

COMUNICAÇÃO DA CIBERCULTURA: (IN)VISIBILIDADES E VISUALIDADES DOS E-ATORES SOCIAIS EM DISPOSITIVOS, MÉTODOS E FONTES DIGITAIS

Pedro de Andrade

pjoandrade@gmail.com

Universidade do Minho – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (CECS)

Introdução

O presente texto visa analisar alguns modos de comunicação do imaginário, em particular o imaginário subjacente às práticas e ao conhecimento que circulam no campo social da cibercultura. A e-cultura funciona hoje como um objetivo ou finalidade para muitos atores sociais, aqueles que subscrevem uma vida quotidiana em grande parte ocorrida em torno dos dispositivos digitais, do ciberespaço e das redes sociais. Mas a cibercultura trabalha igualmente como um instrumento, um dispositivo ou um conjunto de metodologias úteis para que os atores sociais alcancem o desiderato de construir sejam identidades sejam diferenças ciber-culturais.

De facto, na contemporaneidade, os saberes são imaginados e re-imaginados a partir de configurações de e-cultura mais ou menos visíveis. Uma localidade relevante desta vida diária ciber-cultural é a universidade e os meios académicos. Aí, no quadro do ensino e da investigação, emergem novas formas de ver e rever a cibercultura como um fim, isto é, como um objeto de estudos. Complementarmente, a cibercultura é aplicada como um meio para isso, na forma de métodos e tecnologias que usam intermédia, ou em termos de fontes digitais, por ex. imagens e vídeos partilhados na internet.

No entanto, este imaginário cibercultural sobre a e-cultura no *campus*, revela-se ainda algo impercetível, e por vezes indistinto quanto aos seus atores sociais e respetivas pesquisas específicas, como o investigador, o professor e o estudante, entre outros. Hoje em dia, tais atores socioculturais transformam-se em e-atores, ou seja, agentes que desenvolvem as suas atividades de ensino e investigação, cada vez mais no interior do ciberespaço, mas sempre em relação com a sua vida exterior à internet. Entretanto, um tal imaginário exhibe paulatinamente uma natureza digital visual,

através dos instrumentos e fontes do trabalho científico que usam fontes e metodologia visuais, como imagens, áudio e vídeo, no quadro de uma pesquisa científica.

Para entender tais visibilidades e visualidades do conhecimento aplicadas à cibercultura, é aqui explanada a articulação entre, de um lado, a investigação sobre a cibercultura visível e invisível usando metodologias visuais digitais e, de outro lado, a educação visual dos cidadãos através dos resultados desta pesquisa sobre a cibercultura.

1. Como comunicar visualmente as (in)visibilidades da cibercultura?

Na verdade, a seguinte questão urgente atravessa os *Ciberculture Studies*: de que maneira comunicar a cibercultura, e em particular os modos visuais da sua expressão, para tornar a cibercultura mais visível, ora no *campus* ora em atividades externas a este território do conhecimento?

Na academia, a formulação das estratégias de comunicação do imaginário científico sobre a cibercultura ocorre nos níveis seguintes da vida quotidiana da pesquisa e do ensino:

- a. Nível epistemológico: emerge hoje um modo singular de fazer pesquisa, a investigação aberta ou *Open Research*. Trata-se de um estilo de investigação tolerante mas crítico. Um exemplo é a reflexão sobre equipas científicas e a sua relação com a cidadania científica e cultural das comunidades locais. Esta ligação pode operar-se por vários meios, por exemplo através de Cafés de Cibercultura. Neste e noutros eventos científicos lúdicos, é possível comunicar conceitos e métodos visuais, auditivos e performativos, em maior escala do que se passa numa sala de aula clássica.
- b. Ao nível teórico, mais projetos de investigação encontram-se a investir nas problemáticas, temas de pesquisa e conceitos pertinentes sobre as visibilidades e visualidades da cibercultura.
- c. Paralelamente, ao nível metodológico, a investigação utiliza metodologias do visível nunca dantes vistas, por exemplo, dispositivos em hipermédia, intermédia e hibrimédia aplicados às Ciências Sociais. Estas novas tecnologias do visual-digital podem incluir, entre outros modos de representação e apresentação de conteúdos, a visualização de imagens e vídeos em 3D, realidade virtual e realidade aumentada. Tais imagens e sonoridades digitais podem modificar a própria imagem social dos atores sociais aí reportados. Algumas ilustrações destas abordagens serão fornecidas abaixo.

2. Comunicar (in)visualidades, conceitos digitais visuais e e-cidadania.

Com efeito, em diversos contextos sociais externos à universidade, é possível processar uma articulação mais profunda entre a investigação e a educação dos cidadãos, através de métodos digitais que articulam a Sociologia às culturas quotidianas digitais e à e-cidadania. Este último termo significa a cidadania expressa através de meios digitais, como as sugestões sobre a vida política por parte de um cidadão, no interior de sites, blogues ou redes sociais mantidos pela administração pública central ou local.

Em especial, a comunicação da ciber-cidadania associa-se à edificação de uma literacia da cibercultura ao longo da vida, por meio do *e-learning*, etc. Uma tal literacia é praticada por cidadãos comuns que funcionam como públicos de pesquisa dentro das redes sociais digitais, instituições e comunidades de conhecimento. Assim sendo, tais audiências da investigação, sob certas condições, podem mesmo tornar-se uma espécie de cientistas / pesquisadores leigos (não-especialistas), os chamados *lay scientists/researchers*.

Alguns exemplos desta pesquisa aberta foram desenvolvidos num projeto intitulado *Comunicação Pública da Arte* (Andrade, 2016). A equipa desse projeto construiu e testou uma Mesa interativa em hibrimédia em 2010, no âmbito da exposição ‘Sem Rede’ realizada pela artista plástica Joana Vasconcelos no Museu Coleção Berardo. Os visitantes do museu associaram comentários e palavras-chave às obras que consultaram, construíram redes visuais relacionando as obras de arte expostas, etc.

Hibrimédia significa a fusão de dois ou mais media, em vista à transformação dos média originários em média originais, estes últimos encerrando assim uma natureza diferente dos primeiros media. A mesa em hibrimédia destina-se, entre outros objetivos, à comunicação da cibercultura. Com efeito, esse dispositivo visual-digital permite não só a interatividade entre os seus utilizadores, como igualmente a interação entre membros de grupos de participantes. A interatividade define-se como uma relação entre um sujeito e um objeto de práticas, neste caso, respetivamente, o utilizador e a mesa digital. A interação entende-se enquanto relação entre vários sujeitos, isto é, os visitantes do Museu que ativaram a mesa. No caso de um grupo de participantes, este instrumento de conhecimento funde a interatividade de cada um com a interação entre todos.

Numa tal mesa em hibrimédia, os utilizadores participaram igualmente no Jogo das Tricotomias, onde o jogador colocava três obras de arte, associadas entre

si, dentro de um ‘triângulo tricotómico’, ou seja, uma interface que conecta três ideias entre si. Quem encontrava mais associações entre os trabalhos da artista, obtinha mais pontuação e ganhava o jogo.

Deste modo, através de uma estratégia que, ao usar métodos híbrimediáticos, articula a Sociologia às culturas quotidianas visuais e digitais, consegue-se uma ligação mais profunda entre a investigação do visível e do invisível e a educação visual-digital dos cidadãos, neste caso tornados cidadãos culturais.

Para além disso, urge comunicar ciber-cidadania, por exemplo através do desenvolvimento de uma literacia visual-digital da cibercultura ao longo da vida, por meio do *e-learning*, etc. Uma tal literacia poderá ser praticada: de um lado, por públicos de pesquisa, sobre as (in)visibilidades dentro das redes sociais digitais, instituições e comunidades de conhecimento. De outro lado, por parte dos cidadãos comuns que são entendidos, conforme se mencionou acima, como uma espécie de cientistas/pesquisadores leigos (não-especialistas). Estes agentes sociais *sui generis* são chamados *lay scientists/researchers*, neste caso pesquisadores adjuvantes do investigador profissional ou académico, no que respeita as manifestações sociais dos processos de visibilidade ou invisibilidade da cibercultura.

3. Uma experiência pedagógica: o Guia Visual de Cibercultura

No Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho (Mestrado de Comunicação, ano escolar de 2013-2014), uma experiência educativa foi introduzida na disciplina ‘Ciberculturas’¹. O objetivo consistiu em estudar e ensinar as dinâmicas visuais do ciberespaço articuladas ao cibertempo. O cibertempo compreende-se como o conjunto de ritmos e compassos que um utilizador experimenta quando percorre o ciberespaço. Dito de outro modo, os *cursos temporais dos percursos espaciais* na internet.

Aplicou-se uma metodologia específica no contexto das Humanidades Digitais, que usou Bases de Conhecimento na análise e interpretação de fontes textuais e visuais, para a investigação sociológica nas áreas de Ciências da Comunicação/ Estudos Culturais. Hoje em dia, as Bases de Conhecimento são utilizadas extensiva e intensivamente no ciberespaço/cibertempo. Tipicamente, uma Base de

1 Esta cadeira foi coordenada por Moisés Martins e ministrada nesse ano escolar de 2013-14 por Pedro Andrade. Um projeto em curso pretende reunir essa experiência e publicá-la na forma de um *guia visual digital para uso em bases de conhecimento pedagógicas*.

Conhecimento consiste num dispositivo digital que converte a informação em conhecimento. Por exemplo, numa fonte textual é possível organizar as suas proposições mais relevantes que definem o seu conteúdo, através da extração dos principais conceitos e das relações entre esses termos substantivos centrais. As proposições, os conceitos e as relações constituem três dos pilares mais centrais do conhecimento atual, em particular o conhecimento residente e partilhado em redes digitais.

De um ponto de vista prático, uma tal metodologia destina-se à análise do discurso subjacente a textos, imagens, vídeos e páginas incluídas nas várias localidades da internet. Os usos desta metodologia podem ser muito diversificados. Por exemplo, o ensino universitário, a pesquisa, a formação de recursos humanos em empresas e outras organizações, instituições, associações ou organizações não-governamentais.

Um dos resultados concretos desta experiência pedagógica foi o Guia Visual de Cibercultura. Mais precisamente, o professor e os alunos usaram o *software CMap*, que permitiu a construção de bases de conhecimento no seio de um campo sociológico específico, a Cibercultura.

Esta base de conhecimento estrutura-se em três seções distintas mas articuladas.

3.1. Seção ‘Temas da cibercultura’

Tais temáticas organizam-se nas seguintes quatro grandes áreas de debate do fenómeno da cibercultura:

- Epistemologias, ontologias sociológicas, teorias e pedagogias inovadoras;
- Economia política, pós-corpo e identidades pós-humanos;
- Lazer e saberes digitais dos e-atores;
- Estéticas e artes digitais: pós-corpos dos e-atores e dos e-autores.

As 4 áreas precedentes estendem-se por 21 e-lições (isto é, aulas ministradas através de meios digitais ou no ciberespaço/cibertempo), que abordaram estes temas específicos, na forma de apresentações visuais comentadas pelo professor e alunos:

1. Introdução à Cibercultura.
2. Introdução à Investigação: Sociologia da Aprendizagem e Investigação em Rede.
3. Metodologia da Investigação em Cibercultura: *Design* da Pesquisa.

4. Métodos usando Hipermédia/Hibrimédia.
5. Espacialidades e Temporalidades da Cibercultura: Controlo e Vigilância na Mediapolis.
6. Pós-Panoptismos.
7. Economia da Cibercultura: Globalização e Tecnocapitalismo.
8. Convergência e Remediação.
9. Exclusão Digital (*Digital Divide*).
10. Ciber-consumo na Sociedade do Risco.
11. Novos Poderes no Ciberespaço/Cibertempo: e-Política, e-Governança e e-Democracia.
12. Cidadania/Ativismo Digitais e *Tactical Media*.
13. *Hackers*, Ciberguerras / Terrorismo.
14. Corpo e Pós-Corpo: Identidades Digitais.
15. Etnias, Género, Sexualidades e Feminismo.
16. *Cyborg*, o Não-Humano e o Pós-Humano.
17. Cibercultura e Sub-culturas: Estética Digital.
18. *Cyberpunk* e Literatura.
19. Artes dos Novos Media.
20. Lazeres e Saberes Digitais: Videojogos.
21. Blogosferas e Redes Sociais Digitais.

Por exemplo, eis os Sumários Visuais de várias e-lições: e-lição 13., intitulada ‘Novos poderes. 3. *Hackers*, Ciberguerras e Ciberterrorismo’; e-lição 16, nomeada ‘Corpo e Pós-corpo. 3. Cyborgs e pós-humano’; e-Lição 18., designada ‘*Cyberpunk* e Literatura’ (ver Figuras 1, 2 e 3). Nelas, são visíveis algumas representações visuais dos corpos e pós-corpos dos atores e autores envolvidos.

De um ponto de vista dos média e dispositivos visuais utilizados nestas e-lições de Cibercultura, foram utilizados slides, vídeos e alguns dispositivos digitais, em vista a uma visibilidade aumentada dos conteúdos sugeridos. Por exemplo, o *slide* da Figura 4 visualiza parte do conteúdo de uma obra bibliográfica, de um modo relativamente simples mas que se pretende eficaz.

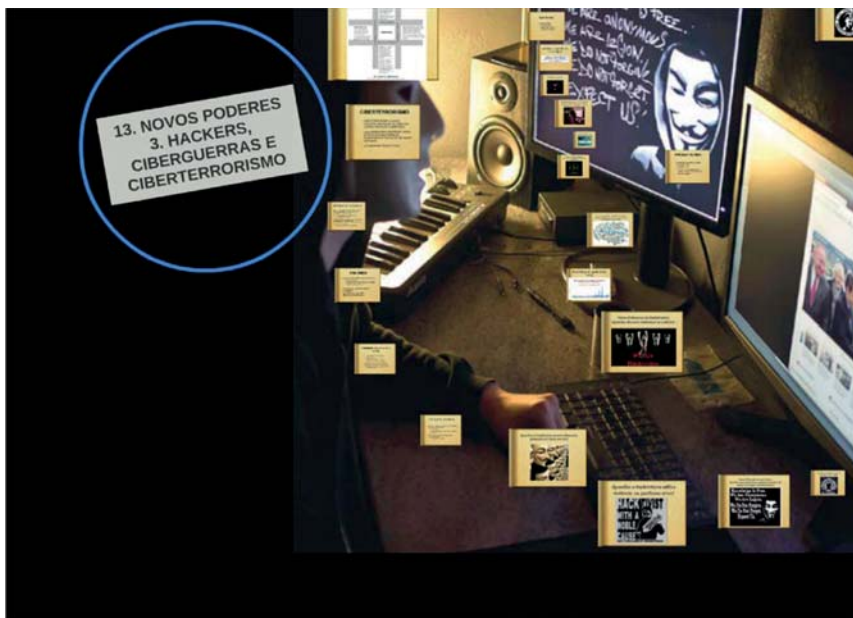


Figura 1: Sumário visual da e-lição '13. Novos poderes. 3. Hackers, Ciberguerras e Ciberterrorismo'

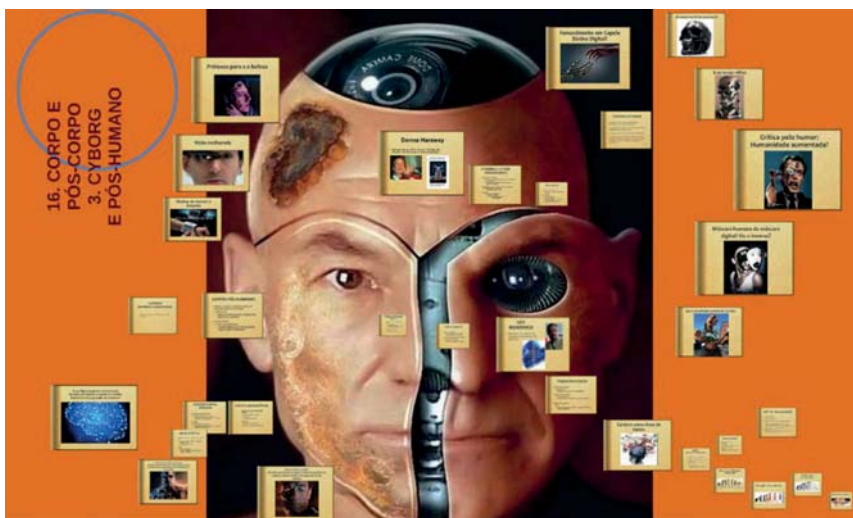


Figura 2: Sumário visual da e-lição '16. Corpo e Pós-corpo. 3. Cyborgs e pós-humano'



Figura 3: Sumário visual da e-lição '18. Cibercultura e Sub-culturas. 3. *Cyberpunk* e Literatura

Deste ponto de vista substantivo, algumas da problemáticas tratadas nessas e-lições foram as identidades digitais virtuais e o Efeito Pessoa.

Uma autora paradigmática numa tal direção é Sherry Turkle: na obra clássica *The Second Self* (1984), afirma que o utilizador do computador constrói uma subjetividade paralela à sua identidade 'real'. Esta tese permite-lhe desenvolver uma problemática que sublinha a centralidade do ecrã na construção da identidade do infonauta (Turkle, 1984).

Um caso particular e original desta identidade *ecranizada* foi, de algum modo, intuída por Fernando Pessoa ainda numa era pré-digital, através da edificação dos heterónimos de si próprio enquanto escritor. Na era digital, o Efeito Pessoa ou personalidade digital múltipla (Andrade, 1992) consiste na multiplicidade de heterónimos digitais.

Eis uma ilustração deste processo: cada diferente *e-mail* de um utilizador (no Gmail, Yahoo mail, etc.) permite-lhe construir uma distinta e-personalidade no ciberespaço e no cibertempo, o que pode originar heterónimos digitais, ou seja, uma espécie de co-autores que usam vocabulários e argumentos distintos entre as mensagens que disseminam e partilham no cibertempo do ciberespaço.

Outra temática abordada neste Guia Visual da Cibercultura consistiu nos Cyborgs ou Cyber-organismos (ver Figura 5).



Figura 4: Slide de e-lições sobre Sherry Turkle e identidades digitais

O termo *cyborg* foi proposto por Manfred Clynes e Nathan Kline num artigo sobre os sistemas homem-máquina para o espaço sideral. E, de acordo com Donna Haraway, a mulher e outras alegadas ‘criaturas’ (símios, *cyborgs*) destabilizam a dicotomia Natureza/Cultura, proposta por Lévy-Strauss. O *cyborg* é um destes híbridos, antes ficcional, mas que hoje emerge como uma realidade incontornável.

Um terceiro exemplo de temática desenvolvida no Guia é o conceito ‘Pós-humano’ (consultar a Fig. 6).

Segundo Katherine Hayles, os corpos orgânicos são modificados e ‘melhorados’ através de intervenções tecnológicas, cirúrgicas e químicas. O pós-humano resulta da convergência entre o *wetware* (orgânico), o *software* (linguagens de comunicação entre o computador e o seu utilizador, e o *hardware* (próteses, implantes eletrónicos e chips digitais).

Esta autora defende que a subjetividade e a identidade já não se encontram enraizadas no corpo. O sujeito humano e a condição pós-humana mostram-se dispersos por todo o circuito cibernético.

No entanto, o sofrimento, a política e a emancipação, entre outras realidades sociais e políticas, continuam a estar incorporadas nos corpos físicos das pessoas.

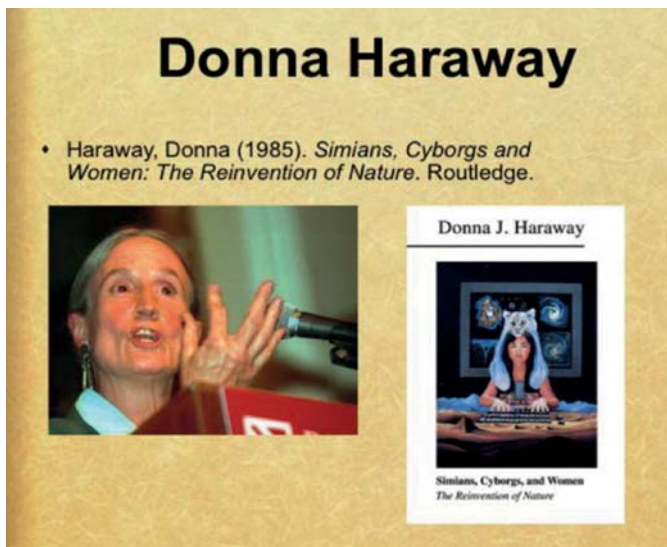


Figura 5: Slide de e-lições acerca de Donna Haraway e Cyborgs
Créditos: Pedro Andrade

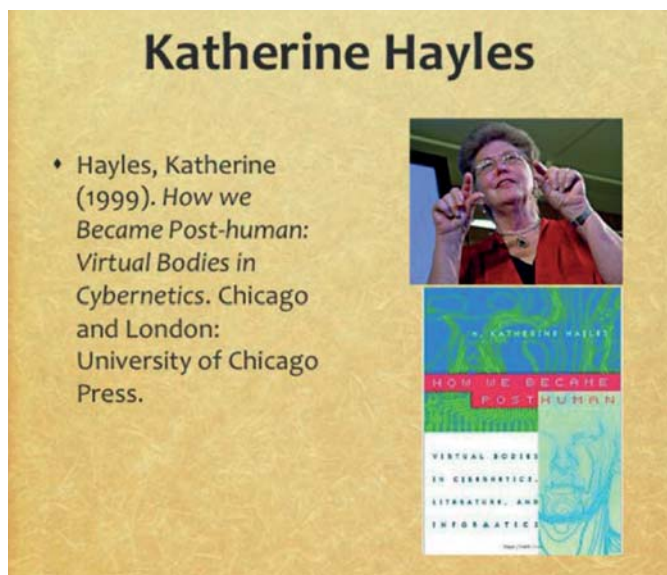


Figura 6: Slide de e-lições representando Katherine Hayles em debate sobre o pós-humano
Créditos: Pedro Andrade

3.2. Seção ‘Bibliografia da Cibercultura’

A segunda seção da Base de Conhecimentos é formada por um conjunto de textos integrais em formato PDF residentes no ciberespaço, recomendados para leitura no seio de cada uma das áreas de debate da problemática da Cibercultura.

3.3. Seção ‘Métodos e ‘Dicas’ Práticas de Cibercultura’

Esta parte do Guia visa analisar e interpretar o conhecimento na área da e-Cultura. Por um lado, em termos de conteúdo, inclui indicações e sugestões para a realização da análise prática de obras textuais ou visuais sobre Cibercultura, de onde foi extraído o Sumário Visual apresentado abaixo (ver Figura 7).

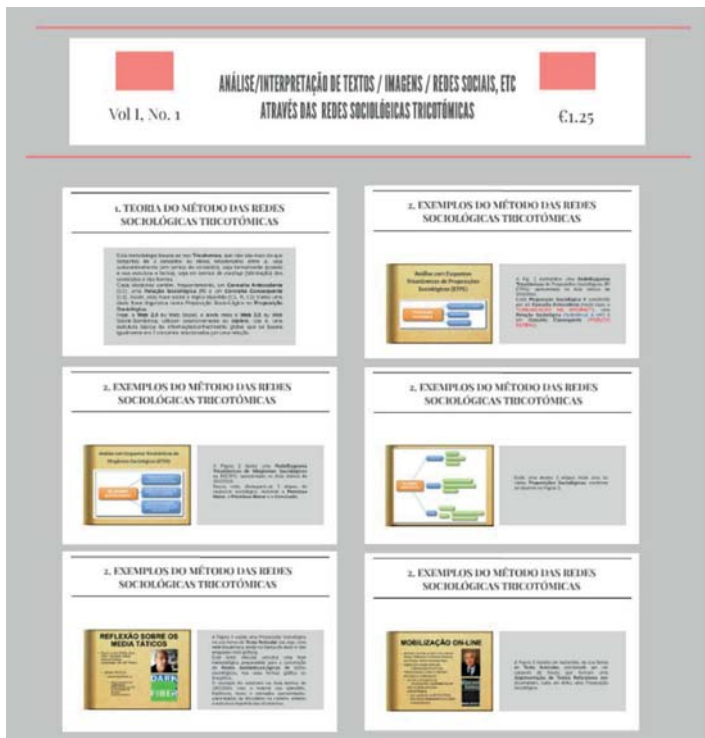


Figura 7: Sumário visual da seção “Métodos e ‘Dicas’ Práticas de Cibercultura”

Por outro lado, em termos formais e metodológicos, esta seção sugere vários exemplos de análises de textos, realizadas através da construção de *redes conceituais visuais*, tendo em vista uma maior visibilidade do conteúdo do texto. Dito de outro modo, trata-se de uma espécie de *content by the concept in context*. Isto é, o conteúdo de um texto é veiculado através de conceitos situados num dado contexto, que confere significados específicos a esses conceitos, parcialmente diferentes dos sentidos que os mesmos conceitos poderiam ter noutro contexto.

Observe-se o seguinte texto na Figura 8, de Lucia Santaella (2008):

DOSSIÊ ABCiber

A ecologia pluralista das mídias locativas*

RESUMO

A partir do final dos anos 1980, o termo "hibridismo" tornou-se palavra-chave para caracterizar as sociedades contemporâneas, especialmente, as latino-americanas. Depois da explosão das redes planetárias de comunicação e da WWW (World Wide Web), o uso das palavras "hibridismo", "híbrido" e "hibridização" ou "hibridação" expandiu-se consideravelmente para se referir tanto à convergência das mídias no mundo digital quanto à mistura de linguagens na hipermedia, ou seja, a junção do hipertexto com a multimídia que define a linguagem que é própria das redes. Recentemente, o uso do vocábulo "hibridismo" expandiu-se ainda mais para se referir à interconexão dos espaços físicos de circulação com os espaços virtuais de informação a que os usuários de dispositivos móveis se conectam. Nestes espaços vêm se desenvolvendo práticas de mídias locativas. Este artigo objetiva evidenciar essas práticas como exemplares de uma ecologia pluralista da cultura característica do estado atual da cibermídia.

PALAVRAS-CHAVE

hibridismo
dispositivos móveis
espaços intersticiais

ABSTRACT

From the 1980's on, the term hybridism has become a key word to characterize contemporary societies, especially the Latin American ones. After the explosion of the planetary webs of communication and the WWW, the use of words such as hybridism, hybrid, hybridization has expanded as to include the media convergence in the digital world, on the one side, and, on the other, the mixture of signs in hypermedia, that is, the connection of hypertext with multimedia which defines the language that is proper of the web. Recently the use of the word hybridism expanded even more to refer to the interconnection of physical spaces of circulation with the virtual spaces of information to which the users of mobile devices are connected. In these spaces locative media practices are developed. This article aims at evincing these practices as examples of a pluralist ecology of culture which characterizes the state of the art of cybermedia.

KEY WORDS

hybridism
mobile devices
interstitial spaces

Lucia Santaella

Professora de Programa de Pós-Graduação em Comunicação e Semiótica
PUC/SP/BR
lsroga@pucsp.br

Híbrido, hibridismo, hibridação e hibridização são os atributos que mais frequentemente têm sido utilizados para caracterizar variadas facetas das sociedades contemporâneas. Essas palavras podem ser aplicadas, por exemplo, às formações sociais, às misturas culturais, à convergência das mídias, à combinação eclética de linguagens e signos e até mesmo à constituição da mente humana.

No sentido dicionarizado, "hibridismo" ou "híbrido" designa uma palavra que é formada com elementos tomados de línguas diversas. "Hibridização" refere-se à produção de plantas ou animais híbridos. "Hibridização", proveniente do campo da física e da química, significa a combinação linear de dois orbitais atômicos correspondentes a diferentes elétrons de um átomo para a formação de um novo orbital. O adjetivo "híbrido", por sua vez, significa miscigenação, aquilo que é originário de duas espécies diferentes. Na gramática, esse adjetivo se refere a um vocábulo que é composto de elementos provindos de línguas diversas. Como se pode ver, o que há em comum ao sentido de todas essas formações de palavras é a mistura entre elementos diversos para a formação de um novo elemento composto.

1 Hibridismos em variados campos

No campo da cultura e sociedade, o termo "híbrido" notabilizou-se desde que Néstor García Canclini (1989) empregou-o para dar título à sua obra *Culturas Híbridas. Estratégias para entrar e sair da modernidade*. De fato, não poderia haver um adjetivo mais ajustado do que "híbrido" para caracterizar as instabilidades, interstícios, deslocamentos e reorganizações constantes dos cenários culturais, as interações e reintegrações dos níveis, gêneros e formas de cultura, o cruzamento de suas identidades, a transnacionalização da cultura, o crescimento acelerado das tecnologias e das mídias comunicacionais, a expansão dos mercados culturais e a emergência de novos hábitos de consumo. Os ensaios lhe valeram o prêmio da *Latin American Studies Association*, em 2002, como o melhor livro sobre a América Latina e, desde então, o conceito de hibridismo tornou-se onipresente nas análises sócio-culturais contemporâneas.

Quase sinônimo de sincretismo e de mestiçagem, o adjetivo "híbrido" foi preferido por Canclini por abraçar várias mesclas interculturais – não apenas as raciais como sugere o termo "mestiçagem" – e porque permite incluir as formas modernas de hibridização melhor do que "sincretismo", termo este que se refere quase sempre a fusões religiosas ou de movimentos simbólicos tradicionais.

Curioso nisso é constatar que aquilo que Canclini e outros autores latino-americanos (ver Pinheiro 1994) estavam trazendo à tona como características definidoras

Figura 8: *Corpus* (amostra): texto de Lúcia Santaella (2008)

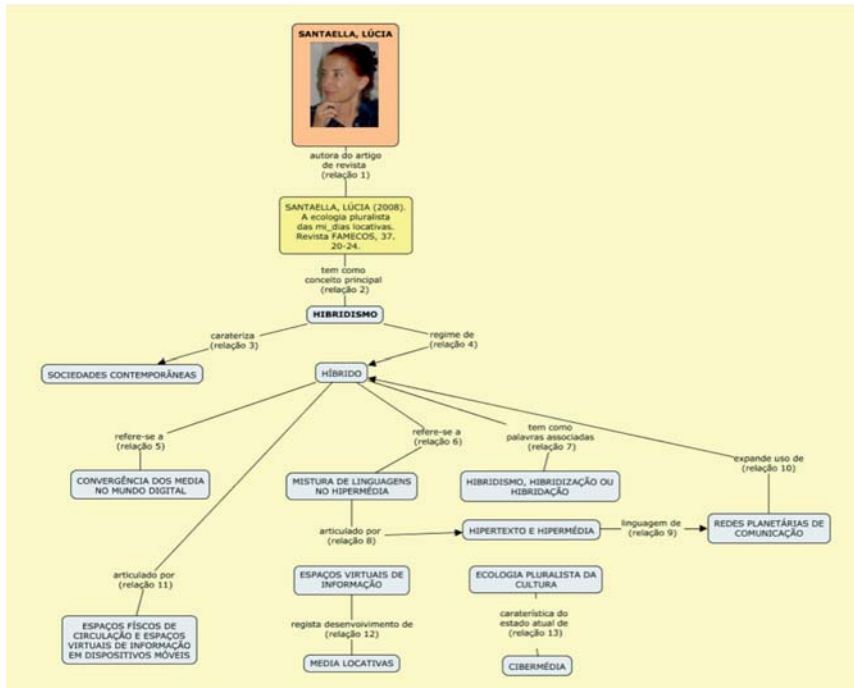


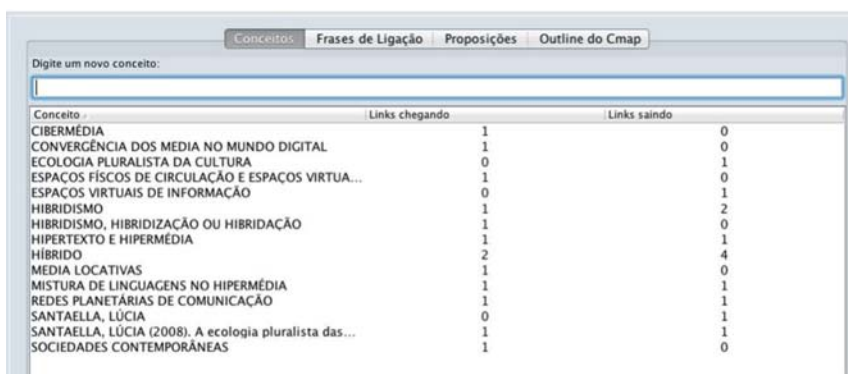
Figura 9: Rede Sociológica de Lúcia Santaella (2008)

Um dos resultados da análise foi o esquema da Figura 9, um dos elementos constitutivos de uma Base de Conhecimento de Autor, neste caso a Rede Sociológica de Lúcia Santaella. Como se referiu supra, uma base de conhecimento é diferente de uma base de dados. Esta última organiza dados, quantitativos ou qualitativos, a partir de tabelas constituídas por colunas e linhas. As colunas representam categorias da pesquisa, questões, variáveis, características dos casos sobre os quais impende a reflexão. E as linhas apresentam os casos em estudo, as unidades de análise individuais (um respondente de questionário, um entrevistado, um biografado) ou as unidades de análise coletivas (uma instituição ou organização). Em vez disso, a base de conhecimentos organiza conteúdos através de conceitos e das suas relações, na forma de proposições ou frases cujo significado é expresso por relações semânticas e lógicas, como se verá nos exemplos abaixo mostrados.

Assim sendo, as bases de conhecimento baseiam-se, em parte, numa espécie de ‘frases conceptuais’. E se estes instrumentos de análise e interpretação traduzem o sentido do social, então estamos a usar Proposições Sociológicas e Redes Sociológicas que interpretam o significado das redes sociais, tanto através das redes sociais em copresença quanto das redes sociais digitais, como o Facebook ou o Twitter.

Mas como é que se constroem, concretamente, estas redes conceptuais e sociológicas que traduzem as redes sociais? Qualquer proposição pode ser apresentada numa forma ternária, a tricotomia ou proposição tricotómica. Uma tricotomia define-se como sendo a articulação do significado de 3 ideias: um conceito antecedente (por exemplo, na imagem da Figura 9: ‘hibridismo’), uma relação interconceptual (‘caracteriza’) e um conceito consequente (‘sociedade contemporânea’).

Para além da rede conceptual da Figura 9, as figuras seguintes (10, 11 e 12) exemplificam outras formas de visualização dos conteúdos que subjazem às redes sociais pré-digitais e digitais, novamente para obter uma mais profunda visibilidade das ideias inerentes a esses conteúdos.



Conceito	Links chegando	Links saindo
CIBERMÉDIA	1	0
CONVERGÊNCIA DOS MEDIA NO MUNDO DIGITAL	1	0
ECOLOGIA PLURALISTA DA CULTURA	0	1
ESPAÇOS FÍSICOS DE CIRCULAÇÃO E ESPAÇOS VIRTUA...	1	0
ESPAÇOS VIRTUAIS DE INFORMAÇÃO	0	1
HIBRIDISMO	1	2
HIBRIDISMO, HIBRIDIZAÇÃO OU HIBRIDIZAÇÃO	1	0
HIPERTEXTO E HIPERMÉDIA	1	1
HÍBRIDO	2	4
MEDIA LOCATIVAS	1	0
MISTURA DE LINGUAGENS NO HIPERMÉDIA	1	1
REDES PLANETÁRIAS DE COMUNICAÇÃO	1	1
SANTAELLA, LÚCIA	0	1
SANTAELLA, LÚCIA (2008). A ecologia pluralista das...	1	1
SOCIEDADES CONTEMPORÂNEAS	1	0

Figura 10: Conceitos centrais do texto

Créditos: Pedro Andrade

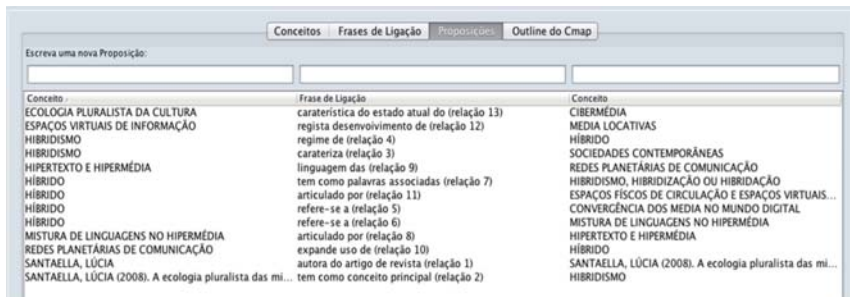


Figura 11: Proposições principais do texto

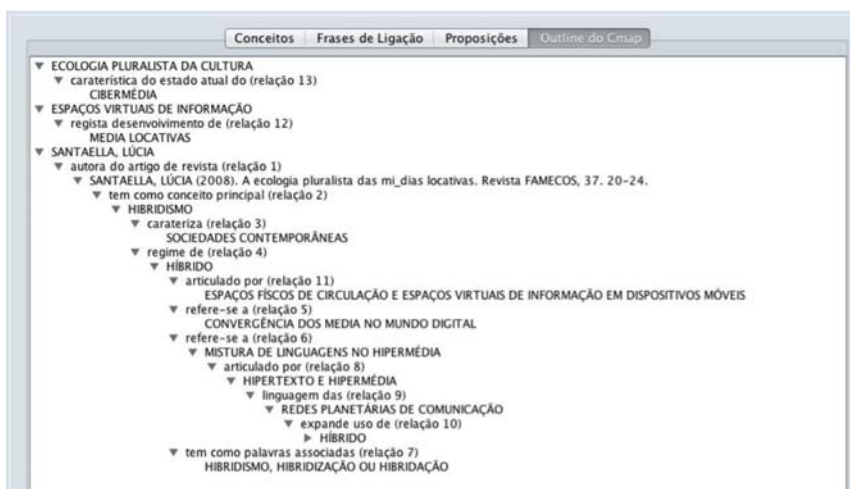


Figura 12: A *outline conceptual* apresenta as conexões argumentativas entre as diversas proposições do texto

4. Uma experiência em hibrimédia: os *Sociological Comics*.

Finalmente, os *Sociological Comics* constituem uma banda desenhada onde se realiza uma pesquisa sociológica através de visualidades sociais (fotografias digitais, etc.) que desvelam a visibilidade social das lutas políticas contra a austeridade em Portugal (2013) (consultar Figuras 13 e 14; Andrade, 2015).

Neste dispositivo cultural e artístico, são convocados 3 tipos de meios e métodos de comunicação:

1. Em primeiro lugar, o modo de comunicação em copresença (manifestações políticas, murais, *graffitis*, *stenceis*, *stickers*, etc.);
2. Em segundo lugar, o regime de comunicação através dos *mass media* clássicos, como os jornais e a televisão;
3. Finalmente, o sistema mediático de comunicação digital, no seio das redes sociais digitais Facebook, Twitter, YouTube, Instagram ou Pintrest.

Em particular, um tal dispositivo científico, cultural, artístico, literário e político, nomeado *Sociological Comics*, encerra um método sociológico inovador, que aproxima o conhecimento sociológico às histórias e saberes sociais, por meio de uma História Sociológica apresentada na forma de banda desenhada.

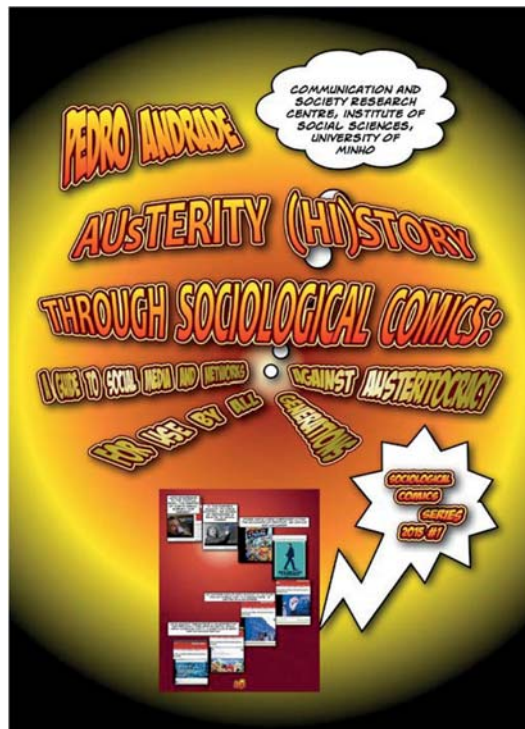


Figura 13: Exemplo de visualidade formal da capa de um livro para uma mais profunda visibilidade do conteúdo
Créditos: Pedro Andrade

Por outras palavras, esta banda desenhada *sui generis* funda-se numa estratégia epistemológica que permite ao cientista social realizar uma Pesquisa sociológica através de diversas técnicas específicas, tais como:

- A demonstração de hipóteses a partir da sua validação/infirmiação no campo empírico do espaço público urbano (ruas, praças, etc.);
- A utilização de jogos sociais de linguagem, incluindo críticas ou humor por parte do cidadão comum e recolhidos pelo sociólogo;
- O uso de hibrimédia (isto é, média hibridizados) no seio das redes sociais digitais.

Conclusão

Colocámos *supra* uma questão seminal, interrogando quais as estratégias a seguir para comunicar a cibercultura, e em particular os modos visuais da sua expressão. Procurámos responder a este desassossego, através dos utensílios científicos seguintes: a defesa da epistemologia da investigação aberta (*Open Reserach*); a subscrição das teorias que se debruçam sobre as visibilidades e visualidades da cibercultura; e o exercício das metodologias que apostam na inovação, como os dispositivos em hipermédia, intermédia e hibrimédia aplicados às Ciências Sociais. Algumas conclusões, sempre algo inconclusivas, são estas:

É necessário tornar mais visuais os materiais pedagógicos e os resultados da investigação, para que os conteúdos neles contidos se tornem mais visíveis para os leitores e escritores das Ciências Sociais e Humanas e, em especial, para os públicos da pesquisa, não necessariamente pertencentes às audiências académicas.

Observámos alguns exemplos de instrumentos e metodologias de ensino e aprendizagem, bem como ilustrações de dispositivos de investigação sociológica, que utilizam o visual em geral, e o visual-digital em particular, para contribuir para esse desiderato.

Assim sendo, a visualidade dos conteúdos apresenta-se como uma condição necessária para transformar o não-dito, o implícito e o invisível, em conteúdos manifestos mais profundamente comunicativos, mais explícitos e, se não plenamente visíveis, pelo menos vislumbráveis como promessas de uma nova pesquisa, sobre a Cibercultura e através da e-cultura.



Figura 14: Ilustração de forma visual de uma página, em vista a um conteúdo mais estimulante e visível
Créditos: Pedro Andrade

Referências bibliográficas

- ANDRADE, P. (Ed.) (2016). *Comunicação Pública da Arte: o caso dos museus de Arte locais e globais*. Lisboa: Caleidoscópio.
- ANDRADE, P. (2015). *Austerity (Hi)story through Sociological Comics: A Guide to Social Media and Networks against Austeritocracy for use by all Generations*. Braga: Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade da Universidade do Minho.
- ANDRADE, P. (2003, maio). O Efeito Pessoa e a Sociologia dos Congressos digitais. Comunicação apresentada no *V Colóquio Internacional 'Discursos e práticas alquímicas'*, Lisboa.
- HARAWAY, D. (1985). *Simians, Cyborgs and Women: The Reinvention of Nature*. Londres: Routledge.

HAYLES, K. (1999). *How we became Post-Human: Virtual Bodies in Cybernetics*. Chicago e Londres: University of Chicago Press.

TURKLE, S. (1984). *The Second Self*. Cambridge: The MIT Press.

TURKLE, S. (1995). *Life on the Screen: Identity in the Age of the Internet*. Nova Iorque: Simon and Schuster.