

PEDRO ANDRADE

pjandrade@gmail.com

CENTRO DE ESTUDOS DE COMUNICAÇÃO E SOCIEDADE, INSTITUTO
DE CIÊNCIAS SOCIAIS, UNIVERSIDADE DO MINHO, PORTUGAL

REDES LUSÓFONAS DE CONHECIMENTO: MULTICULTURAIS, INTERCULTURAIS OU TRANSCULTURAIS?

RESUMO

Pretende-se articular o fenómeno das redes de cooperação cultural globais/ locais aos processos de comunicação entre culturas, a partir da desconstrução de dois conceitos centrais, as ideias de *rede* e de *comunicação entre culturas*, em termos de consenso/dissenso entre essas realidades.

O conceito de rede não se esgota na configuração das redes sociais digitais. Uma tipologia, entre outras, distingue *redes sociais pré-modernas, modernas e pós-modernas*. Também é possível diferenciar as *redes coloniais* das *redes pós-coloniais*. Na contemporaneidade, estes tipos de rede podem ser utilizados num contexto lusófono e global, em termos seja de *partilha de conteúdos* (informação ou conhecimento), seja no quadro de *partilha de culturas*. Em particular, os conteúdos mudam segundo as culturas que os transmitem, e de acordo com os *modos de comunicação* que subjazem a essas culturas.

Nas últimas décadas, a *comunicação multicultural ou intercultural* emergiu como um tema central de embate, combate e debate contemporâneos. Basta pensar na atualidade dos fenómenos de *choque de civilizações* (Samuel Huntington, 1996), processo em grande parte decorrente de um *défice de comunicação* entre as sociedades e culturas ocidentais e orientais. Um segundo exemplo é a teoria do *multiculturalismo* engendrada por Charles Taylor (1994). Mas é preciso ir um pouco mais além, porque este conceito, como o interculturalismo e o transculturalismo, têm adquirido diversas conotações, ambiguidades ou incorreções interpretativas.

No caso dos processos comunicativos, a *comunicação multicultural* postula diferenças de informação ou de conhecimento entre (múltiplas) culturas, que podem não se relacionar entre si. Por seu lado, a *comunicação intercultural* procura (inter)-relacionar a informação e o conhecimento dessas culturas distintas. Finalmente, a *comunicação transcultural* afirma que estamos a entrar num mundo para além (daí o prefixo trans) da comunicação cultural tal como hoje a conhecemos: por outras palavras, a comunicação transcultural transforma a própria cultura em formas de informação/conhecimento nunca dantes vistas.

PALAVRAS-CHAVE

Modos de comunicação das culturas; redes sociais pré-modernas/modernas/pós-modernas/coloniais/pós-coloniais; partilha de conteúdos/culturas; comunicação multi/inter/transcultural

INTRODUÇÃO

O presente texto pretende articular o fenómeno das redes de cooperação cultural transnacionais aos processos de comunicação entre culturas, tanto ao nível global quanto no plano local. Para tal desiderato, é necessário refletir sobre as ideias e conceitos centrais envolvidos neste processo, e procurar transformá-los, simultaneamente em termos de reflexão e disseminação pelo tecido social.

UMA TEORIA EMERGENTE SOBRE AS REDES SOCIAIS DIGITAIS

Fá-lo-emos essencialmente a partir da desconstrução de dois conceitos, as ideias de rede e de *comunicação entre culturas*, sejam elas dialógicas ou conflituosas, ou seja, provocando o consenso ou o dissenso.

Desde o surgimento da espécie humana, os agentes sociais moveram-se em *redes sociais pré-modernas*, forjadas através da interação desses atores sociais em co-presença, dentro de sociedades antigas e medievais (Simmel, 1964). Por exemplo, uma rede de vizinhos ou uma feira medieval.

Mais tarde, após a difusão da imprensa na Europa no século XV, e no decorrer da consolidação do espaço público democrático no século XVIII, um novo tipo de ator social, o cidadão, passou a circular dentro das *redes sociais modernas* num nível global.

Immanuel Wallerstein (1984) afirma que os Descobrimientos Portugueses foram os primeiros pilares consistentes para a constituição de uma economia-mundo e de culturas da modernidade. Em particular, uma certa *globalização do conhecimento* baseava-se na crença de que os conceitos locais europeus civilização, desenvolvimento e progresso, constituem noções universais e inquestionáveis. Este processo fundou, assim, imensas redes económicas, políticas e culturais planetárias, e em particular as *redes coloniais* inerentes à hegemonia económica, política e cultural das potências europeias globalizadas.

Recentemente, os agentes sociais encontram-se a desconstruir e a reconstruir *redes sociais pós-modernas*, em particular na internet. Este último

gênero de redes prolifera hoje em dia em todo o planeta, em dois modos ou estilos complementares:

Desde a primeira década deste século XXI, no seio das redes sociais digitais, como o Facebook ou o Twitter, os utilizadores, para além de lerem informação, como aconteceu na primeira idade do ciberespaço durante os anos 90 do século XX, também escrevem conteúdos. Um tal modo de prática das redes insere-se na segunda era da internet, a *Web 2.0*, frequentemente nomeada *Web Social*. Todas as instituições sociais e espaços públicos são afectados por este processo comunicativo global e inter-participativo, nomeadamente as instituições culturais como os museus, galerias, universidades, etc. (Drotner, 2013).

Na segunda década do século XXI, as redes sociais digitais foram sendo transformadas em *redes sociais-semânticas*, dentro da chamada *Web 3.0* ou *Web Semântica*. Isso significa uma nova época de internet, onde as informações circulantes através dos *sites* ou em outros lugares digitais não são apenas descritas e partilhadas, mas acompanham-se de explicações e interpretações mais profundas, que esclarecem melhor o utilizador, não apenas quanto ao significado social-semântico desses conteúdos, mas igualmente no que respeita às suas conexões lógicas e sociológicas. Os campos de aplicação e utilização da *web 3.0* são incomensuráveis (Andrade, 2010a, p. 27). Também neste caso as instituições culturais desenvolvem experimentações aliciantes que promovem a inovação cultural e o conhecimento, como os museus virtuais que recorrem à *Web Semântica* para a pesquisa, organização e disseminação das suas coleções (Robering, 2008). No entanto, para além disso, hoje os movimentos sociais tornam-se mais exigentes na internet, e edificam inéditos *sites* e redes sociais e social-semânticas plenas de novos significados dialéticos e transculturais, em vista à reconstrução de uma cidadania global (McIntyre, 2013).

LUSOFONIA MULTICULTURAL, INTERCULTURAL OU TRANSCULTURAL?

Ora, na contemporaneidade, estes dois tipos de rede estão a ser utilizados num contexto lusófono e global, não só em termos de *partilha de conteúdos* (informação ou conhecimento), mas igualmente no quadro de uma *partilha de culturas*. Em especial, os conteúdos mudam segundo as culturas que os transmitem, e de acordo como os *modos de comunicação dessas culturas*.

Assim sendo, é urgente descodificar tais figuras de comunicação das culturas. Vamos fazê-lo relacionando três ideias interligadas, a cada uma das quais subjazem diversos processos sociais.

Nas últimas décadas, a *comunicação multicultural ou intercultural* emergiu como um tema central de embate, combate e debate contemporâneos. Por exemplo, basta pensar na atualidade dos fenômenos de *choque de civilizações* (Huntington, 2011). Este processo é em grande parte decorrente de um *défice de comunicação* entre as sociedades e culturas ocidentais e orientais. Um segundo exemplo é a teoria do *multiculturalismo* engendrada por Charles Taylor (1996). Mas é preciso ir um pouco mais além, porque este conceito, como o interculturalismo e o transculturalismo, têm adquirido diversas conotações e prestam-se facilmente a ambiguidades ou mesmo a incorreções interpretativas.

De facto, a *multiculturalismo* e o *interculturalismo* não se confundem com o *transculturalismo*, embora se possa articular estes três conceitos. Uma tal conexão pode ser realizada no seio de cada objeto de estudo, ou de acordo com outros condicionalismos da investigação, sem necessariamente excluir, de modo definitivo, nenhum deles. Grosso modo, no caso dos processos comunicativos, a *comunicação multicultural* postula diferenças de informação ou de conhecimento entre (múltiplas) culturas, que podem não se relacionar entre si. Por seu lado, a *comunicação intercultural* procura (inter)-relacionar a informação e o conhecimento dessas culturas diferentes. Finalmente, a *comunicação transcultural* afirma que estamos a entrar num mundo para além (daí o prefixo trans) da comunicação cultural tal como hoje a conhecemos. Por outras palavras, a comunicação transcultural transforma a própria cultura em novas formas de informação e de conhecimento, em particular nas áreas da educação e da investigação científica (François, 2012; Hébert, 2006). Em especial, a condição dos jovens regista uma mudança assinalável, na medida em que o seu capital social adquirido e negociado em contextos transculturais lhes permite novas oportunidades na sua vida profissional e pessoal (Kim, 1999).

INOVAÇÃO DO CONHECIMENTO EM OPEN ACCESS

Neste mundo antes de mais transcultural, o processo de *inovação do conhecimento* encontra-se num momento de viragem. Encontramo-nos não tanto numa sociedade da informação, mas numa *sociedade do conhecimento em rede*. A própria dinâmica dos mercados rege-se, cada vez mais, pela *inovação em conhecimento* que pode ser aplicável na produção, distribuição e consumo de produtos e serviços concretos nos vários setores da atual economia globalizada através da internet.

Em seguida, analisaremos como uma tal inovação do conhecimento se desenvolve, no quadro de um tipo de conhecimento recente, o *open*

knowledge, que é utilizado, tanto a nível global como local, em particular por pequenas e médias empresas, inclusive em Portugal.

Porém, antes disso, vamos caracterizar rapidamente o que se entende por *open access*, condição *sine qua non* do *open knowledge*.

O QUE É O OPEN ACCESS: ALGUMAS IDEIAS CENTRAIS PARA UM DEBATE URGENTE

Indicarei a seguir alguns traços básicos sobre o significado deste processo social, na medida em que existem algumas ideias menos claras quanto a este conceito.

Numa definição rápida, *open access* significa o *acesso*, através da internet, à informação em geral e ao conhecimento em particular, sem nenhuma ou poucas restrições para além dos aspetos técnicos. Contudo, no caso do conhecimento científico, os trabalhos de *investigação* em princípio são submetidos a uma avaliação prévia por pares, a *peer-review*, que pode ser *blinded* (desconhecimento do autor ou do avaliador) ou *double blinded* (desconhecimento mútuo de ambos)

O *open access* envolve um conjunto muito variado de *fontes*. De início foi aplicado a artigos de revistas científicas, mas o seu uso generalizou-se paulatinamente a teses, capítulos de livros, monografias, etc.

Os seus tipos principais são os seguintes:

- *Acesso gratuito (gratis open access)*. Trata-se do acesso livre na internet sem nenhuma condicionante legal.
- *Acesso livre (libre open access)*. É o acesso livre em linha, mas com algumas restrições relativas a direitos de usufruto da informação e do conhecimento, especialmente para defesa da autoria.

Para além disso, existem três grandes estratégias de *open access*:

- *Open access verde (green open access)*. Significa o auto-arquivo realizado pelo próprio autor. Após a publicação de um texto numa revista científica, o autor envia uma cópia, frequentemente em formato PDF, para um repositório científico. Este repositório científico encontra-se normalmente alojado no *site* de uma instituição de investigação ou de ensino. O acesso é livre para um público docente e discente, mas, em muitos casos, igualmente para uma audiência mais abrangente. Outras vezes, o artigo é enviado para um repositório mais central, como o DRIVER europeu, ou o Pub Med Central. Também existem *sites* sem vínculo institucional expresso, que facultam este tipo de acesso.

- *Open access dourado (gold open access)*. Consiste na publicação, pelos autores, em revistas dedicadas ao *open access*, correntemente situadas no *site* da respetiva editora.
- *Revistas em open access híbrido (hybrid open access journals)*. São publicações periódicas que propõem *gold open access*, mas a troco de pagamento de uma subscrição suportada pelo autor, pela sua instituição de acolhimento ou por um financiador.

Nas últimas décadas, o *open access* revelou-se como um *movimento de interesse público*. A globalização da internet e a condução das estratégias anteriores de *open access* no seio das comunidades científicas e editoriais, fundaram os pedestais para o desenvolvimento de um movimento social para a disseminação do *open access (open access movement)*, tendo em vista um vasto público de leitores.

Para além das iniciativas precedentes, as próprias revistas científicas não de *open access*, adaptaram-se paulatinamente à nova realidade. Algumas delas praticam não apenas assinaturas, mas iniciam novas modalidades de acesso, como as licenças de consulta de um *site* ou o *pay-per-view*. Outras revistas abrem um período de *open access* após um semestre ou um ano de acesso pago.

Tracemos em seguida uma *genealogia* breve deste fenómeno. O termo *open access* foi sugerido na “Budapest Open Access Initiative”, que se realizou em fevereiro de 2002. As regras desta proposta foram desenvolvidas em outros dois grandes eventos, o “Bethesda Statement on Open Access Publishing” em junho de 2003, e a “Berlin Declaration on Open Access to Knowledge in the Sciences and Humanities” (outubro de 2003).

Numa rápida análise interpretativa do conceito seminal tal como foi circunscrito em Budapeste, repara-se que a definição desta ideia, por um lado, fala de alguns dos mais relevantes *meios, média e métodos* que subjazem ao *open access*:

- O *acesso* alargado mas ainda desigual à internet.
- As principais *operações de pesquisa e disseminação de conteúdos* que um utilizador pratica no ciberespaço: ler, baixar informação ou ficheiros, copiar, distribuir, imprimir, pesquisar, ou abrir um link para os textos completos desses artigos, rastreá-los para indexação, passá-los como dados para *softwares*, etc.

Por outro lado, esta definição assinala a importância dos *fins, propósitos ou objetivos* do *open access*:

- O direito ao *copyright*, mesmo num sistema de *open access*.
- O *controlo* aumentado do trabalho científico por parte do autor.
- O direito, que assiste ao autor, de o seu *trabalho ser conhecido e citado*.

Tudo isto tem suscitado um amplo debate no espaço público. A meu ver, os aspetos acima circunscritos revelam-se centrais, na medida em que:

- O acesso à internet não é um dado adquirido, especialmente nas sociedades periféricas onde grande parte das comunidades lusófonas se situam, devido a incomensuráveis condicionalismos económicos, sociais, políticos e culturais.
- A pesquisa de fontes de informação científica tem sido, em grande parte, transformada radicalmente pela *pesquisa operada no ciberespaço*, que se enquadra, cada vez mais, no próprio processo da investigação científica. Assim sendo, as competências e performances inerentes ao *open access* constituem, na sua pragmática, entre outros instrumentos e dispositivos discursivos e em grande parte, a própria *literacia da pesquisa científica*, e em particular a sua literacia científico-tecnológica.
- Existem hoje formas de *copyright* nunca dantes vistas, algumas delas de natureza híbrida, onde as figuras de remuneração do trabalho científico oscilam entre, de um lado, o pagamento tradicional pelo público, editoras, universidades e agências nacionais e internacionais de apoio à pesquisa, e, de outro lado, o pagamento, pelo próprio autor, a si mesmo, da sua própria notoriedade. Em termos de *autoria* (regime do autor), *leitoria* (perspetiva do leitor) e *actoria* (dimensão de ator social onde o autor e leitor se incluem), o autor já tinha o dever de publicar (daí o provérbio científico 'Publish or Perish'), e o leitor o dever de ler. Agora, de um modo algo insidioso, o autor tem o direito a ser conhecido e reconhecido, mas desde que pague a publicação do seu texto em algumas revistas de renome, ou financie, por vezes a um preço não negligenciável, a sua admissão a um congresso de prestígio.
- O controlo alargado, por parte do autor, da sua própria produção é hoje uma realidade ainda mais visível nas redes sociais da *Web 2.0* e nas redes sociais e semânticas da *web 3.0*, se se adotar uma postura crítica e não ingénuas das potencialidades das redes digitais para a escrita sociológica e, em especial, para a investigação.
- O direito de *copyright* tem que dialogar com a necessidade de um autor promover o seu próprio impacto científico e social, para além do papel tradicional das editoras e das instituições de acolhimento da

sua investigação. Mas isto terá que ser feito a partir da inclusão do autor nas grande *redes de indexação mundiais*, para ser citado pelos seus pares e pelo público em geral. O primeiro critério de notoriedade é a publicação em revistas científicas globais, hoje mais importante do que a publicação em livros, pelo menos no quadro das chamadas ciências exatas. Tradicionalmente, os investigadores de países lusófonos, para serem conhecidos e reconhecidos mundialmente, têm que publicar em revistas anglófonas ou, embora em muito menor escala, em publicações francófonas. No entanto, os textos produzidos em países lusófonos podem constituir um destino apetecido para o sistema mundial de citações, se se criarem as condições para uma partilha justa das citações entre pares. Algumas economias anteriormente periféricas (China, Índia e Brasil) encontram-se a tentar mudar as regras do jogo, que beneficiam largamente os países centrais em termos de citação científica.

A propósito, um estudo sobre o *open access* (Andrade, 2013) entende este processo *enquanto pilar fundamental da própria investigação científica*, em particular quanto à *open research*, que insiste na disseminação, em tempo real, dos resultados da pesquisa, promovendo a apresentação pública de parte do respetivo *work in progress*.

OPEN KNOWLEDGE

O *open knowledge* é um conjunto de procedimentos e métodos que visa a produção, transferência e partilha de conhecimento de uma forma aberta, hoje em dia nomeadamente no ciberespaço. Esta abertura pode referir-se à transmissão de dados (*open data*), aos conteúdos (*open content*), ao código de *softwares* (*open source*), à pesquisa (*open research*) e mesmo à governança (*open governance*). Um tal campo social de práticas, nas suas relações recíprocas, contribui para a emergência do fenómeno nomeado “inovação aberta” (*open innovation*).

Essa transferência e partilha de conhecimento aberto apoia-se, em grande parte, nas redes sociais digitais da *web 2.0*, mas também na *web 3.0* ou *Web Semântica*. As redes sociais-semânticas da *web 3.0* utilizam estratégias económicas, sociais, políticas e culturais inéditas ou reformuladas. Por exemplo, o *data curation*, que se define como a seleção de dados a partir de várias fontes para a sua publicação e utilização por diversos *stakeholders* interconectados. Um segundo exemplo é o *Linked Data*: ou seja, a internet hoje não liga apenas pessoas como nas redes sociais da *web 2.0*, mas

igualmente instrumentos de produção e de disseminação do conhecimento, como sucede na *web 3.0*, que também é denominada *internet of things*.

Este processo contamina igualmente as organizações, tanto a administração pública quanto as empresas privadas. É o caso do desenvolvimento vertiginoso do *Business Intelligence 2.0*, uma estratégia de gestão que substitui os instrumentos produzidos ou adquiridos pelas empresas para a consulta de dados, pelo uso mais alargado da internet para a busca de informação.

Por forma a delimitar sociologicamente estes processos sociais, entre outras reflexões sociológicas, a teoria *Coordinated management of meaning* (CMM) pretende circunscrever a forma como produzimos significados e conhecimento no interior dos processos de comunicação em locais de trabalho ou de lazer específicos, articulando os níveis macro e microssociais.

Em suma, hoje em dia a inovação não pode deixar de ser social. De facto, a inovação serve para o desenvolvimento dos mercados, mas envolve igualmente a erradicação das desigualdades sociais e da pobreza, em vista a uma mais profunda *inclusão social*.

Nesta última perspetiva, *knowledge commons* é um termo que significa a propriedade e utilização do *conhecimento e inteligência coletivos* por parte de múltiplas comunidades de utilizadores no ciberespaço, desde o Estado à sociedade civil (empresas, associações, comunidades locais, cidadãos, etc.). Algumas das suas manifestações mais populares são: a Open Knowledge Network, uma rede global para o desenvolvimento que inclui países lusófonos como Moçambique; as Collaborative Innovation Networks (CoIN); os *research wikis* como o Demopaedia, um *wiki* sobre demografia publicado pelas Nações Unidas; os *idea banks*, etc.

Em todos estes processos, as recentes *metodologias digitais* revelam-se centrais. Em particular, as bases de conhecimento (*knowledge bases*), ou os sistemas periciais (*expert systems*) permitem organizar o saber das organizações e instituições de uma forma que contribui para uma mais eficaz produção e disseminação das inovações relativas ao *conhecimento com utilidade social*.

OPEN RESEARCH

A disseminação pública da investigação científica reduz-se frequentemente a um papel secundário no seio da agenda de pesquisa. No entanto, a apresentação, num estilo participativo, dos resultados e do *work in progress*, constituem passos fundamentais de qualquer investigação. Para

este propósito, no presente contexto de transformação urge desenvolver estratégias de investigação usando o paradigma epistemológico da *open research* (Andrade, 2013). Uma tal pesquisa aberta consiste na produção e receção, simultaneamente crítica e tolerante, da investigação em múltiplas dimensões da realidade social: por exemplo, as áreas do conhecimento, os produtores e recetores da investigação, a teoria, a metodologia e a discussão pública do *work in progress* e resultados da pesquisa.

Em particular, é preciso articular as Ciências Sociais e Humanas aos novos média, tanto na produção quanto na receção da informação e do conhecimento.

Assim sendo, a pesquisa aberta poderá constituir um dos pilares fundamentais da emergente *Sociedade da Investigação*, paradigma social onde o cidadão comum reformula o conhecimento e o poder do especialista.

Dito de outro modo, a difusão e o debate avaliados pelos cidadãos e não restrito a especialistas constituem garantias da própria excelência da investigação, sobretudo quanto à pertinência da sua aplicação ao tecido social. Esta postura foi aplicada no contexto de um projeto de pesquisa intitulado “Comunicação Pública da Arte: o caso dos museus de arte globais e locais” (Andrade, 2016, p. 23).

Em suma, esta pesquisa aberta consiste na produção e receção críticas da investigação nas seguintes dimensões da realidade social, entre outras: (a) heurística de diversas áreas do conhecimento centrais, mas igualmente aquelas colaterais a um tema supostamente principal ou mesmo único de pesquisa; (b) partilha com *investigadores e cidadãos* comuns de todo o mundo, em vista ao desenvolvimento da compreensão pública da Ciência, Tecnologia e Artes e da própria pesquisa, por forma a articular os conhecimentos especializados com o conhecimento ordinário da vida quotidiana das populações (Chittenden, 2015); (c) discussão de diversas teorias, ontologias e conceptualizações comuns edificadas por cidadãos ordinários, como as *tags* de um blogue; (d) desenvolvimento de metodologias participativas e inovadoras, na educação, instrução e investigação (Stephenson, 2015); (e) excursão ao máximo de terrenos empíricos do mundo, mesmo se por meios digitais e virtuais; (f) mobilização para todos os debates possíveis, económicos, ecológicos, políticos, sociais, culturais, etc.

UM EXEMPLO DE *OPEN RESEARCH*: A BASE DE CONHECIMENTOS TRANSCULTURAL DO PROJETO “COMUNICAÇÃO PÚBLICA DA ARTE”

Todo este movimento, que utilizou extensiva e intensivamente os *new media*, transformou de raiz a própria atividade de *curadoria dos conteúdos digitais*, em particular aqueles artísticos (Graham, 2010). No campo acadêmico, recentemente múltiplos ensaios nos *Communication Studies* e *Cultural Studies* debruçam-se sobre estas problemáticas da transformação, por exemplo no caso dos *museus físicos e virtuais em regime aberto*, relativamente aos significados profundos de processos, agentes e lugares sociais como a cultura das comunidades em territórios urbanos (Bautista, 2014).

Entre outras aplicações, esta estratégia foi desenvolvida no projeto “Comunicação Pública da Arte: o caso dos museus de Arte Globais/Locais”, subvencionado pela Fundação para a Ciência e a Tecnologia e realizado de 2006 a 2011. O projeto teve um papel pioneiro em Portugal e mesmo a nível global, quanto à proposta de uma organização científica da informação considerando a sua transformação em *bases de conhecimento* organizadas e em rede, no âmbito das Ciências Sociais e Humanas, e em particular no seio dos *Cultural Studies* e das Ciências da Comunicação. Estas bases de conhecimento foram publicadas através de quatro *sites* do projeto, cada um deles escrito em duas versões, uma em português e outra em inglês, que podem ser consultados nas moradas indicadas na parte final da bibliografia.

As bases de conhecimento metamorfoseiam a informação em conhecimento e, no caso da interpretação do social, através da fusão de heranças oriundas de diferentes culturas. Assim sendo, obtém-se poderosos instrumentos de análise, interpretação e disseminação das atuais realidades transculturais, através de novas metodologias, como as redes globais e igualmente transculturais, onde a informação é apenas um pretexto para a partilha do conhecimento. De facto, e como refere Moisés Martins (2015, p. 30):

reunindo uma equipa de sociólogos, programadores e designers, este projeto articulou as metodologias sociológicas como os métodos de intermídia, propondo uma nova forma de organização dos média e do conhecimento que eles transmitem. A este processo, o coordenador do projeto, Pedro Andrade (2011), chamou-lhe “hibrimídia”. Em seu entender, “hibrimídia” consiste na transformação de média originários em média originais.

Este conceito encontra-se desenvolvido em Andrade (2011, pp. 175-190).

OBJETIVOS DO PROJETO

De um modo breve, os *objetivos iniciais* do projeto “Comunicação Pública da Arte” pautaram-se por desideratos em três planos, todos eles em termos da inovação possível:

1. *Objetivos epistemológicos*: em vista à *articulação entre as ciências, as novas tecnologias e as artes*, e em termos da agenda do projeto e organização dos trabalhos, este projeto reuniu uma equipa formada por cientistas sociais, informáticos e artistas, distribuídos por duas sub-equipas ou *task forces*: uma para a investigação sociológica, outra destinada à experimentação de dispositivos pedagógicos e de pesquisa, edificados em hipermédia e hibrimédia.
2. *Objetivos teórico-empíricos*: procurou-se desconstruir e reconstruir o *objeto de estudo* no seio dos *Museum Studies*, ou seja, discutir um fenómeno pouco estudado em Portugal, a comunicação pública da arte em museus locais e globais, e articulá-lo a utilizações práticas em instituições concretas, em termos de investigação aplicada da investigação pura.
3. *Objetivos metodológicos*: no plano *procedimental das Ciências Sociais e Humanas*, o intuito consistiu em contribuir para a pesquisa de novos e inéditos métodos e técnicas científicas, outra área pouco desenvolvida no nosso país.

Creemos que estas promessas foram, na sua maioria, cumpridas. De facto, em termos teórico-empíricos, os resultados desse projeto revelam-se de *interesse para a cultura* em geral mas também para diversas *instituições culturais e artísticas* em particular. Nesta perspetiva, as atividades desenvolvidas foram *financiadas* quase integralmente pelo projeto, como previsto de início, mas igualmente por algumas instituições culturais, contactadas no dealbar do projeto mas igualmente no seu decorrer, que se mostraram interessadas em participar com apoios de diversa ordem. Conseguiu-se assim criar um consenso e uma atmosfera de cooperação, que se traduziu numa diversificada obra comum que visou, acima de tudo, a qualidade e a excelência dos trabalhos produzidos e difundidos.

Por exemplo, no caso do Museu Coleção Berardo, principal instituição estudada, foram inquiridos, por uma empresa de sondagens especializada, diversos segmentos dos visitantes do museu (famílias, escolas, turistas, visitantes em formação ao longo da vida, etc.), que responderam a um questionário incluindo questões sobre a visita ao museu, a comunicação pública da arte e a sua compreensão, entre outros temas. Visou-se que os resultados da análise dos seus públicos registasse um impacto social

profundo, na medida em que podem contribuir, em termos de informação de base ou de recomendações, para a prossecução de futuras políticas, programas e estratégias de ação cultural e educativas.

No seguimento do que se afirmou acima, talvez este estudo seja um incentivo para a realização de mais e, se possíveis, inéditas pesquisas sobre a comunicação pública da arte e a cidadania cultural, nomeadamente no campo da museologia e dos *Museum Studies*.

Para além disso, nas perspetivas epistemológica e metodológica, foi desenvolvida uma metodologia interativa multitoque específica, em vista à caracterização dos mencionados perfis de público e das suas estratégias de receção da arte e de fidelização ao museu. As utilizações desta metodologia, em ligação com serviços pedagógicos dos museus, parecem muito promissoras.

Concretamente, foram desenvolvidos uma *mesa interativa multitoque* e um *software* especializado e adaptado às necessidades de análise desses mesmas audiências culturais e escolares. Espera-se que tais metodologias algo inéditas, desenvolvidas no seio deste projeto, sejam eventualmente úteis nas tarefas de musealização (comunicação de conteúdos no museu, etc.), mas também na receção, mais lúdica e eficaz, da arte e da cultura, no seio de variadas instituições culturais, e não somente museus.

Em suma, de um modo mais sintético, e como foi proposto no dealbar deste projeto, os produtos e serviços finais do projeto agora realizados (não apenas as suas publicações mas igualmente a mesa multimédia multitoque ou outros), poderão interessar ou motivar um leque diversificado de segmentos da população portuguesa para a informação e formação artísticas, sedimentando um gosto plural já manifestado ou criando novos públicos. Eis algumas sugestões pragmáticas e recomendações sucintas relativamente aos públicos da pesquisa aberta envolvidos ou a envolver:

- Governantes e agentes interventores na vida pública central, regional e local, em cuja agenda se inclua o incentivo da cidadania democrática informada e formada pela cultura, pela arte e pelas TIC.
- Docentes do Ensino Básico, Secundário e Superior que pretendam desenvolver a educação estética dos seus educandos, através da convergência entre a formação artística formal na escola e a formação artística informal no museu.
- Escritores e artistas empenhados em desenvolver novas competências e virtualidades nas artes, nomeadamente aquelas ainda insuficientemente divulgadas no espaço museológico, como atividades e trabalhos construídos em *mixed media*, multimédia, hipermédia e hibrimédia.

- Curadores de museus, centros de arte, fundações e galerias visando promover a compreensão pública das artes em geral e dos hibrimédia em especial, por parte dos atores sociais comuns.
- Licenciados de áreas académicas relacionadas, direta ou indiretamente, com a arte, que procurem enriquecer o seu *curriculum* e aumentar a sua competitividade no mercado de emprego, a partir dos conhecimentos facultados na área específica da arte em articulação com as novas tecnologias.
- Investigadores de áreas artísticas ou das Ciências Sociais e Humanas que apostem na originalidade, qualidade, inovação e internacionalização da pesquisa sobre os fenómenos artísticos em geral e, em particular, a comunicação pública da arte e a formação artística informal.
- Empresários e quadros das indústrias culturais ou de associações de cultura, almejando investir na implementação da literacia das linguagens artísticas e na promoção de *e-learning* relativamente às novas tecnologias e ao multimédia no seio do trabalho empresarial, administrativo, cooperativo ou associativo.
- Jornalistas e técnicos da Comunicação Social que busquem entender melhor o fenómeno da convergência da arte, das tecnologias e dos *mass media*, aliado ao processo aparentemente contraditório da fragmentação dos públicos, nas atuais sociedades pós-fordistas ou inseridas na modernidade avançada.

Para além disso, esta pesquisa reporta-se à generalidade dos *cidadãos* fascinados ou intrigados pela presença de cultos plurais, sagrados ou profanos, surgidos em torno das artes na era das TIC e da internet (na *web 2.0* mas também na *web 3.0* ou *web* semântica), e que circulam em diferentes tribos urbanas e transnacionais das cidades globais.

ENTRE AS REDES SOCIAIS DIGITAIS (WEB 2.0) E AS REDES SOCIAL-SEMÂNTICAS (WEB 3.0)

Em termos de redes transnacionais e transculturais, o projeto “Comunicação Pública da Arte” desenvolveu vários *sites*, que se entendem como *sites social-semânticos* (ver Figura 1).

Public Communication of Art

Welcome to a project on museums for cultural citizens

(To **BROWSE** this site, you can use two main strategies:

1. In order to address the main site pages sorted by their main sections hierarchically, click on the links in light blue located at this site's **TABLE OF CONTENTS**, which lies in the left column, or else touch the link to the **Site Map**, which is the last link in the Table of Contents.
2. To consult the ideas and concepts central to this site, go to **SOCIAL SEMANTIC INDEX**, sorted by keywords. Clicking on the links for each keyword, you may find its explanation and additional information on the respective web page. Within the semantic index, you can also learn about the meanings associated with the colors of this site. In other words, this site on social sciences of art or on art of social sciences is, in itself, a social, scientific and artistic site, but also a **SOCIAL SEMANTIC SITE**. What this means is explained in the next page).

SITE'S PORTUGUESE VERSION / VERSÃO PORTUGUESA DO SITE

© 2011 Site conceived and constructed by Pedro Andrade

INTERACTIVE ART WINDOWS

Among other instruments, social semantic sites use Interactive Art Windows. For instance, this page recommends, in the window below, the **Art Project Site**, an interactive site for a **GLOBAL VISIT TO VIRTUAL MUSEUMS** (below).

In this site, you, as a virtual visitor, may virtually explore the major museums of the world in rooms viewable in 3D, observe art works from multiple perspectives and even build your own **COLLECTIONS** and share it on social networks.

The Louvre Collection

(The Art Interactive Window shown above exhibits some art works from the **Louvre Museum Collection** at Paris. The next time you want to access this page, you can enjoy a new art work)

Thus, the research carried out by project Public Communication of Arts (CPA) and reported here, is constantly articulated, through the internet, with new data on the global culture reality, within an Open Research.

FIELD SOCIOLOGY

In terms of empirical research, and in order to get to know some of the feedback carried out by project CPA, along with theoretical reflection, for example see the expository video "The Visit", held at Serralves Museum (Oporto, Portugal), some months before the

RESEARCHING (IN) AN OPEN RESEARCH

This site in cyberspace and in cybertime, aims to present a **RESEARCH** project entitled **Public Communication Art (CPA): The Case of Global and Local Museums**, developed at Centro de Estudos de Comunicação e Linguagens, Faculdade de Ciências Sociais e Humanas, Universidade Nova de Lisboa (Centre for Communication and Languages Studies, Faculty of Social Sciences and Humanities, New University of Lisbon), Portugal and subventioned by Fundação para a Ciência e a Tecnologia (Foundation for Science and Technology)

Figura 1: Home page do site social-semântico do projeto "Comunicação Pública da Arte"

Um site sócio-semântico, para além de utilizar redes sociais digitais, como sucede na *web 2.0*, entende-se como um lugar na internet que clarifica os significados sociais e semânticos do seu conteúdo, como sucede na *web 3.0* ou *web* semântica.

Como se referiu atrás, a *web 3.0* pode ser definida como um conjunto de lugares na internet onde os seus utilizadores:

1. efetuam a partilha da informação em redes sociais digitais da *web 2.0* ou *web* Social;
2. mas, igualmente, explicam a estrutura e o impacto social do significado da informação veiculada, e organizando-o em bases de conhecimento, ontologias, *Thesauri* e outros dispositivos do saber. Uma ontologia é simplesmente um dispositivo de organização do conhecimento distribuído por campos semânticos, que por sua vez estruturam um conjunto de conceitos e as suas relações, numa dada área do saber. Desta forma, a informação é transformada em conhecimento mais eficaz: de facto, assim fazendo, esta informação e o saber subjacente serão mais profundamente pesquisáveis e passíveis de serem comentados com consciência, quanto às questões que frequentemente suscitam.

3. este conhecimento social mais estruturado pode assim ser comunicado e aplicado ao tecido social e partilhado em redes sociais, de maneira a suscitar mais e melhor inovação.

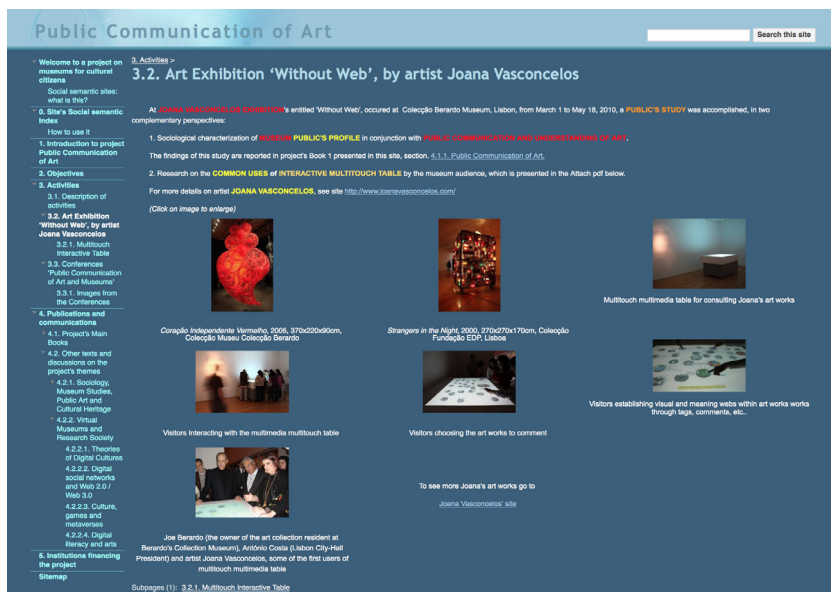


Figura 2: Exposição de Joana Vasconcelos “Sem Rede” (2010)

SECÇÕES DOS SITES SOCIAL-SEMÂNTICOS PARA A DISSEMINAÇÃO DO CONHECIMENTO

Mas como realizar estes propósitos? As diversas secções dos *sites* social-semânticos procuram complementar a mera informação sobre os conteúdos, a partir de dispositivos que pretendem classificar, interpretar e explicar esses mesmos conteúdos. Para além disso, este tipo de *sites* faz referência a diversos procedimentos práticos, técnicos e metodológicos, por forma a articular um dado conhecimento teórico a saberes pragmáticos.

No caso do *site* do projeto “Comunicação Pública da Arte”, o seu sumário, na parte esquerda do site, distingue algumas dessas secções possíveis. Por exemplo, a apresentação da exposição de Joana Vasconcelos “Sem Rede”, realizada de fevereiro a maio de 2010, que constituiu o principal evento estudado pelo projeto, através de questionários, entrevistas, observação direta, filmagens de vídeo, etc. (Figura 2)

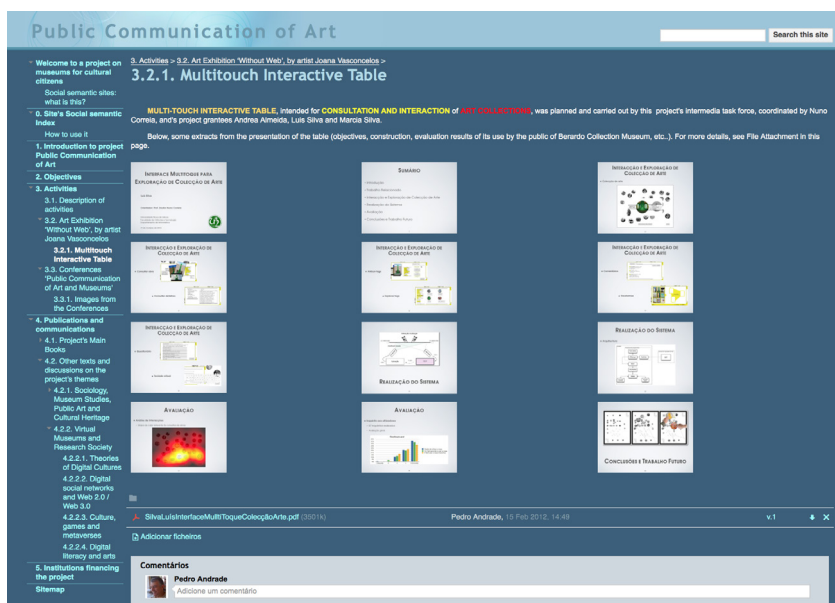


Figura 3: Mesa interativa multitoque

Para além dessas metodologias de recolha e análise de dados clássicas, utilizaram-se igualmente novas metodologias em hipermédia / hibrimédia produzidas para o projeto, como uma Mesa Interativa Multitoque, atrás referida (Figura 3). Neste dispositivo, os visitantes do Museu Coleção Berardo exploravam as obras expostas e construíram, entre outras formas de participação, redes visuais de conceitos (*tags*) que caracterizam as obras. (Figura 3).

Em setembro de 2011, realizou-se uma conferência para apresentação do projeto e lançamento dos respetivos produtos finais, como alguns livros (Figura 4).

Ambos estes eventos, a exposição e a conferência, foram amplamente publicitados em diversos *mass media* e nas redes sociais digitais (Figura 5).

O projeto produziu igualmente vários livros, de que o seguinte é uma ilustração (ver Figura 6).



Figura 4: Conferência de apresentação e lançamento dos livros do projeto (2011)

The screenshot shows the website interface for 'Public Communication of Art'. The main navigation menu includes '0. Site's Social semantic index', '1. Introduction to project Public Communication of Art', '2. Objectives', '3. Activities', '4. Publications and communications', '5. Institutions financing the project', and 'Stamp'. The active section is '3.3. Conferences 'Public Communication of Art and Museums'', which lists various events and provides links to external resources like Berardo Collection Museum and PUC University. It also includes a 'Stamp' section and a list of social media links.

Figura 5: Disseminação de eventos do projeto pelas redes sociais digitais e outros mídia

The screenshot displays the '4.1.1. Public Communication of Art' section. It features a prominent word cloud with terms like 'communication', 'Portugal', 'language', 'public', 'study', 'university', 'Lisbon', and 'Portuguese'. Below the word cloud, there is a list of publications and a table of contents for the book 'Comunicação Pública da Arte'. The table of contents includes sections on 'URBAN SPACE', 'URBAN LEISURE', 'NEW MEDIA, SOCIAL WEBS, VIRTUAL MUSEUMS', and 'DIGITAL INTERACTIVITY'. The book is edited by Pedro Andrade and includes contributions from various authors.

Figura 6: Livro *Comunicação Pública da Arte*

Para além disso, o *site* introduz as principais temáticas do projeto, bem como faculta uma amostra de textos em PDF para *download*, nas áreas

seguintes, enquanto estímulo (simultaneamente e em qualquer uma dessas áreas), para o debate, discussão, intervenção, controvérsia, diálogo e cooperação (ver Figuras 7, 8, 9, 10, 11 e 12). Por ex. uma página (ver Figura 7, em cima à direita) apresenta um artigo do autor intitulado “Museu”, incluído no *Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura* desenvolvido para o Museu de Foz Côa (Andrade, 2010b).

The screenshot shows the website interface for 'Public Communication of Art'. On the left is a navigation menu with sections like 'Welcome to a project on museums for cultural citizens', 'Objectives', 'Activities', and 'Publications and communications'. The main content area is titled '4.2.1.1. Public Communication of Art and Museology'. It contains introductory text about museums in crisis and the need for broader discussion. Below the text is a table listing publications:

1. Andrade, Pedro, 'Comunicação Pública da Arte e Museologia', <i>Dicionário Crítico de Arte, Imagem, Linguagem e Cultura</i> , 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 14:08	v.2	+	x
2. Corneil, Nuno, 'Multitouch Tabletop Multimédia Interaction Museums.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 19:22	v.2	+	x
3. Miles, Malcolm, 'Art Museums: Austerity.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 19:22	v.2	+	x
4. Gilchrist, Verónica, 'Ocupação de Arte Contemporânea.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 19:22	v.2	+	x
5. Almeida, André, 'Museus e Meios Multitouch.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 19:22	v.2	+	x
6. Silva, Lúcia, 'Interação Multitouch e Colocação de Arte.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 27 Oct 2011, 21:37	v.2	+	x

Figura 7: Textos, imagens, vídeos e sites para disseminação pública de áreas de debate: área “Comunicação Pública da Arte e Museologia”

The screenshot shows the website interface for 'Public Communication of Art'. On the left is a navigation menu. The main content area is titled '4.2.1.2. Artists and gatekeepers in the art worlds'. It contains introductory text about the project's use of various methods for data collection. Below the text is a table listing publications:

1. Vasconcelos, Luana, 'Entrevista2010Junho24.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 18:51	v.2	+	x
2. Amado, Miguel, 'Entrevista18Junho2010.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 18:52	v.2	+	x
3. Ribeiro, António, 'Entrevista2010Mergulho.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 18:52	v.2	+	x
4. Oliveira, Manuel, 'Entrevista2010Março1.pdf', 2010.	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 18:53	v.2	+	x

Figura 8: Área de discussão “Artistas e gatekeepers nos mundos da arte”

Redes lusófonas de conhecimento: multiculturais, interculturais ou transculturais?

Public Communication of Art

4. Publications and communications > 4.2. Other texts and discussions on the project's themes > 4.2.1. Sociology, Museum Studies, Public Art and Cultural Heritage > **4.2.1.3. Public art, city, literacies, cultural heritage**

The museum is a SEMI-PUBLIC SPACE, between the privacy of the house and the publicity (Habermas) of the CITY's open spaces, such as a street and a square.

In this context, the city influences the museum, and vice versa.

In addition, the poets and the museum also export and import, in a daily rhythm, the legacies of the material and immaterial, "physical" or "Virtual" **ARTS, LITERATURES** and **HERITAGES**, often expressed in terms of PUBLIC ART.

(However, urban spaces are also a panorama for CITY REGENERATION and URBAN activism. For a discussion on this issue, see Malcolm Miles conference, in this page's video).

In parallel, urban space and the museum allow communication strategies where common people trigger different LITERACIES, that is, ways of reading and writing within a given regime of knowledge, like a national language, daily life, the arts, technology, sciences and other genres of knowledge, that circulate in the school or at leisure and information places in the internet.

Several authors, members and consultants of the project or colleagues, discuss such questions in the following texts:

Malcolm Miles
Malcolm Miles 'Society as a Work of Art'

1. SilvaFernandoNunesEAI_PlanningPublicSpacesNetworks.pdf (239K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:10	v.2	+	x
2. RemesarAntoniSilvaFernando_MuseusArtePublicaDeoGubano.pdf (109K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:11	v.2	+	x
3. ParmegianiPaolo_BeyondPowerPoint.pdf (289K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:11	v.2	+	x
4. BaptistaLuisLugaresLodico.pdf (59K)	Pedro Andrade, 31 Oct 2011, 10:20	v.2	+	x
5. ValinhoPatricia_PatrimonioRealidadeAumentada.pdf (329K)	Pedro Andrade, 31 Oct 2011, 10:21	v.2	+	x

Adicionar ficheiros

Figura 9: Áreas de intervenção: Arte pública, cidade, literacias, património cultural

Public Communication of Art

4. Publications and communications > 4.2. Other texts and discussions on the project's themes > 4.2.2. Virtual Museums and Research Society > **4.2.2.2. Digital social networks and Web 2.0 / Web 3.0**

Today, we are not only immersed in Web 2.0, but also in Web 3.0.

In the first age of the Internet (the so-called "WEB 1.0"), in the 90s of last century, the web user only consulted or read the information.

In the initial decade of the XXI century, the nominated "WEB 2.0" (or reading / writing Internet) allows a more active posture by the user: in addition to reading the information, he writes content such as articles (posts) or his comments in a blog, or inscribes a set of personal and professional information within DIGITAL, SOCIAL, NETWORKS canvases.

In the second decade of this century, an unprecedented digital scope is being traced: the named WEB 3.0 or Semantic Web, which is based, among other discursive deposits, on SOCIAL SEMANTIC LOGICAL SITES. Such sites explicitly present an explanation of the paradigm of their own semantic content (ideas, concepts, etc.) and logical connectors (relations between the site ideas or relations between the pages of the site, etc.).

Such situation is analyzed here by some authors invited and experts in these matters, in essays from which some extracts are proposed below.

(On the right, you can see videos that discuss the various ages of internet, and hear some opinions for and others against. The first video was posted in 2000, the second in 2011.

Tim Berners-Lee, the inventor of WWW, and other analysts, underline that relationships among pieces of information are more and more necessary, and SOCIAL CONNECTIONS are some of the most important. Thus, Web 3.0 is not antagonistic of Web 2.0, as so many people see producers and as destroyers of knowledge).

In the project's Book 4, Semantics-Louis Epistemology of Web 2.0/3.0. It is stated that, if Web 2.0 is a SOCIAL WEB, Web 3.0 is a **RELATIONAL WEB**, among other things. In other words, it is not enough to be connected with other people, as occurs in some versions of Web 2.0, nor is it enough to understand the meaning of information, as happens in some interpretations of Web 3.0.

What Web 3.0 is or should be about, is help us to understand our INTERPERSONAL AND INTER-INSTITUCIONAL RELATIONSHIPS, and grasp the **MEANING**, **DATA** and the **EVERYDAY MEANING** associated with these social dimensions.

Such perspective shall be undertaken not just with social sites, and not exclusively with semantic sites, but only with **SOCIAL SEMANTIC SITES**. Our site tries to be a socio-semantic site.

Web 1, Web 2.0, Web 3.0
Future Internet Video (web 3.0)

Web 3.0
A story about the Semantic Web

web 3.0
a doc by kate ray

1. NevesLuis_NaturazaOntologicaRedes.pdf (29K)	Pedro Andrade, 16 Oct 2011, 15:52	v.2	+	x
2. CoelhoZera_DimensaoInteractivaBlogs.pdf (71K)	Pedro Andrade, 16 Oct 2011, 15:52	v.2	+	x
3. RosaAntonio_DinamicasTransigloWeb.pdf (74K)	Pedro Andrade, 16 Oct 2011, 15:52	v.2	+	x
4. CostaPedro_ExistenciaFacebook.pdf (78K)	Pedro Andrade, 16 Oct 2011, 15:52	v.2	+	x
5. EsperanzaEduardo_EspañolInteractio.pdf (74K)	Pedro Andrade, 16 Oct 2011, 15:52	v.2	+	x

Adicionar ficheiros

Figura 10: Áreas de controvérsia: Redes sociais digitais e web 2.0 / web 3.0

NOVOS INSTRUMENTOS METODOLÓGICOS DE ANÁLISE E INTERPRETAÇÃO DO SABER

Para a análise e interpretação social-semântica da informação, por forma a transformá-la em conhecimento, estes *sites* do projeto usam um ou vários dos seguintes dispositivos do saber social e semântico, entre outros:

AS JANELAS INTERATIVAS DE ARTE

Estas ferramentas de aprendizagem e investigação consistem em áreas interativas dos sites, que incluem *widgets* (mini-aplicações) e *links* para *sites* e redes sociais (ver Figura 1, em cima à direita), através dos quais é possível:

- Consultar interativamente conteúdos sobre arte (museus, enciclopédias, debates, entrevistas, etc.) através de pesquisas (*searches*), leituras exploratórias (*browsing*), botões, escrita de comentários, ou outras formas de consulta e participação;
- Observar, de modo contínuo, informações atualizadas diariamente (*news* e RSS sobre arte, etc.);
- Concentrar-se num conteúdo específico para reflexão, diretamente visível numa janela relativamente pequena, por forma a permitir uma leitura focalizada;
- Explorar *conteúdos adjacentes* a um outro consultado anteriormente, rolando o rato horizontal ou verticalmente, ou navegar por conteúdos *relacionados* ao primeiro, clicando em certos *links*;
- Participar e enviar conteúdos para redes sociais e redes social-semânticas, etc.

O INDEX SOCIAL-SEMÂNTICO

O Index Sócio-Semântico constitui um instrumento experimental visando pesquisar informação e para a construção de *Ontologias*, desenvolvido seminalmente neste projeto. Por um lado, este tipo de índice experimental transporta o utilizador desde os conceitos e palavras apresentados na página do índice até às páginas onde essas ideias são desenvolvidas como acontece com um índice tradicional ordenado alfabeticamente (índices onomástico, geográfico, ideográfico, etc.).

Ambos estes paradigmas de índices são *paratextos*. Um paratexto, segundo Gerard Genette, é um texto sintético, um conjunto de frases ou

palavras ou outros códigos que funcionam como introduções, cartões de visita ou aperitivos à leitura de um texto principal.

No entanto, diferentemente do índice alfabético, o índice semântico:

- organiza os seus termos em diversos campos semânticos (cada um dos retângulos aí apresentados);
- dentro desses campos, os termos encontram-se ordenados não alfabeticamente, mas

b1) pela ordem da argumentação e correspondente ordem sequencial dos vários parágrafos e páginas de um texto, ou

b2) pela ordem hipertextual de navegação por meio de *links*;

- As classes de significados dos termos são codificadas por *cores*. Embora seja possível definir múltiplas dimensões semânticas, neste *site* usa-se principalmente a seguinte notação (ver exemplos na *home page* do *site*, que funciona como o 1º campo semântico desse site, e intitulado “Bem-vindo a um projeto sobre museus para cidadãos culturais”):

Os fenômenos sociais em geral (nesta pesquisa os processos contextuais ao museu), são codificados em amarelo claro, por ex.: “Cidade”. Excepcionalmente, nas imagens das *word clouds* colocaram-se em branco, para se destacarem do amarelo associado aos atores sociais. Exemplo, Livro 1 do projeto, Figura 6.

Os atores sociais comuns, as suas práticas e o seu saber ordinário são mostrados em amarelo escuro, por exemplo público do museu;

Os média, técnicas, novas tecnologias e outros processos e linguagens de comunicação aparecem em cor-de-laranja clara. Exemplo: Visita_ao_museu_virtual;

O conhecimento e métodos científico é associado à cor-de-laranja escura. Exemplo: Sociologia_de_terreno;

A cultura e a arte são representadas a vermelho. Exemplo: Janelas_interativas_de_arte.

Os *sub-títulos* das secções no Sumário, *links* ou *sub-títulos* no corpo do texto, estão marcadas em azul claro. ex.: Index Sócio-Semântico do Site.

- O tamanho das letras das palavras que representam os conceitos dentro dos campos semânticos corresponde à *relevância semântica* que cada ideia encerra para a investigação específica neste projeto.

- Notar ainda que os conceitos compostos de duas ou mais palavras estão ligados por um `_`. De facto, não basta reduzir todos os conceitos a uma única palavra, como sucede em muitas *tag clouds*, embora estes instrumentos já clarifiquem minimamente o conteúdo de um texto. Em parte, a *tag cloud*, ao tentar delimitar esses conceitos, acaba por limitar a clareza desses conceitos, tanto o seu significado substantivo quanto o seu sentido contextual num texto em que eles aparecem; e, em última análise, essa redução diminui o valor semântico, lógico e social daquelas ideias e da próprias *tag clouds*. Para além disso, as cores que por vezes as *tag clouds* apresentam são frequentemente formais, sem sentido explícito. Pelo contrário, as nuvens de conceitos deste *site* apresentam conceitos compostos e coloração semântica, como aquela *tag cloud* definida para o livro *Comunicação Pública da Arte* (Figura 6)

The screenshot shows a website interface for 'Public Communication of Art'. The main content area is titled '4.2.2.3. Culture, games and metaverses' and contains several paragraphs of text discussing digital games, social rhetorics, and serious games. A video player is embedded, showing a virtual museum exhibit. Below the text is a list of publications with columns for title, author, date, version, and actions.

Public Communication of Art

Welcome to a project on museums for cultural citizens

4. Publications and communications > 4.2. Other texts and discussions on the project's themes > 4.2.2. Virtual Museums and Research Society > **4.2.2.3. Culture, games and metaverses**

D. Site's Social semantic Index

1. Introduction to project Public Communication of Art
2. Objectives
3. Activities
4. Publications and communications
 - 4.1. Project's Main Book
 - 4.2. Other texts and discussions on the project's themes
 - 4.2.1. Sociology, Museum Studies, Public Art and Cultural Heritage
 - 4.2.1.1. Public Communication of Art and Museology
 - 4.2.1.1.2. Artists and gatekeepers in the art world
 - 4.2.1.1.3. Public art, city, itineraries, cultural heritage
 - 4.2.2. Virtual Museums and Research Society
 - 4.2.2.1. Theories of Digital Cultures
 - 4.2.2.2. Digital social networks and Web 2.0 / Web 3.0
 - 4.2.2.3. Culture, games and metaverses
 - 4.2.2.4. Digital literacy and arts
5. Institutions financing the project

Sitemap

DIGITAL GAMES constitute powerful tools for understanding public communication of art.

In Web 3.0, **ONTOLOGIES OF METAVERSES** (virtual worlds in 3-D) provide novel ways for the hermeneutics of our social, cultural and everyday life.

Besides this, the so-called **SERIOUS GAMES** may establish one of the necessary bridges between entertainment and education, or edutainment.

Finally, **SOCIAL RHETORICS**, in particular the argumentative modes triggered by the digital playful world, are the other face of **SOCIAL HERMENEUTICS**, for example in the case of the interpretation of communication games.

The authors here convoked exchange ideas on these questioning of society conveyed by culture, arts and the knowledge subject to leisure.

(This video shows how **METAVERSES** may be employed to confront the museum visitor with social issues, thus blending three modes of knowledge: **SCIENCE** (social sciences), **NEW MEDIA** (art))

Exhibition at a metaverse

Virtual Museum of Art

1. PettyLuis_OntologiaMetaversos.pdf (88K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:20	v.2	↕	✕
2. BuenosJaquezChabertGhittaine_SeriousGaming.PDF (84K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:20	v.2	↕	✕
3. ZagaloNelson_PensuasaoJogosSociais.pdf (85K)	Pedro Andrade, 22 Oct 2011, 15:21	v.2	↕	✕

D. Adicionar ficheiros

Comentários

Pedro Andrade
Adicione um comentário

Figura 11: Áreas de diálogo: Cultura, jogos e metaversos

Public Communication of Art

Welcome to a project on museums for cultural citizens

0. Site's Social semantic Index

1. Introduction to project Public Communication of Art

2. Objectives

3. Activities

4. Publications and communications

4.1. Project's Main Books

4.2. Other texts and discussions on the project's themes

4.2.1. Sociology, Museum Studies, Public Art and Cultural Heritage

4.2.2. Virtual Museums and Research Society

4.2.2.1. Theories of Digital Cultures

4.2.2.2. Digital social networks and Web 2.0 / Web 3.0

4.2.2.3. Culture, games and Metaverses

4.2.2.4. Digital literacy and arts

5. Institutions financing the project

Sitemap

4. Publications and communications > 4.2. Other texts and discussions on the project's themes > 4.2.2. Virtual Museums and Research Society > 4.2.2.4. Digital literacy and arts

We said this before, **LITERACIES** are modes of writing and reading specific to each **REGIME OF KNOWLEDGE**.

Thus, there are as many literacies as ways of knowing.

Literacies are also processes that allow informal ways of teaching and learning, **FORMAL EDUCATION** at school and Universities must learn how to teach and (re)research within informal scopes like leisure and digital spaces (museums, Web 2.0 and Web 3.0, etc).

In particular, **ART EDUCATION** must learn how to teach using both **INFORMAL** and **DIGITAL METHODS**, for instance testing stories or approaching artistic experience to everyday common knowledge.

On this issues, please see the **Book 2** produced by this project, that discusses the **SEMANTIC-LOGICAL LITERACY** at a science museum at Lisbon.

The following authors provide a discussion draft, necessary and pressing on these subjects, revealing prismatic ideas and opinions about some literacies still little discussed, such as **SMART LITERACY**, **DIGITAL** and **HYBRID LITERACIES**, among others.

(The video on the right suggests some strategies for a more pleasant **LEARNING** and **RESEARCH** at the **MUSEUM**.)

Common and multiple areas literacies at the museum

For Educators: Using the Museum in Yo...

There are proposals that any school can...
The responses get in Portuguese

1. McLeod, Scott/WorldUniversitySchool, Wiki.pdf (316k)	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 15:54	v.2	↕	✕
2. Babo/Magueta_ArqueologiaCiberliteratura.pdf (69k)	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 15:54	v.2	↕	✕
3. Campos/Ricardo_EtnografiaDigitalMonografiaDigital.pdf (779k)	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 15:54	v.2	↕	✕
4. Bonacho/Fernanda_ExigenteLiteraciaDigital.pdf (118k)	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 15:54	v.2	↕	✕
5. Almeida/Lusoblo_FlanerCiberfaneur.pdf (64k)	Pedro Andrade, 18 Oct 2011, 15:54	v.2	↕	✕

Figura 12: Áreas de cooperação pedagógica: literacias e artes digitais

0. Site's Social semantic Index

Social semantic sites: what to visit?

How to use it

1. Introduction to project Public Communication of Art

2. Objectives

3. Activities

3.1. Description of activities

3.2. Art Exhibition 'Without Web', by artist Joana Vasconcelos

3.3. Conferences 'Public Communication of Art and Museums'

4. Publications and communications

4.1. Project's Main Books

4.2. Other texts and discussions on the project's themes

5. Institutions financing the project

Sitemap

WELCOME TO A PROJECT ON CULTURAL CITIZENSHIP

Open_research Virtual_museum_visit Art_exhibition Art_exhibition Public_communication_of_art Art_exhibition Museum_usability Musealization City Museum's_public Hypertexts / Hipermedia Networks Informal_research Interactive_multitouch_table Interactive_multitouch_questionnaire Trichotomies_game Epistemological_languages Theoretical/empirical -_epistemological_historical -_epistemological_historical Cultural_institutions Research's_public

BOOKMUSEUMS AND PUBLICS

Museology Production / Mediation / Reception_of_science Museum_public Scientific_Technological_Literacy Scientific_culture Interdimensional -_Reticular_Sociology Semiology_o f_the_museum Museum_socio-historical_networks Public_communication_of_science Public_understanding_of_science Formal / Informal_education Virtual_museums Diologic_cultural_citizenship

BOOK GENEALOGIC NOVEL

GeoNeoLogic_novel Space(Geo) Innovative_Time(Neo) Subspace's_topos Seminal_author Reader_co-author Social_actor Transmediality_Literature Author's_cleoth HybridCharacter Interface Portuguese Photography Map Geotagging Novel's_index Book_novel e-book novel Movie_novel 3D_novel Software_novel Mobile_novel Web3_novel

PROJECT'S ACTIVITIES

Research_steps Digital_social_networks Open_research Publications Books Magazines Congresses Reports Seminars Advanced_Training Critical_events Internet_sites Hipermedia / Hybrimedia Interactive_multitouch_questionnaire Trichotomies_game Research_global_networks Books_Hypermedia -_epistemological_Publicos_studies Interactive_multitouch_table Art_collections Consultation Project's_conferences Conferences_Images

BOOK PUBLIC ART

Public_art Urban_public_space Cultural_heritage Creative_city Social_aesthetics Urbanscape Urban_policies Tourism Critical_citizenship

BOOK SEMANTIC-LOGICAL SOCIOLOGY

Semantic4_digital_sociology Web2.0 Web3.0 Research_society Social_networks Digital_social_networks Semantic-Logical_social_networks Cyberlime Sociology_of_web2.0 Sociolgy_of_web3.0 Blogosphere Software_Digital_3.0 Documentalissimos_mayak Hybridologic_ontology Social_hybridology Experimental_book Conceptual_abstract

TEXTS ON PROJECT AREAS

Open_research Sociology Museology Public_art Cultural_institutions Public_communication_of_art Museology Hybrimedia Artists Art_gatekeepers Semiotics Public_art Semi-public_space City Literacies Cultural_heritage Virtual_museums Research_society Digital_cultures Cyberlime Epistemologic_issuans Virtual_sgora Digital_social_networks Web2.0 Web3.0 Semantics_sites Digital_games Ontologies Metaverses Serious_games Social_rhetorics Social_hermeneutics Scientific_literacy Digital_literacy Semey_literacy

PROJECT'S PUBLICATIONS

Publications Books Reviews_articles Papers Project's_books

BOOK PUBLIC COMMUNICATION OF ART

Public_communication_of_art Public_understanding_of_science Research_of_museums Museum's_publications Urbanscape Plans_of_Global_crisis Cultural_activity Ludism_of_Web2.0 New_media Digital_social_networks Virtual_museums Digital_cultures Digital_games Metaverses Museum_publics Artists_art_gatekeepers Museology Sociolgy_of_the_museum Digital_interactivity Cultural_heritage Digital_technologies

BOOK AUTHORSHIP / READERSHIP/ ACTORSHIP

Author / authorship Reader /readership Activ / authorship Hybridation_of_heritics Present_book Social_usabilities Surveillance / panopticon Writing/reading Archology_of_cultural_path Writer_Benjamin Authorial_intent Cyberlime Research_society Digital_literacy Community_collaborative_literacy Folksonomies Transcomomies GeoNeoLogic_society/culture GeoNeoLogic_methods

Figura 13: Índice Sócio-Semântico

Quanto ao *modus operandi* do Índice Sócio-Semântico, na sua página, para aceder à página correspondente a um dado termo, clicar nessa palavra. Por exemplo, se clicar no conceito *Investigação_aberta*, o utilizador navega até à *home page* deste *site*, onde essa ideia é explicada. Em cada página, os termos pesquisados encontram-se assinalados na cor da sua dimensão semântica, e em maiúsculas, para mais fácil localização no texto da página.

FONTES DE CONHECIMENTO COMPLEMENTARES

Para além disso, outros recursos sobre o projeto apresentado neste *site*, podem ser acedidas através de vários *links*. Estas ligações sugerem ao visitante deste *site*, alguns endereços da internet que facultam informação social, cultural e semântica, ou onde ocorrem discussões sobre a problemática da arte e a cidadania cultural, por exemplo sítios sobre museus, enciclopédias digitais, redes sociais digitais, *sites* de *news* sobre arte, etc.

ÁGORA VIRTUAL SÓCIO-SEMÂNTICO

Os dispositivos precedentes desconstroem e reconstroem a informação e o conhecimento, tanto em termos dos conteúdos quanto dos procedimentos metodológicos necessários para ativar esses conteúdos. Assim sendo, tais instrumentos de conhecimento social constituem um pretexto para um espaço de exercício de cidadania política e de *cidadania transcultural*. Com efeito, nestes locais virtuais no ciberespaço e no *cibertempo*, acontecem debates acerca de vários assuntos atuais e urgentes, bem como são sugeridas explicações sociais e semânticas de utilidade social sobre os pontos discutidos.

OUTRAS ÁREAS DO CONHECIMENTO MOBILIZADAS PELOS SITES SOCIAL-SEMÂNTICOS

Recentes transformações notáveis estendem-se a múltiplas áreas do conhecimento e das discursividades contemporâneas, como a literatura. Um estudo interessante a este nível (Klooss, 1998) versa sobre a comunicação transcultural e a intertextualidade nas literaturas em Inglês. Numa tal perspetiva e ambiente de inovação, por forma a explorar outros exemplos dos recentes *sites sócio-semânticos* que proliferam hoje na internet, e para colaborar globalmente na construção não apenas da *web 2.0* ou *web Social* mas também da *web 3.0* ou *web Social-Semântica*, outras publicações digitais produzidas por este projeto, e consultáveis na parte final da Bibliografia, são as seguintes:

Web 3 novel

1. What web 3.0 novel is

2. Social semantic Index

2.1. How to use it

3. Meta-semantic Index

author

book

knowledge

literature

logic

meaning

message

novel

reader

relationship

scene

semantics

site

social

text

web

writing

4. Social ontology of a novel

Social semantic sites: what is this?

2. Web 3.0 novel components and feelings

1. GeoNeologic Novel (N)

2. What is a social semantic site?

3. Web 3.0 novel

4. Interface

5. Plot

6. Authors and actors' heteronomy

7. Hybrid Characters

8. GeoNeologism

3. Modes of Reading

1. Fictional reading and meta-information

2. Interactive Reading

3. Social and

© Site planned and made by Pedro Andrade since 2011
 CLICK HERE TO GO TO THE PORTUGUESE VERSION
 (To see other experimental projects, go to site [Experimental Books](#)
 In this site, click small images to see their details)

ABSTRACT

WHAT WEB 3.0 NOVEL IS

This page introduces **SOCIOSEMANTIC ORIGINAL NOVEL (N)**, in its Web 3.0 novel mode.

B. Definition of the main FEATURES of Web 3.0 novel.

Literary theorist and critic Gerard Genette names **PARATEXTS** those texts that, somehow, introduce, prepare or complement the reading of the main text of a work. Literary

(The **WORD CLOUD** above presents, in alphabetical order, some of the main **SIMPLE CONCEPTS** - concepts including a single word - their site corresponding to their frequencies. To this tag cloud terms was applied a **COLOR CODING** whose rules can be found in [Social semantic Index help page](#) .

Figura 14: Home page do site da web 3 novel

- Na área de debates sobre cidadania global, o *site* sócio-semântico Guerras para a paz.
- Na área do hibrimédia, o site sócio-semântico Livros Experimentais. A propósito, recorde-se que hibrimédia significa a fusão de vários média de natureza diferente, num novo *medium* de comunicação, cuja natureza é distinta dos média que o constituem.
- Na área da literatura experimental, o site sócio-semântico *web 3 novel* (ver também as Figuras 14, 15 e 16).

Não é possível descrever aqui estes *sites* em pormenor. No entanto, precisamente porque se trata de *sites* social-semânticos, o utilizador encontra aí diversas explicações sobre os próprios conteúdos, objetivos e métodos empregues na construção desses *sites*. O visitante é convidado a participar através de interpretações genuínas, em vista a uma co-reflexividade entre vários co-autores e co-leitores, relativamente à informação, ao conhecimento e às metodologias dos saberes sociais.



Figura 15: Esquema da web 3 novel

Figura 16: Análise social-semântica da home page da web 3 novel

CONCLUSÃO

Em suma, é possível debater as redes transnacionais através da problemática do seu processo de transformação recente, em particular no seio da *web* Social e da *web* Social-Semântica. Apresentámos sucintamente alguns *sites* social-semânticos que ilustram esta tendência irreversível.

Creemos que uma tal dialética que ocorre no ciberespaço e no cibertempo se articula com as metamorfoses que perpassam no campo da comunicação, confrontando as figuras da comunicação multicultural, intercultural e transcultural.

Urge agora desenvolver este e outros projetos de redes de informação e de conhecimento, numa federação de redes que testemunhe a diversidade das economias, políticas e culturas globais e locais, numa fusão útil que possa contribuir para a cooperação e debate entre os povos, igualmente no agora digital.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrade, P. (Ed.) (2010a). *Museus, Públicos e Literacia Científico-Tecnológica: redes de Comunicação de Significados no Espaço Interdimensional do Museu*. Lisboa: Colibri.
- Andrade, P. (2010b). Museu. In Fernando Cascais et al (Eds.), *Dicionário Crítico da Arte, Imagem, Linguagem e Cultura*. Lisboa: CECL, IGESPAR. Retirado de <http://www.arte-coa.pt/index.php?Language=pt&Page=Saberes&SubPage=ComunicacaoELinguagemCultura&Filtro=79&Slide=150>]
- Andrade, P. (2011). *Sociologia Semântico-Lógica da Web 2.0/3.0 na Sociedade da Investigação: Significados e Discursos Quotidianos em Blogues, Wikis, Mundos/ Museus Virtuais e Redes Sociais Semântico-Lógicas*. Lisboa: Caleidoscópio.
- Andrade, P. (2013). Open Research for diffusion of Open Digital Memories at Web 2.0/3.0. In *8th Global Conference on Cybercultures*. Prague, 15-17/5/2013. Retirado de [www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-contentU.../Andrade2](http://www.inter-disciplinary.net/critical-issues/wp-content/uploads/2013/05/Andrade2)
- Andrade, P. (Ed.) (2016). *A comunicação Pública da Arte: o caso dos museus de arte locais e globais*. Lisboa: Caleidoscópio.
- Bautista, S. (2014). *Museums in the digital age: changing meanings of place, community, and culture*. Lanham: Altamira Press.
- Budapest Open Access Initiative. Retirado de www.budapestopenaccessinitiative.org

- Chittenden, D. (2015). *Creating Connections: Museums and the Public Understanding of Current Research*. Lanham: Altamira Press.
- Drotner, K. (2013). *Museum communication and social media: the connected museum*. Museums-Public relations. Londres: Routledge.
- François, E. J. (2012). *Transcultural Blended Learning and Teaching in Postsecondary Education*. Hershey: IGI Global.
- Graham, B. (2010). *Rethinking curating: art after new media*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Hébert, Y. M. (2006). *Negotiating transcultural lives: belongings and social capital among youth in comparative perspective*. Toronto: University of Toronto Press.
- Huntington, S. (1996). *The Clash of Civilizations and the Remaking of World Order*. Nova Iorque: Simon & Schuster.
- Kim, H. (1999). *Transcultural customization of international training programs*. Nova Iorque: Garland Pub.
- Klooss, W. (1998). *Across the Lines: Intertextuality and Transcultural Communication in the New Literatures in English*. Amsterdão: Rodopi.
- Martins, M. (Ed.) (2015). *Lusofonia e Interculturalidade: promessa e travessia*. V. N. de Famalicão: Húmus.
- McIntyre, J. (2013). *Global Citizenship and Social Movements: Creating Transcultural Webs of Meaning for the New Millennium*. Amsterdão: Harwood Academic Publishers.
- Robering, K. (2008). *Information Technology for the Virtual Museum: Museology and the Semantic Web*. Berlim: LIT Verlag.
- Simmel, G. (1964). *Conflict / the Web of Group Affiliation*. Nova Iorque: Free Press.
- Stephenson, B. (2015). *Digital Media and Technology in Afterschool Programs, Libraries, and Museums*. Cambridge, Mass.: MIT Press.
- Taylor, C. (1994). *Multiculturalism: Examining the Politics of Recognition*. Princeton: Princeton University Press.
- Wallerstein, I. (1984). *The Politics of the World-Economy: The States, the Movements and the Civilizations*. Cambridge: Cambridge University Press.

SITES SEMÂNTICO-LÓGICOS

A. Sociologia / Artes Visuais:

Comunicação Pública da Arte <https://sites.google.com/site/compubarte/>

Public Communication of Art <https://sites.google.com/site/compubartenglish/>

Guerras para a Paz <https://sites.google.com/site/peaceswars/>

Wars for Peace <https://sites.google.com/site/peacewarsenglish/>

B. Híbrimedia / Literatura:

Livros Experimentais: <https://sites.google.com/site/livrosexperimentais/>

Experimental Books: <https://sites.google.com/site/livrosexperimentaisenglish/>

Novela Rede 3: <https://sites.google.com/site/web3novel/>

Web 3 Novel: <https://sites.google.com/site/web3novelenglish/>

Citação:

Andrade, P. (2017). Redes lusófonas de conhecimento: multiculturais, interculturais ou transculturais? In M. Gama & H. Sousa (Eds.), *Contributos do Congresso Internacional "Redes de Cooperação Cultural Transnacionais: Um olhar sobre a realidade lusófona"* (pp. 141-171). Braga: CECS.