta, 2019; Di Felice, 2013; Expósito et al., 2017; Scolari, 2018).

Interessa, pois, que, embora de uma forma breve, nos debruce-mos sobre o que entendemos por território, fronteiras e globalização. A globalização traz consigo um sentido de aproximação cultural, política, social ou económica (Ianni, 1994). Este encurtar de distâncias pressupõe um espaço percecionado (território) pelo agente globalizante. No limite deste espaço, mais ou menos definido ou tangível, encontramos fronteiras. É na sua ultrapassagem que os agentes se afirmam como globalizantes.

Veículos de cultura

Em tempos remotos a oralidade teve um papel fundamental e era a única na disseminação da cultura, feito através de contos e mitos, mas foi com a literatura que esses contos e mitos se tornam imortais. Com o uso do invento de Gutenberg, a literatura passa a ter uma propagação até então inimaginada. Com o surgimento da telefonia, o veículo da difusão cultural passou a contar com as ondas hertzianas como seu suporte. Inventado em 1890 por Marconi este método de transmissão de áudio à distância começou a espalhar cultura de uma forma mais ou menos democrática, divulgando acontecimentos políticos, culturais e de entretenimento. Este aparelho, ou método de difusão (radiodifusão), vulgarmente apelidado de rádio ou telefonia, atingiu o máximo de audiências nos anos 50 do passado século, e contou com a popularização do teatro na forma de folhetins criados quase exclusivamente para entretenimento dos radio-ouvintes, mas onde são enviadas mensagens culturais de elevado peso (Hendy, 2000).

Na sequência da evolução tecnológica, surge a televisão, e com ela também o receio de que as rádios deixassem de fazer sentido, podendo estar condenadas ao esquecimento e conseqüente desaparecimento. Como o apontado por Mendes (2016), no seu estudo sobre o tipo de programação das estações de rádio que, contrariamente ao que se poderia pensar, passaram a ter conteúdos de especialidade, abandonando assim a generalização, veio a acontecer no diálogo rádio e televisão, mas ainda não é alcançado um diálogo direto com o recetor a não ser com o recurso a sondagens ou telefonemas (Augusto, 2015).

Foi no ano de 1923 que o britânico John Logie Baird descobriu uma técnica de transmissão de imagens em movimento acompanhadas de som, suportada também nas ondas hertzianas. A sua importância como meio de comunicação de referência, só veio a ser reconhecida pelo seu contributo na eleição de John F. Kennedy (1917-1963) para presidente dos Estados Unidos da América em 1960. A partir de então a televisão começa a ser reconhecida como um dos meios de mais influente propaganda política, possuindo a capacidade de construir, destruir ou mesmo de manipular as reputações de candidatos a cargos públicos e privados (Ruivo, 2006).

Não foi só na política que a televisão atingiu um papel de líder de comunicação a par e coadjuvada pela rádio (Silva & Ribeiro, 2013). A televisão assume o papel de meio de entretenimento de eleição para todas as idades, atingindo particular importância na formação das camadas mais jovens das populações através de canais temáticos exclusivos a determinadas áreas da cultura e ciência, contribuindo também para o colmatar de deficiências do processo educativo. Surgem, assim, canais de televisão com elevados padrões de qualidade e rigor informativo, de que a britânica BBC (*British Broadcasting Corporation*) é exemplo incontornável (Coelho & Coelho, 2015; Soares, 1993). Também lhe é atribuído um papel importante como suplemento educativo português nos anos 60, 70 e 80 do passado século, e mais recentemente como um modo de superar o confinamento imposto no ano letivo 2020/2021 devido à pandemia gerada pelo SARS-CoV2 de forma que os alunos dos primeiros anos do ensino secundário pudessem progredir nos seus estudos (Escola, 2020).

Internet

A rádio e televisão não permitem um diálogo próximo e síncrono entre o emissor e recetor. Fundamentalmente por terem caído em desuso os programas em “direto”, fruto de um mercantilismo colocado

nos programas radiofónicos e televisivos, mas, com o advento da internet e em particular com a massificação da *World Wide Web*, surge um novo paradigma na difusão cultural. A possibilidade de diálogo síncrono ou assíncrono, a criação de redes de comunicação locais e globais, a partilha de imagens estáticas ou em movimento dão origem a uma nova presença e interação do internauta em áreas artísticas, especialmente com o surgimento da web 2.0 que facilitou a construção de plataformas digitais capazes de receber a interação dos seus utilizadores na visualização, partilha, crítica, desenvolvimento, alteração e complementaridade dos seus conteúdos (O'Reilly, 2005).

A miniaturização dos equipamentos móveis, a sua crescente capacidade computacional e o incremento constante da velocidade de transferência de dados contribuíram para a presença do jovem no ambiente virtual gerado pela web multiplica a aplicabilidade desta tecnologia tanto em áreas lúdicas como educacionais (*mobile learning*) mas não diminuiu as desigualdades que geram um fosso digital entre países desenvolvidos, em desenvolvimento e emergentes (Araujo, 2020). Este fosso digital também é patente no género do utilizador da internet. Os dados apontados pela União Internacional de Telecomunicações (UIT) identificam uma predominância do género masculino (57%) na utilização desta tecnologia digital. Segundo o mesmo relatório, o acesso à internet encontra mais utilizadores nas cidades (76%) e na camada jovem (71%) (ITU, 2021), jovens estes que encontram um espaço de expressão e descoberta tantas vezes fora de um controlo e orientação da esfera familiar e/ou escolar. Também, num estudo promovido pelo Plano Nacional de Leitura, e com dados de 2006, já revelam que dos jovens entre os 15 e 35 anos de idade, 99,1% acedem à televisão, 79,9% à rádio e 70,4% à internet o que já, à data, indicia a particular importância da internet nesta faixa etária (Silva & Ribeiro, 2013).

Foi fruto da emergência de uma economia criativa, força motriz do desenvolvimento económico atual, como advoga Richard Florida (2003), que encontramos na internet um ambiente privilegiado e incentivador da divulgação e criatividade individual e coletiva. O acesso ao património cultural, a diversidade, o reconhecimento social e a riqueza de experiências, são condições existentes na internet que estimulam a criatividade e consequentemente uma criação de riqueza de bens aparentemente intangíveis (Nicolaci-da-costa, 2011) mas com alguns cuidados pois, como os apontados por Jia Nie e colaboradores (2020) nos estudos sobre a ansiedade experienciada pelo jovem adulto gerada pela separação, mesmo que temporária, do seu *smartphone* (telemóvel inteligente mas ainda sem tradução em português), elucidam bem a usabilidade deste equipamento e a

dependência tida pelo jovem adulto a este tipo de tecnologia (Nie et al., 2020). Owen Barden e Mark Bygroves (2018) corroboram a centralidade atribuída pelo jovem ao seu *smatphone*, afirmando que, em certos casos, o “*smarthphone* poderá interferir na liberdade do seu utilizador” (Barden & Bygroves, 2018, p.529). No entanto, a internet é, para alguns autores, um local onde a manipulação dos utilizadores é conseguida através de inteligência artificial e capaz de prever gestos, atitudes, estados de espírito. O estudo detalhado das preferências, geolocalização, visualizações de sítios da internet, *likes* em aplicações como o *Facebook* ou *Youtube* tornam o utilizador produto para empresas de comércio ou mesmo movimentos de índole política ou partidária, podendo orientar o sentido de voto e gostos pessoais, como defende a professora de Harvard Shoshana Zuboff (Duong et al., 2019; Möllers et al., 2019) num discurso de sentido paralelo ao defendido por Ruivo (2006) sobre a rádio e televisão.

O uso e aproveitamento de uma partilha quase global gerada pela internet, potencia vários modos de divulgação de conteúdos onde a autopublicação merece particular destaque. Mas a internet nem sempre foi vista como um meio de comunicação de resultados benéficos para os seus utilizadores, principalmente os mais jovens. Foi entendida como um meio recreativo onde a informação, potencialmente perigosa e violenta, circulava e onde o anonimato favoreceria o aparecimento de violência e pressão emocional sobre os jovens (Carr, 2010). Com uma posição oposta, David Casacuberta (2019) compreende-a como um meio de comunicação que aloja diversas plataformas como o *Facebook*, o *Twitter* ou o correio eletrónico (e-mail). Servindo-se desses meios as pessoas comunicam entre si fortalecendo ou criando relações interpessoais e sobre elas deverá recair o estudo sociológico. As novas tecnologias são agora capazes de converter em produtores aqueles que, sob as tecnologias tradicionais, tinham um papel de consumidores passivos, ultrapassando assim o estereótipo de que o adolescente é visto pelos adultos, que olham as novas tecnologias digitais como algo esotérico, como “um projeto em construção e que se moldam como argila” (Casacuberta, 2019, p. 75).

Autopublicação

O processo de autopublicação usou inicialmente as impressoras portáteis e veio tomar um lugar de destaque com o uso de plataformas digitais nas quais, de um modo simples e com custos reduzidos, torna possível a divulgação de obras de autores emergentes a um vasto público e virtualmente global.

Com a possibilidade de interagir com o seu público de uma forma direta e sem qualquer tipo de censura, plataformas como o *Wattpad*, *Youtube* entre outras, criam uma dinâmica específica na construção e desenvolvimento de qualquer tipo de criação artística e cultural, mas exigindo, por parte do espetador interveniente, critérios de aferição muito cuidados, pois entre as “obras” publicadas são encontradas com facilidade, muitas sem qualquer cariz cultural ou plagiadas e adulteradas, não esquecendo os perigos gerados pelo uso da internet como os ataques cibernéticos, a desinformação ou a aquisição indevida de dados pessoais. Poderemos afirmar que nestas plataformas pode-se ser fã, ídolo ou os dois em simultâneo. A deteção dos conteúdos alojados na internet tem que ser alvo de uma cuidada análise. Não é conhecida a verdadeira dimensão da informação falsa (*fake news*) que circula na Web e aí reside, embora saibamos que não é um fenómeno exclusivo do presente século e que tem sido alvo de vários estudos, nomeadamente no modo e forma da sua deteção (Roozenbeek et al., 2020; Zhou & Zafarani, 2020). O utilizador deverá ter as competências (*skills*) necessárias para poder avaliar se a informação que absorve é completa, antiquada, fora de contexto, ou resultado de uma tradução não cuidada ou mesmo manipulada (Fitzgerald, 1997). Dentro do processo de autopublicação várias são as aplicações e plataformas usadas como suporte deste propósito. Destacamos *Wattpad*, *Youtube*, *Facebook* e *Instagram* que são consideradas como as redes sociais que ocupam uma posição de destaque na vida dos mais jovens e em particular dos adolescentes (Scolari, 2018).

Wattpad

A plataforma *Wattpad*, criada em 2006 é acedida mensalmente por mais de 60 milhões de utilizadores. Revela-se um espaço preferencial de partilha de narrativas onde a multiculturalidade e a interação estão presentes. Os seus conteúdos têm sido recriados em novos suportes, chegando a serem publicados por editoras de referência onde os seus conteúdos atingem, nalguns casos, volumes de vendas considerados best sellers. Algumas narrativas publicadas na plataforma *Wattpad* serviram e servem de guiões a séries televisivas. Como lugar de escrita não formal, a utilização deste espaço pela juventude é particularmente atrativa favorecendo o feedback e a discussão pelos seus pares, enriquecendo assim o vocabulário e a forma de escrita dos seus autores (Tirocchi, 2018).

Youtube

O *Youtube* é dos média mais presente no dia-a-dia do jovem. Usado para ouvir música, ver espetáculos, obter informações de vária índole, hoje é usado pelas mais diversas instituições como meio de divulgação informativa política, social e cultural. Aproveitando as suas potencialidades, várias universidades servem-se desta plataforma digital para alargar as suas salas de aula a públicos física e culturalmente distantes. Muitos dos seus utilizadores afirmam ter enriquecido as suas competências pessoais fruto da visualização de tutoriais alojados no *youtube*. Estes tutoriais, na sua maioria não provenientes de fontes institucionais, estão a contribuir de uma forma contínua para a construção de uma inteligência coletiva (Castanheira, 2019; Scolari, 2018). Exemplos há em que as obras de alguns *Youtubers* se tornam populares elevando os seus autores para patamares de celebridade não alcançáveis pelos meios tradicionais de divulgação e comércio artístico. O baixo investimento inicial aliado à facilidade de utilização, são elementos-chave para que esta plataforma seja a mais usada na promoção da arte individual e coletiva. O *videoclip*, onde existe uma simbiose da fonografia e vídeo é um exemplo de um processo de divulgação de músicas e canções neste canal digital.

A luta por um maior número de seguidores dos *youtubers* – processo de avaliação de popularidade virtual - fez emergir a profissionalização de produtores de conteúdos que procuram colocar os seus clientes em patamares elevados de celebridades, parecendo haver agora uma desvirtualização do objetivo inicial da criação desta plataforma. A importância do *YouTube* fica reforçada pelo seu uso em processos de aprendizagem de que são exemplo os MOOC's, acrónimo de Massive Open On-line Courses, cujo objetivo passa pela disseminação de conteúdos formativos capazes de substituir ou complementar o ensino tradicional. Em tempo de pandemia COVID-19, este recurso educativo teve um incremento exponencial e poderá ser uma fonte de informação fiável para estudantes e profissionais de saúde (Davidson et al., 2021).

Facebook

Considerada por muitos a rede das redes sociais, foi criada por Mark Zuckerberg em 2004. Cedo foi utilizada por artistas, instituições, cientistas e particulares para a divulgação das suas obras, serviços, trabalhos e investigações. Com um número de utilizadores a nível

global superior a 2,45 mil milhões é, ainda hoje, o meio de excelência para a divulgação de conteúdos. Tem uma estrutura baseada em perfis de utilizadores, onde constam os seus gostos e interesses e tornou-se rapidamente alvo da atenção daqueles que pretendem emitir mensagens, dirigidas quase matematicamente, diminuindo assim o poder mediático dos agentes generalistas.

Tradicionalmente os museus têm sido o veículo de mostra das criações artísticas e com a criação de mostras virtuais, possíveis dado o avanço das tecnologias digitais, os museus encontram um público muito mais amplo e heterogéneo no seio dos seus visitantes. Para além dos seus sítios da internet, quase todos os museus possuem um perfil no *facebook* onde os seus visitantes e seguidores podem deixar as suas questões, opiniões e críticas, podendo também sugerir os seus conteúdos a outros utilizadores. As galerias de arte, movimentos artísticos, grupos musicais e outros agentes de cultura também encontraram eco no *facebook* para a divulgação dos seus interesses e motivações (Expósito et al., 2017).

La aparición de Facebook supuso un hito y un cambio en la mentalidad del artista: subir tu obra de arte a la red da el permiso de ser juzgado y, a su vez, de juzgar la obra de algún otro, pero también de darse a conocer a nivel mundial. (Expósito et al., 2017, p. 1170).

Instagram

Mais recente do que o *Facebook*, esta rede social digital tem por base a divulgação de fotografias por comunidades virtuais. Criada com o objetivo de partilhar fotografias de viagens, com a difusão dos *smartphones* alcançou popularidade entre as camadas mais jovens dos utilizadores das tecnologias digitais, sendo atualmente uma das mais utilizadas pela juventude. No artigo publicado por Garretón, Rihm, & Parra (2019) é sugerido que o Instagram pode favorecer uma ponte entre a arte científica e o público não especialista, democratizando assim o processo artístico no que concerne à proximidade social das instituições artísticas.

Exposições e comércio on-line

O comércio de um modo amplo e o artístico em particular, também sofreu uma mudança de paradigma com o surgimento das tecnologias digitais como nos é demonstrado pela base de

dados *Rhizome ArtBase* que se dedica exclusivamente a obras emergentes de carácter tecnológico e que também fomenta a sua criação e divulgação, intitulando-se como uma plataforma para a recolha, descoberta e leilão de arte. Possui um acervo de um milhão de obras de arte, arquitetura e design de mais de 100.000 autores, sendo considerada a maior base de dados *on-line* de arte contemporânea.

Arte, cultura e videojogos

Os videojogos podem, em si, transferir cultura. Transportando tantas vezes a mitologia para os ecrãs das consolas ou dos computadores, como também a adaptação para desafios intelectuais ou periciais, a adaptação de obras literárias, cinematográficas trazem ao jogador uma maior proximidade e, em alguns casos, também uma interatividade com estes objetos tecnológicos de entretenimento que, a seu modo, criam comunidades sociais virtuais. O que nas décadas de 60 e 70 do século passado eram motivos de análise cuidada, como por exemplo a procura de figuras públicas que poderiam ser encontradas na capa de um álbum discográfico dos Beatles em que o *Sargent Peppers* é exemplo, e como o foi *Onde está Wally*, hoje estas procuras recaem sobre cenas aprimoradas de videojogos onde a visão tridimensional e a realidade aumentada ganham especial relevo (Etlinger & Borém, 2014).

O jogo *Horizon Zero Down* é um sinónimo de uma técnica de desenho detalhado, com um cuidado relacionamento das dimensões e proporções de objetos e personagens, fazem com que os jovens jogadores se envolvam num ambiente que transcende o próprio jogo, levando para um espaço e tempo, e mesmo comunidades e vivências míticas e heroicas em ambientes super-realistas despertando tantas vezes sentimentos de perigo iminente, medo e angústia (Lucci, 2019).

Hoje os videojogos são um fenómeno global e podem conferir contornos viciantes para alguns jovens, razão pela qual a Organização Mundial da saúde, nos seus manuais, já contempla “distúrbios de videojogos”. Confirmando esta inclusão, o estudo de Dinis et al, sobre a relação das competências sociais dos alunos do ensino superior consumidores de videojogos argumenta que “este tipo de entretenimento tem-se apresentado como uma estratégia de *coping* disfuncional no âmbito da redução do stress psicológico e da fuga à vida real” (Dinis et al., 2018, p. 133)

Os videojogos são cada vez mais exigentes no que concerne a recursos de processamento e mormente nas velocidades de comunicação tão necessárias à transferência de informação entre os seus utilizadores contribuindo para um crescente investimento em novos processos de transmissão de dados (*upload* e *download*).

Rede 5G

A interconectividade alicerçada nas tecnologias de informação, ganha uma nova dimensão com o emergir do padrão tecnológico 5G. Este padrão, ainda não explorado em toda a sua dimensão, permitirá o aumento da segurança dos dados que nela circulam principalmente através de dispositivos móveis, diminuirá drasticamente o consumo de energia, contribuindo para uma sustentabilidade energética e facilitará a computação de algoritmos mais elaborados e tão necessários à aplicação da inteligência artificial e à interligação dos dispositivos conducentes ao que, de uma forma mais ampla é denominado de “internet das coisas” (IoT). Para além destas características, a tecnologia 5G guarda uma franja destinada exclusivamente às comunicações críticas, onde a possibilidade de erro é remota, e é destinada à comunicação de atos médicos ou cirúrgicos feitos à distância. Irá também revolucionar a transmissão de conteúdos televisivos aproximando-os de um controlo em tempo real por parte do utilizador final. Com o aumento das tecnologias digitais e também da dependência de todos os setores de atividade das TIC, urge dotar os cidadãos de competências digitais (ONU, 2015).

Literacia Digital

A literacia digital é fundamental para que o uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) sejam usadas em toda a sua plenitude. As TIC, são um meio de interação indispensável ao cidadão do século XXI. A sua erradicação um objetivo das sociedades ocidentais espelhadas nos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) especialmente no que concerne ao ODS4 – Garantir o acesso à educação inclusiva, de qualidade e equitativa, e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos (ONU, 2015). Há que ter em conta, no uso desta rede, critérios de segurança entre os seus utilizadores, a supervisão dos educadores às matérias acedidas pelos mais jovens, à criptografia

usada nas ligações mais críticas, passando pelo crivo da veracidade e idoneidade dos conteúdos e autores. O utilizador das redes digitais deverá ter uma postura crítica face aos conteúdos e origens da informação. A este propósito a União Europeia em 1999 lançou o programa *Safer Internet* a ser implementado em todos os países que dela fazem parte e onde Portugal está presente através do programa *SeguraNet* (Ramos & Espadeiro, 2016).

Internet Arte e Cultura

A internet tem-se revelado, principalmente para os jovens, um local onde poderão encontrar respostas a questões tão vastas como aquelas que emergem da necessidade de conhecimento e da sua própria curiosidade (Rodrigues & Rodrigues, 2011). É neste espaço que se podem efetuar visitas virtuais a museus, conhecer a obra e biografia de autores e até interagirem na elaboração de obras artísticas (Casells, 2001). O exemplo dado pela participação de mais de um milhão de internautas das mais variadas nacionalidades e espetros sociopolíticos, na criação de um *graffiti* virtual num lapso de tempo limitado, espelha as possibilidades dadas pela internet à criação coletiva (GlobalNews, 2017).

Os jovens ao partilharem os seus filmes e fotografias estão a contribuir individualmente numa arte coletiva que paradoxalmente parece isolá-los fisicamente dos seus pares. O espaço internet é usado pelas camadas mais jovens da população como um espaço lúdico, de lazer e de socialização onde se cruzam valores, crenças e tradições, criando assim um modelo de cultura, denominada cibercultura, definida investigadores recentes e realçada por Santos como como

[...] a forma sociocultural que emerge da relação simbiótica entre sociedade, a cultura e as novas tecnologias de base microeletrónica que surgiram com a convergência das telecomunicações com a informática na década de 70 (Santos, 2009, p. 5659).

Esta interação foi o embrião do movimento artístico *Net.art*, termo nascido numa mensagem de correio eletrónico e que se tornou viral na última década do século XX, dando nome também a um movimento plástico que se servia de *browsers*, *scripts*, linguagem de programação de computadores, motores de busca entre outras, como ferramentas de criação de arte processo este oposto às formas mais tradicionais de arte (Fourmentraux, 2011).

Internet em tempo de pandemia COVID-19

A internet usada como meio de comunicação mostrou-se fundamental como suporte de comunicação dos cidadãos em tempo de confinamento físico gerado pela COVID-19. O convívio por videochamada que procuraram aproximar famílias e amigos, o teletrabalho, as notícias e a partilha de arte foram e são uma constante. Seria interessante que, num período pós pandemia, fosse estudada a participação dos utilizadores da internet em eventos de arte e cultura dando assim continuidade ao estudo iniciado em 2001 e elaborado por DiMaggio, Hargittai, Neuman e Robinson no qual concluem haver uma maior frequência dos internautas na participação em espetáculos, cinema e práticas desportivas, quando comparados com indivíduos não utilizadores da internet ((Casells, 2001).

Conclusão

A internet representa, na sociedade atual, um eixo gravitacional da comunicação alicerçado na evolução tecnológica e alavancará o processo BYOD (*Bring Your Own Device*), para uma variedade de situações, eliminando não só barreiras políticas, geográficas e linguísticas, mas também incrementando a compreensão e apreensão culturais por via da utilização e expansão da realidade aumentada e inteligência artificial. Deverá, no entanto, ser dada especial atenção para o fato de que um esbater de fronteiras possa complementar os modelos tradicionais de aprendizagem e absorção cultural como poderá ser exemplo o turismo cultural ou a mobilidade estudantil em todas as suas vertentes. Alicerçou a comunicação entre populações pela transmissão de espetáculos e criação de obras coletivas em que os atores se encontravam fisicamente distantes, mas virtualmente próximos, dando mais expressão ao “Roteiro para Cooperação Digital” anunciado a 11 de junho de 2020 pela Organização das Nações Unidas (ONU, 2020) que propõe orientações com o sentido de, entre outras, “atingir a conectividade universal até 2030, para que todos tenham acesso seguro e barato à internet” (ONU, 2020, p. 23). Com as tecnologias digitais, o padrão que governava a interação de produtores e consumidores de cultura sofreu uma erosão capaz de esbater a fronteira entre estes dois agentes de cultura contribuindo para o fortalecimento do Cidadão Global, qual agente multicultural que possa ser agente mobilizador social e da promoção da literacia digital.

Referências

- Araujo, T. O. (2020). Tecnologias móveis na educação: reflexões e práticas. *LínguaTec*, 5(1), 59–80. <https://doi.org/10.35819/linguatec.v5.n1.3352>
- Augusto, V. R. de G. (2015). *A rádio portuguesa enquanto fenómeno cultural popular. Análise comparativa entre os programas "Rock em Stock" (1979) e "Portugália" (2002)*. [Dissertação de Mestrado, Universidade Nova]. Repositório Universidade Nova. <https://run.unl.pt/handle/10362/20380>
- Azevedo, G., & Lucas, P. (2005). Muito barulho por nada ? Flash Mobs como forma de coesão social e apropriação do espaço urbano. *Contemporânea*, 3(1).
- Barden, O., & Bygroves, M. (2018). 'I wouldn't be able to graduate if it wasn't for my mobile phone.' The affordances of mobile devices in the construction of complex academic texts. *Innovations in Education and Teaching International*, 55(5), 521–531. <https://doi.org/10.1080/14703297.2017.1322996>
- Carr, N. (2010). *The shallows : How the internet is changing the way we think, read and remember*. <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edsebk&AN=707558&site=eds-live>
- Casacuberta, D. (2019). Juventud y medios digitales: entre la inmunitas i la communitas. *Revista de Estudios de Juventud*, 102, 69–81. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- Casells, M. (2001). *A galáxia da internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade*. Oxford University Press.
- Castanheira, C. A. (2019). Youtube. In J. E. Franco & J. Jardim (Eds.), *Empreendipédia - Dicionário de Educação para o Empreendedorismo | Entrepreneurship Education Dictionary* (pp. 756–757). Gradiva.
- Coelho, W. D. N. B., & Coelho, M. C. (2015). Prejudice and discrimination beyond the classroom: sociability and Youth culture in the school environment. *Revista Do Instituto de Estudos Brasileiros*, 2015(62), 32. <https://doi.org/10.11606/issn.2316-901x.v0i62p32-53>
- Davidson, P. M., Lin, C. J., Beaman, A., Jackson, D., Reynolds, N. R., & Padula, W. V. (2021). Global digital social learning as a strategy to promote engagement in the era of COVID-19. *Journal of Clinical Nursing*, 30(15–16), 2366–2372. <https://doi.org/10.1111/jocn.15776>
- Di Felice, M. (2013). Ser redes: o formismo digital dos movimentos net- ativistas. *Matrizes*, 7(2), 49–71. <https://doi.org/10.11606/issn.1982-8160.v7i2p49-71>
- Dinis, A., Fernandes, F., Azevedo, G., Silva, M., & Matos, M. (2018). Videojogos e competências sociais no ensino superior. *Revista de Psicologia da Criança e do Adolescente*, 1, 129–154.
- Duong, R., Delput, P., & Schuurman, R. (2019). *Shoshana Zuboff em capitalismo de vigilância*. Vpro Documentary.
- Escola, J. (2020). Ensinar e aprender: Desafios no período Covid em Portugal. *Revista de Educação Ciências e Matemática*, 10(3), 87–103.
- Etlinger, S. A., & Borém, F. (2014). Além da música: repensando Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band / Beyond the music: rethinking Sgt. Pepper's Lonely Hearts Club Band. *Per Musi*, 30, 43–52. <https://doi.org/10.1590/S1517-75992014000200007>

- Expósito, V. I., Rodríguez, P. Á., & Barrau, A. N. (2017). Comunicación y divulgación de contenidos artísticos a través de las Redes Sociales: Facebook y Twitter. *Estudios Sobre El Mensaje Periodístico*, 23(2), 1161–1178. <https://doi.org/10.5209/ESMP.58038>
- Fitzgerald, M. A. (1997). Misinformation on the Internet: Applying Evaluation skills to online information. *Emergency Librarian*, 24(3). <https://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=eric&AN=EJ538037&site=eds-live>
- Florida, R. (2003). Cities and the creative class. *City & Community*, 2(1), 3–19. <https://doi.org/10.1111/1540-6040.00034>
- Fourmentraux, J.-P. (2011). Net art. *Communications*, 88(1), 113. <https://doi.org/10.3917/commu.088.0113>
- Garretón, M., Rihm, A., & Parra, D. (2019). #Default #Interactiveart #Audienceexperience: Learning from the visual analysis of content shared on Instagram. *The Web Conference 2019 - Companion of the World Wide Web Conference, WWW 2019*, 791–798. <https://doi.org/10.1145/3308560.3316453>
- GlobalNews. (2017). *Mais de um milhão de pessoas participaram de "criação coletiva" na internet*. Globo. <https://g1.globo.com/globonews/estudio-i-video/mais-de-um-milhao-de-pessoas-participaram-de-criacao-coletiva-na-internet-5812987.ghtml>
- Hendy, D. (2000). *Radio in the global age*. Polity Press.
- Ianni, O. (1994). Globalização: novo paradigma das ciências sociais. *Estudos Avançados*, 8(21), 147–163. <https://doi.org/10.1590/s0103-40141994000200009>
- ITU. (2021). Measuring digital development facts and figures 2021. In *ITU Publications*. [https://www.itu.int/en/mediacentre/Documents/MediaRelations/ITU Facts and Figures 2019 - Embargoed 5 November 1200 CET.pdf%0Ahttps://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx](https://www.itu.int/en/mediacentre/Documents/MediaRelations/ITU_Facts_and_Figures_2019_-_Embargoed_5_November_1200_CET.pdf%0Ahttps://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx)
- Lucci, A. (2019). Horizon Zero Down e Detroit Become Human : filosofia dei media , narrazioni videoludiche e fantascienza. *Philosophy Kitchen*, 10, 159–171.
- Mendes, A. M. C. (2016). *Comunidades de marca e meios sociais: o caso da rádio no Facebook* [Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas]. <http://hdl.handle.net/10400.5/13534>
- Möllers, N., Wood, D. M., & Lyon, D. (2019). Surveillance capitalism: An interview with Shoshana Zuboff. *Surveillance and Society*, 17(1–2), 257–266. <https://doi.org/10.24908/ss.v17i1/2.13238>
- Nicolaci-da-costa, A. M. (2011). O talento jovem, a internet e o mercado de trabalho da "economia criativa." *Psicologia & Sociedade*, 23(3), 554–563.
- Nie, J., Wang, P., & Lei, L. (2020). Why can't we be separated from our smartphones? The vital roles of smartphone activity in smartphone separation anxiety. *Computers in Human Behavior*, 109, 106351. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2020.106351>
- O'Reilly, T. (2005). What Is Web 2.0.? Pattern Recognition. <http://www.oreilly.com/pub/a/web2/archive/what-is-web-20.html>.
- ONU. (2015). *Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development*. <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- ONU. (2020). *Roadmap for digital cooperation*. https://www.un.org/en/content/digital-cooperation-roadmap/assets/pdf/Roadmap_for_Digital_Cooperation_EN.

- Papacharissi, Z., & Rubin, A. (2010). Predictors of Internet Use. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 44(2), 175–196. <https://doi.org/10.1207/s15506878jobem4402>
- Ramos, J. L., & Espadeiro, R. G. (2016). *Estudo de avaliação de impacto do projeto Seguranet*. DGE – Direção Geral de Educação. <http://hdl.handle.net/10174/20382>
- Rodrigues, I., & Rodrigues, L. (2011). A influência da internet na vida da criança, jovens e adolescentes. *Núcleo Multidisciplinar de Pesquisa Comunicação FBN 2011*.
- Roozenbeek, J., van der Linden, S., & Nygren, T. (2020). Prebunking interventions based on the psychological theory of "inoculation" can reduce susceptibility to misinformation across cultures. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*, 1(2), 1–23. <https://doi.org/10.37016//mr-2020-008>
- Ruivo, M. (2006). *Repensar a televisão: Uma visão positiva sobre o papel da televisão como elo social, veículo de cultura e espaço de lazer*. Labcom.Ubi.Pt.
- Santos, E. (2009). Educação online para além da EAD: Um fenómeno da cibercultura. *Actas X Congresso Internacional Galego-Português de Psicopedagogia* (pp. 5658–5671). Braga: Universidade Minho. www.docenciaonline.pro.br
- Scolari, C. (Ed.) (2018). *Teens, media and collaborative cultures : Exploiting teens' transmedia skills in the classroom*. <https://repositori.upf.edu/handle/10230/34245>
- Silva, A. S., & Ribeiro, M. J. (2013). O Serviço Público de comunicação social como recurso da política cultural. A experiência portuguesa, 2002-2012. *Revista Lusófona de Estudos Culturais*, 1, 183–205. <https://doi.org/10.21814/rlec.15>
- Soares, I. de O. (1993). Prioridades da educação. *Comunicação & Educação*, 6, 22–28.
- Tirocchi, S. (2018). Wattpad. In C. Scolari (Ed.), *Teens, media and collaborative cultures. Exploiting Teens' transmedia skills in the classroom* (1st ed., p. 93). Transliteracy.
- Zaffino, E. (2018). Informação e massificação: Il deficit educativo. Eravamo davvero pronti? *Derecom*, 25, 117–126. <https://www.eumed.net/rev/reea/enero-20/actitud-aprendizaje-ingles.html>
- Zhou, X., & Zafarani, R. (2020). A survey of fake news: Fundamental theories, detection methods, and opportunities. *ACM Computing Surveys*, 53(5). <https://doi.org/10.1145/3395046>