

## Cultura digital: mediatização, vigilância e espaço público

### **Silvia Valencich Frota**

(Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Centro de Estudos Comparatistas)

([silviafrota@letras.ulisboa.pt](mailto:silviafrota@letras.ulisboa.pt))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8677-9398>

### **Nuno Medeiros**

(Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, Centro de Estudos Comparatistas)

([nmedeiros@letras.ulisboa.pt](mailto:nmedeiros@letras.ulisboa.pt))

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5350-4294>

**Silvia Valencich Frota (short bio):** Doutora em Estudos de Literatura e de Cultura, na especialidade de Cultura e Comunicação. Professora do Programa em Cultura e Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa e investigadora do Centro de Estudos Comparatistas. Tópicos de interesse: nacionalismos, identidades, cidadania e cultura digital.

**Nuno Medeiros (short bio):** Doutor em Sociologia, Especialidade em Sociologia da Cultura, Conhecimento e Educação. Professor do Programa em Cultura e Comunicação da Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa, docente do Departamento de História da mesma faculdade e investigador do Centro de Estudos Comparatistas e do Centro de História da Universidade de Lisboa. Tópicos de interesse: livro, edição, mediação e circulação da cultura (escrita, impressa e digital), práticas e instituições culturais.

## **Cultura digital: mediatização, vigilância e espaço público**

**Resumo** (PT): As transformações da cultura, promovidas quer pelo digital quer pelo desenvolvimento dos *media* e dos sistemas de informação e comunicação, representam um dos grandes desafios das sociedades contemporâneas. Entender tais mudanças e os seus impactos, muitas vezes profundos, torna-se parte do quotidiano, não só de profissionais da comunicação, mas de todas/os nós, cidadãs e cidadãos. Que desafios, riscos e oportunidades afloram? Que novos espaços públicos de interação e socialização estão a ser promovidos? A partir de uma abordagem transdisciplinar, o objetivo deste dossiê é promover a reflexão sobre o impacto dessas novas tecnologias numa sociedade marcada, por um lado, pela abundância de informação e dados e, por outro, por uma profunda e generalizada crise de confiança, com todo o potencial de rutura e instabilidade que lhe pode ser associado.

*Palavras-chave:* Cultura Digital, Redes Sociais, Desinformação, Vigilância, *Media* Digitais.

## **Digital culture: mediatization, surveillance and public space**

**Abstract** (EN): The transformation in culture, driven by digital technology and the development of media, information, and communication systems, represents one of the most significant challenges of contemporary societies. Understanding these profound changes and their impacts becomes part of the everyday life of communication professionals and citizens in general. In this context, what challenges, risks and opportunities arise? What new public spaces for interaction and socialization are being fostered? Through a transdisciplinary approach, this special issue aims to reflect on the impact of new technologies in a society based on the abundance of information and data that coexists with the potential of rupture and instability, with a deep and widespread crisis of confidence as a result.

*Keywords:* Digital Culture, Social Media, Disinformation, Surveillance, Digital Media.

---

## Introdução

Caminhar pelas cidades contemporâneas implica, necessariamente, realizar uma incursão pelo universo dos *media*. Anúncios publicitários, *grafitti* e ecrãs, de todos os tamanhos, competem pela nossa atenção: dos mais pequenos, como os dos telemóveis, *tablets* e computadores, até aos ecrãs das televisões que se multiplicam nos cafés ou dos grandes painéis de LED que ocupam o espaço público. Muitas vezes, fachadas inteiras de edifícios refletem imagens em movimento ou até mesmo o céu é transformado em suporte material para o desfile de drones e luzes que formam imagens sob o controlo de programas e algoritmos. Neste quadro, o espaço público urbano emerge como uma constelação de lugares de vivência, fruição, imaginação e experiência em que a cultura digital se encontra — amiúde quase inescapavelmente — disseminada e incrustada (Signore & Riether, 2018).

Por outro lado, a imbricação do digital nas práticas individuais e coletivas (Ramella et al., 2017), num contexto de crescente conectividade e interligação de sistemas massificados de recolha, armazenagem e trânsito (frequentemente tráfico) de dados, aprofunda, ao nível de uma espécie de incorporação, esse contacto inescapável com um universo mediático, suscetível de diluir as fronteiras entre as dimensões públicas e privadas dos espaços de trabalho, educação, lazer, intimidade, domesticidade e consumo *lato sensu*. Pensar as sociedades contemporâneas implica, em alguma medida, mapear, compreender e analisar os complexos sistemas de informação e comunicação, que simultaneamente as estruturam e são estruturados por elas. Este emaranhado de redes, com os seus múltiplos nós e ligações, possibilita e estimula a circulação de dados, ideias, objetos e pessoas, transformando a noção de espaço e a de tempo, imbricando-as e desafiando-as (Castells, 2009).

O acelerado — e, apesar da denominada fratura digital (Furtado, 2012), presumivelmente irreversível — processo de digitalização é parte relevante deste cenário. A cultura digital conquista territórios e mentes (Orton-Johnson, 2024), mas é preciso pensar além dela. Mais do que a cultura digital, interessa conhecer, analisar e refletir sobre a cultura do digital, ou seja, sobre os novos valores, visões de mundo, formas de relacionamento e processos de construção de significados promovidos direta e indiretamente pelo digital, e sobre os modos plurais e mesmo ambivalentes (Helbing, 2019) como se inscrevem nas — e inscrevem as — estruturas sociais, culturais, económicas e políticas da existência e

interação humanas (Arditi & Miller, 2019). Nesta dupla inscrição engendra-se um espaço de tensão entre as culturas — e estruturas — de liberdade e as culturas — e estruturas — de vigilância (Foucault, 1975; 2004; Haggerty & Ericson, 2000; Athreya, 2020), ambas escoradas num cenário atual marcado, entre outros traços definidores, pela hiperconexão, superdiversidade e centralidade dos dados na vida contemporânea e pelas problemáticas que deles decorrem, designadamente no quadro das suas expressões públicas. Que novos espaços públicos são possíveis? Como se caracterizam? Que novas oportunidades e riscos afloram? Que novos agentes neles participam? Que novas relações de força são estabelecidas?

Partindo do conceito de cultura promovido por áreas disciplinares amplas (agregando propostas desde os Estudos Culturais à Sociologia da Cultura, passando pela Antropologia Social), neste dossiê refletimos sobre o impacto do digital na sociedade contemporânea, sobretudo no contexto português. Apesar de uma ótica estribada em propostas necessariamente heterogêneas, o conceito central de cultura, na visão aqui adotada, corresponde à ideia de que o que é cultural é uma construção permanente, sucede em todas as esferas da vida, é partilhado socialmente e a sua dimensão de criação toma forma como produção ou circuito, decorrendo não somente numa fase de engendramento, mas também em momentos da sua mediação e da sua receção (Klinenberg & Benzecry, 2005; Manovich, 2009), nos quais há adscrição de novos sentidos (frequentemente subvertendo as intenções iniciais de outros agentes e instâncias de criação prescritiva de significado) (Williams, 1995; Hesmondhalgh, 2013). Neste âmbito concetual — de amplitude vasta, reconheça-se — interessa-nos perceber que novos cenários emergem com o desenvolvimento de novos sistemas de informação e comunicação e que novos mapas de significação (Hall, 1997) são promovidos ou despromovidos.

O primeiro ponto a destacar consiste na ideia de disrupção (Santaella, 2022). Parece haver uma perceção generalizada de que a amplitude e a profundidade das transformações socioculturais promovidas pelo desenvolvimento tecnológico, sobretudo com a entrada em cena da inteligência artificial generativa (IAG), representam um rompimento com o passado e a necessidade de adoção de modos de vida inovadores, nunca antes experimentados. As competências e o conhecimento que temos, que mobilizamos e até que exibimos, o nosso vocabulário e, em larga medida, as lentes que utilizamos para analisar o mundo ao nosso redor parecem já não ser suficientes. Se o panorama atual é de disrupção ou não, é cedo para dizer (Smith & Smith, 2024), mas parece razoável

reconhecer que vivemos tempos de mudanças significativas, em que as previsões de futuro são cada vez mais arriscadas e feitas a curto prazo. Nesse contexto, estudar a cultura digital, isto é, as novas formas de ser e estar no mundo que se tornam possíveis e/ou são estimuladas pelo digital, torna-se uma tarefa cuja complexidade é dificilmente refutável.

Os novos sistemas de informação e comunicação, fortemente baseados nas tecnologias digitais, impulsionam diferentes processos de mediatização. Penetrando todos os espaços possíveis, muitas vezes de modo ubíquo (Santaella, 2013), os *media* e a sua lógica transformam as insituições sociais e assumem-se como uma instituição em nome próprio (Hjarvard, 2013), promovendo mudanças de natureza estrutural, que afetam, portanto, toda a sociedade, independentemente do consumo que se faça dos *media* ou de dispositivos digitais. A tecnologia, aqui entendida como forma de linguagem, como sugere Santaella (2022), consente e promove modos alternativos de construção de sentido, identidades, valores, visões de mundo, relacionamentos e sentimentos. Adotando-se, aqui, uma perspectiva sociotécnica, interessa destacar as novas formas de cognição, fruição e consumo que se desenvolvem nas sociedades contemporâneas, crescentemente pautadas por processos de desterritorialização e desintermediação (Ritzer, 2015; Brabazon, 2016).

Se a escrita e, sobretudo, o livro representam, em certa medida, a expansão e exteriorização da nossa memória, consumando-se como um dos modelos de ordenamento do mundo (Medeiros, 2024); se o desenvolvimento da mecânica implica o incremento da nossa força física; se o computador promove a expansão da nossa capacidade de calcular e processar informações; como pensar o humano hoje, face aos desafios e ao desenvolvimento, sobretudo, da IAG? A ideia da superação do humano não é nova, como evidencia boa parte da nossa literatura e produção cultural em torno da figura do ciborgue em diferentes composições: desde o aprimoramento do corpo humano até à sua reinvenção ou substituição (Haraway, 1991; Braidotti, 2013; Ringrose & Harvey, 2017). A perspectiva que agora se abre, entretanto, representada pelo conceito de “neo-humano” (Santaella, 2022), gira em torno da sua reinvenção. Afasta-se, assim, a ideia de substituição a favor da complementaridade. Que novas formas de humanidade são promovidas por esta cultura digital, em constante transformação, alimentada por sistemas de informação e comunicação cada vez mais complexos?

Neste dossiê, exploramos uma constelação de distintas vertentes que configuram este cenário: os dilemas em torno da questão da vigilância; o desafio promovido pela desinformação e a importância da responsabilização de todos os atores envolvidos em tais processos; os novos formatos da comunicação mediática, seja no contexto do metaverso, seja no recurso aos chamados *deepfakes* no discurso publicitário; o potencial de participação cidadã promovido pela internet; ou ainda as representações discursivas que circulam no ambiente digital.

Em “20 anos de videovigilância dos espaços públicos em Portugal”, são resgatados a história e o histórico de adoção de políticas públicas de vigilância por parte do Estado português. Em destaque, a constante negociação entre o direito à privacidade e à proteção de dados e o direito à segurança no espaço público. Esta reflexão evidencia que o dilema não é novo, isto é, não surge com o digital, embora ganhe escala com ele. A ideia de vigilância (na sua necessidade e nos seus limites), que informa o capitalismo contemporâneo, é tema recorrente nas discussões sobre a era digital, como confirmam o conceito de capitalismo de vigilância (Zuboff, 2019) e a noção de dataficação e plataformização da sociedade (Dijck et al., 2018), etc.

Em “Desinformação nas Eleições de 2022 no Brasil”, o recurso às chamadas *fake news* como estratégia de comunicação política e de convencimento do eleitorado é, mais uma vez, abordado. O artigo explora a campanha presidencial brasileira de 2022 — na qual o então presidente, Jair Bolsonaro, não conseguiu ser reeleito —, a partir da análise do projeto Contra Fake. O mapeamento de notícias falsas, a sua análise e formas de distribuição são destacados ao longo do artigo, assim como a necessidade e premência da adoção e manutenção de iniciativas como esta em prol da proteção e fortalecimento das democracias modernas.

Em “*Media* sociais: lacuna no debate sobre responsabilidade”, explora-se o complexo contexto social no qual se estruturam os atuais sistemas de informação e comunicação de modo a chamar-se a atenção para os diversos atores envolvidos. Se as redes sociais e os seus utilizadores estão sempre presentes na discussão sobre responsabilidade pelos efeitos negativos associados a tais sistemas, outros atores, como as empresas de publicidade, por exemplo, cujos interesses contribuem de forma significativa para o seu desenho, são, muitas vezes, deixados de lado. Repensar a participação e responsabilidade de todos os atores envolvidos na promoção dos atuais sistemas de comunicação digital é essencial para se combater os efeitos nocivos que podem exercer nas sociedades contemporâneas.

Em “O futuro das notícias está no Metaverso?”, novos formatos de produção da notícia são explorados, com destaque para o recurso ao metaverso. A partir da análise de uma iniciativa do jornal *Expresso*, reflete-se sobre as limitações e potencialidades associadas ao uso das novas tecnologias de comunicação e informação.

Em “A imagem imortal: *deepfakes* e os limites da identidade midiática pós-morte”, aprofunda-se a discussão em torno do uso das novas tecnologias de comunicação já referidas. Desta vez, a análise recai sobre os *deepfakes* — falsificações produzidas, em geral, em vídeo, com forte efeito de simulação da realidade — e o seu uso no mercado publicitário. Na peça publicitária analisada, a cantora brasileira Elis Regina, falecida em 1982, é “reanimada” para atuar ao lado da sua filha, Maria Rita. Proteção à memória, confiança e credibilidade são apenas algumas das questões que se afloram ao longo do debate em torno dos limites entre o que é aceitável ou não, no contexto deste mundo digital, que torna tecnicamente possíveis tais apropriações.

Em “Internet and citizen participation”, resgata-se, em parte, a promessa da internet como espaço público e de exercício de direitos, mas sem perder de vista as suas limitações. Esta reflexão incide sobre o impacto do acesso à Internet, especialmente às redes sociais, como o Facebook e o Instagram, no envolvimento e convencimento de eleitores, em Angola, no período entre 2022 e 2023. O papel da Internet como espaço público e ambiente propício ao ativismo cívico é analisado, assim como o seu impacto na discussão e deliberação política em Angola.

Em “O envelhecer feminino nas redes sociais”, a produção e partilha de discursos e representações nas redes sociais, em especial no Instagram, são realçadas de modo a explorar o seu potencial de promoção de mudanças socioculturais, em sentido amplo. Interessa, aqui, a perspetiva do agenciamento feminino e a possibilidade de multiplicação de vozes e agentes no ambiente digital. As atitudes sobre o envelhecimento feminino são exploradas de modo a romper com antigos paradigmas construídos em torno da fixação de uma posição de subalternidade e de controlo do corpo feminino.

O conjunto de artigos reunidos neste dossiê pretende, na sua diversidade temática e interpretativa, delinear um espaço amplo e aberto de reflexão sobre os temas que surgem neste primeiro quartel de século XXI, no qual o digital veio acrescentar um grau ainda maior de propagação e presença aos já complexos sistemas de informação e comunicação. Nem todos os temas serão absolutamente novos, como é evidente, mas adquirem

seguramente novos contornos com o avanço do digital. Abandonando previsões muitas vezes catastróficas, lançamos o nosso olhar sobre a sociedade a partir das pistas que o estudo da cultura e da comunicação nos propicia. Em vez de um mundo cada vez mais globalizado e competitivo, propomo-nos pensar um mundo cada vez mais globalizado e colaborativo, acreditando que a cultura digital tenha um papel essencial a desempenhar nesse processo.

---

## REFERÊNCIAS

- Arditi, D. & Miller, J. (Eds.). (2019). *The dialectic of digital culture*. Lexington Books.
- Athreya, B. (2020). Slaves to technology: worker control in the surveillance economy. *Anti-Trafficking Review*, 15, 82–101. <https://doi.org/10.14197/atr.201220155>.
- Brabazon, T. (2017). Afterword: (digital) physical cultural studies? In M. Silk, D. Andrews & H. Thorpe (Eds.), *The Routledge handbook of physical cultural studies* (pp. 597–603). Routledge.
- Braidotti, R. (2013). *The posthuman*. Wiley.
- Castells, M. (2009). *The communication power*. Oxford University Press.
- Dijk, J., Poell, T., & Waal, M. (2018). *The platform society*. Oxford University Press.
- Foucault, M. (1975). *Surveiller et punir*. Gallimard.
- Foucault, M. (2004). *Naissance de la biopolitique (1978–1979)*. Le Seuil.
- Furtado, J. A. (2012). *Uma cultura de informação para o universo digital*. Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Haggerty, K. D. & Ericson, R. V. (2000). The surveillant assemblage. *The British Journal of Sociology*, 51(4), 605–622. <https://doi.org/10.1080/00071310020015280>.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: cultural representations and signifying practices*. The Open University & Sage.
- Haraway, D. (1991). *Simians, cyborgs and women: the reinvention of nature*. Routledge.
- Helbing, D. (Ed.). (2019). *Towards digital enlightenment: essays on the dark and light sides of the digital revolution*. Springer.
- Hesmondhalgh, D. (2013). *The cultural industries*. Sage.
- Hjarvard, S. (2013). *The mediatization of culture and society*. Routledge.
- Klinenberg, E. & Benzecry, C. (2005). Introduction: cultural production in a digital age. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 597(1), 6–18. <https://doi.org/10.1177/0002716204270420>.
- Manovich, L. (2009). The practice of everyday (media) life: from mass consumption to mass cultural production? *Critical Inquiry*, 35(2), 319–331. <https://doi.org/10.1086/596645>.
- Medeiros, N. (2024). Cultura e comunicação impressas como trânsito e formulação do mundo: mediação, prescrição, apropriação. In Z. Duarte, J. S. Santos & S. S. Souza, S. S. (Eds.), *Diálogos*



*interdisciplinares: perspectivas integradoras de unidades de informação, documentação e cultura* (pp. 321–336). Editora Cultura & Informação.

Orton-Johnson, K. (2024). *Digital culture and society*. Sage.

Ramella, A. L., Lehmuskallio, A., Thielmann, T. & Abend, P. (2017). Introduction: mobile digital practices. Situating people, things, and data. *Digital Culture and Society*, 3(2), 5–18. <https://doi.org/10.14361/dcs-2017-0202>.

Ringrose, J. & Harvey, L. (2017). Digital mediation, connectivity and affective materialities. In M. Silk, D. Andrews & H. Thorpe (Eds.), *The Routledge handbook of physical cultural studies* (pp. 451–464). Routledge.

Ritzer, G. (2015). Prosumer capitalism. *The Sociological Quarterly*, 56, 413–445. <https://doi.org/10.1111/tsq.12105>.

Santaella, L. (2013). *Comunicação ubíqua: reflexões na cultura e na educação*. Paulus.

Santaella, L. (2022). *Neo-Humano: a sétima revolução cognitiva do Sapiens*. Paulus.

Signore, M. & Riether, G. (2018). *Urban machines: public space in a digital culture*. LISSt Lab.

Smith, P. & Smith, L. (2024). This season's artificial intelligence (AI): is today's AI really that different from the AI of the past? Some reflections and thoughts. *AI Ethics*, 4, 665–668. <https://doi.org/10.1007/s43681-023-00388-0>.

Williams, R. (1995). *The sociology of culture*. The University of Chicago Press.

Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: the fight for a human future at the new frontier of power*. Profile Books.