

## Cibercultura e ciberconsumo do design

Otniel Josafat Lopez Altamirano <sup>a</sup>✉, Monica Moura <sup>b</sup>, Wendy Montes Ponce <sup>c</sup>,  
Esteban Sumano <sup>d</sup>

<sup>a,b</sup> Programa de Pós-Graduação em Design, FAAC, Universidade Estadual Paulista "Júlio de Mesquita Filho" campus Bauru. Av. Eng. Luís Edmundo Carrijo Coube, 14-01 - Vargem Limpa, Bauru - SP, Brasil.

<sup>a,c,d</sup> Autores- a, c, d: Programa de Arquitetura, Fac. Arq. "5 de Mayo", Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca. Av. Universidad S/N. Ex-Hacienda 5 Señores, Oaxaca, México.

<sup>a</sup> otniel\_digital@hotmail.com; <sup>b</sup> monicamoura@faac.unesp.br; <sup>c</sup> mtraarqwendymontes@gmail.com;

<sup>d</sup> es261253@hotmail.com

**A presente revisão bibliográfica enuncia as posturas de autores frente à convergência de conceitos sobre comportamentos sociais, culturais, intelectuais, que manifestam uma ligação estreita com o desenvolvimento tecnológico e a sua utilização, assim como a manipulação de informação e como esta é criada, processada e espalhada entre grupos, frente a uma revolução de consumo constante entre universos virtuais e reais. A informação através do design é um dos novos desejos de consumo do século atual, quando é bem estruturada, além de ser compreendida, pode transformar dados em conhecimento para influir em ações. O objetivo do levantamento, é refletir com base a dados e colocações de teóricos o dialogo que existe entre a cibercultura e ciberconsumo devido as novas plataformas digitais que atuam como ferramenta de transformação sócio- cultural através da rede tecida no ciberespaço, finalmente conhecer a trajetória, participação, e responsabilidade de produção e consumo no universo virtual.**

Palavras-chave: ciberespaço; cibercultura; ciberconsumo; design da informação.

### ***Cyberculture and cyberconsumption of design***

*This literature review sets forth author's positions regarding the convergence of concepts about social, cultural and intellectual behavior, which show a close connection with technological development and its use, as well as the manipulation of information and how it is created, processed and spread among groups, facing a constant consumption revolution between virtual and real universes. Information through design is one of the new consumer desires of the present century, when it is well structured, beyond being understood, can transform data into knowledge to influence actions. The objective of the survey is to reflect on the basis of data and theoretical positions the dialogue that exists between cyberculture and cyberconsumption due to the design of new digital platforms that act as a tool for socio-cultural transformation through the network in cyberspace, finally to know the trajectory, Participation, and responsibility for production and consumption in the virtual universe.*

*Keywords: Cyberspace; Cyberculture; cyberconsumption; information design.*

## 1. Introdução

Discutir sobre o comportamento do indivíduo que pertence a grupos com interesses e necessidades semelhantes, nos leva a entender as percepções que tem sobre os acontecimentos a nível global, de igual modo, o posicionamento que toma frente as mudanças arredor dele e como processa os seus pensamentos. As formas de atuar e interagir entre usuários são a manifestação dos desejos individuais e coletivos, através de linguagens e sistemas, que tem a capacidade de entender e dominar códigos em diferentes entornos de configurações, justificando a complexidade e abrangência da cultura à que pertencem.

A presente revisão bibliográfica enuncia as posturas de autores frente à convergência de conceitos sobre comportamentos sociais, culturais, intelectuais, que manifestam uma ligação estreita com o desenvolvimento tecnológico e a sua utilização, assim como a manipulação de informação e como esta é criada, processada e espalhada entre grupos, frente a uma revolução de consumo constante entre universos virtuais e reais. Se distinguem os avanços que os indivíduos tem frente as ferramentas tecnológicas, o impacto que estão gerando neles e a atuação da indústria com o design dessas novas plataformas digitais. O objetivo desse levantamento, é refletir com base em dados e colocações de teóricos, para conhecer a trajetória, participação e responsabilidade de produção e consumo como usuários a partir do nosso nicho sociocultural. Também, conferir que a história comprova que as mudanças políticas, socioeconômicas e tecnológicas estabelecem outros processos, técnicas e materiais que, por sua vez, interferem e geram novos padrões de criação, projeto, produção, relacionamento e comunicação, atendendo as novas constituições de novos grupos sociais.

## 2. Ciberespaço

Pensar no ciberespaço pode nos remeter a um submundo complexo e diversificado com grande quantidade de elementos, parecido com uma rede neural interligada de um fluxo continuo de informações, com respostas a diferentes estímulos. Segundo a pesquisa, O design de Hipermissão (2003), possibilita entre outras questões, o acesso mais facilitado e democratizado aos sistemas, bem como a projetos hipermediáticos, tornando-os mais conhecidos e presentes na vida cotidiana.

A época na qual vivemos será marcada pelas questões e pelo conceito da rede, pela disseminação da informação e pelo rápido desenvolvimento tecnológico das plataformas, sistemas, interfaces e dos software que se atualizam constantemente.

Para entender o funcionamento da rede, temos que nos referir ao “ciberespaço”, termo que foi cunhado em 1984 pelo escritor William Gibson (1986), em seu romance de ficção científica *Neuromante*, que diz respeito ao espaço cibernético, ao espaço virtual da memória e da rede de computadores, da internet, das telecomunicações e da mídia digital como um todo que se relaciona, se integra, se comunica e estabelece trocas através dos acessos aos bancos de dados abertos e disponíveis nas redes informáticas. No mesmo livro, esse termo designa o universo das redes digitais:

Descrito como campo de batalha entre as multinacionais, palco de conflitos mundiais, nova fronteira econômica e cultural. Em *Neuromante*, a exploração do ciberespaço coloca em cena as fortalezas de informações secretas protegidas pelos programas, ilhas banhadas pelos oceanos de dados que se metamorfoseiam e são trocados em grande velocidade ao redor do planeta. Alguns heróis são capazes de entrar “fisicamente” nesse espaço de dados para lá viver todos os tipos de aventuras. O ciberespaço de Gibson torna sensível a geografia móvel da informação, normalmente invisível. O termo foi imediatamente retomado pelos usuários e criadores de redes digitais. (Lévy 1999 p. 93).

Devido a isso, a pesquisa “O design de Hiper mídia” (2003), refere à rede como aquela que apresenta a possibilidade de um movimento com uma espécie de interconectividade e intercomplexidade generalizada. E complementa remetendo a Parente (1999), quem determina que o “Ciberespaço é o novo espaço de comunicação da humanidade, aquele que integra algumas das mais importantes inovações no campo da eletrônica, da cibernética, da computação, da informação e da comunicação”.

Lévy (1999) refere-se a Esther Dyson, George Gilder, Jay Keyworth e Alvin Toffler em sua *Magna Carta for the Knowledge Age in New Perspective Quarterly*, 1994, p. 2637. Para estes autores, o ciberespaço é a “terra do saber” (“*the land of knowledge*”), a “nova fronteira” cuja exploração poderá ser, hoje, a tarefa mais importante da humanidade (“*the exploration of that land can be the civilization's truest highest calling*”).

O crescimento do ciberespaço, por sua vez, Lévy (1999) estima que correspondeu a um desejo de comunicação recíproca e de inteligência coletiva. Igualmente estabelece os seguintes critérios a respeito do erro comum de confundir a autoestrada eletrônica e o ciberespaço:

O ciberespaço não é uma infraestrutura técnica particular de telecomunicação, mas uma certa forma de usar as infraestruturas existentes, por mais imperfeitas e disparatadas que sejam. A autoestrada eletrônica remete a um conjunto de normas de software, de cabos de cobre ou de fibras óticas, de ligações por satélite etc. Por outro lado, o ciberespaço visa, por meio de qualquer tipo de ligações físicas, um tipo particular de relação entre as pessoas. (Lévy 1999 p. 124).

Pensar e atuar em rede é afirmar a convivência em um sistema aberto, rizomático, segundo Deleuze e Guatarri (2009). Portanto, a organização do rizoma (ou a ausência dele) é o resultado da oposição fundamental da hierarquia, comparada com uma árvore: “A diferença das arvores e de suas raízes, se encontra no rizoma que conecta qualquer ponto com qualquer outro ponto, e seus rasgos não estão ligados necessariamente a rasgos da mesma natureza”, ou seja, tem múltiplas vias de entrada e saída.

Essa forma de estruturar a informação está perto da nova maneira de pensar à internet, que dá origem a um mundo muito mais *smart* do que imaginamos. Como defende Martel (2015), a diversidade das internets, as singularidades nacionais, as línguas, as culturas têm o seu devido lugar no mundo digital. A internet não é hostil às ideias, às diferenças locais, às línguas, como tampouco se posiciona contra a “exceção cultural” ou a diversidade. Assim, todo processo que incorpora tecnologia passa por uma série de transformações, em diferentes âmbitos, sobretudo nas formas do pensamento individual, que posteriormente influem coletivamente. Grandes são as características que definem ao indivíduo contemporâneo, assim como as suas especificidades culturais que são o reflexo dos modos de pensar, viver e produzir criativamente, tendo a capacidade de evoluir, misturar-se e trocar conceitos que formarão parte das suas atividades.

## 2.1 Cibercultura

O conceito da cibercultura, na percepção de Francisco Rüdiger (2012), nasce da crítica ideológica, contando com os seguintes elementos: «Neoliberalismo» como um modelo político, «globalização» determinada pela economia, e, a «internet», como uma rede de trocas. Portanto é uma conjugação entre a tecnologia e a vida social na cultura contemporânea, significando uma reinvenção cotidiana.

Surge então, um "movimento social", como descreve Lévy (1999), quando se trata de um fenômeno habitualmente considerado como "técnico". Eis, portanto, o que tenta sustentar: a emergência do ciberespaço é fruto de um verdadeiro movimento social, com seu grupo líder (a juventude metropolitana escolarizada), suas palavras de ordem (interconexão, criação de comunidades virtuais, inteligência coletiva) e suas aspirações coerentes.

Por outro lado, a reflexão sobre as tecnologias da informação, traz como resultado o desenvolvimento da tecnociência que reflete na cultura moderna. Assim, Rüdiger (2012) diz que “A tecnologia é, às vezes, determinante do processo histórico e na formação da vida social”. De igual modo, no mesmo documento complementa: “A tecnologia em si mesma é neutra e não deveria ser rotulada de boa ou má: (seria) o uso ao que submetemos os novos inventos científicos, que fomenta ou degrada o bem-estar e a prosperidade individual”.

A publicação “Design Brasileiro Contemporâneo: reflexões” (2003), refere:

Que há sempre um clima de mudança no ar. O entorno é alterado, modificado a cada passagem. E há um corpo de massa física e orgânica, de constituição mental e psíquica, de relações espirituais e emocionais, tudo isso permeado pela história, pelo ambiente natural e pelo ambiente construído, pelas experiências, lembranças, memórias, pelas ações do ser desse corpo, por seus ideais e pelas influências e aprendizados com os outros corpos que povoam os mesmos espaços e também por aqueles que povoam outros espaços. (2003 p. 19).

Essas mudanças são determinações a serem transcendidas em outros campos, bem como, explorar alternativas funcionais que se incorporam progressivamente, por que tudo é constante, frequente e resultado do fenômeno global. Assim, devemos estar dispostos e receptivos frente essas convergências, pois é uma soma de elementos que definirão as nossas atividades futuras, e os nossos comportamentos. Jenkins (2006) refere:

Não é segredo que ocorreu uma mudança de paradigma no modo como o mundo consome as mídias. Ouvimos todo aquele discurso apocalíptico. O comercial de 30 segundos morreu. A indústria fonográfica morreu. As crianças não assistem mais à televisão. Mas a verdade é que continuam produzindo música, continuam veiculando o comercial de 30 segundos. As velhas mídias não morreram, nossa relação com elas é que morreu. Estamos numa época de grandes transformações, e todos nós temos três opções: temê-las, ignorá-las ou aceita-las. Jenkins (2006 p. 10).

Em contrapartida, Rüdiger (2012), no texto de Elementos para a Crítica da Cibercultura, tem a seguinte posição: Mais do que o rádio, a TV, e o cinema, o meio eletrônico cria um mundo paralelo auto-suficiente, onde as pessoas podem entrar e sair à vontade, imergir e frequentar, e sua única busca é a de lugares para fugir do tédio do cotidiano. Fugas episódicas, raramente gratificantes.

Descordando com a referencia acima, não podemos dizer que os indivíduos estão na “busca de lugares para fugir do tédio do cotidiano”, se entendemos que as mídias são plataformas de acesso a vidas paralelas, com conteúdos diversos, que dependem do consumo dos usuários, podendo escolher o melhor ou o pior de cada uma delas. A percepção do mundo virtual, trouxe o termo “*second life*”, uma vida alternativa à realidade, onde você podia ser aquela pessoa tão diferenciada como você gostaria de ser, mudar seu status social, econômico, de gênero, aparência física, raça, idade, e assim por diante, principalmente para o entretenimento; o que abriu uma linha fraca entre a veracidade e a falsidade nos bancos de dados gerados. Porém, frente a este

universo virtual, formou-se uma rede, principalmente de serviços, na que os usuários começaram a ter acesso as comunicações, criar laços mais fortes, através de uma linguagem convergente, troca de opiniões, informações num fluxo contínuo, tal como ocorre com os entornos *Wiki*. Então, a reflexão não pode ficar simplesmente sobre o individuo que foge de seu cotidiano, devendo explorar sobre o universo arredor das informações apresentadas a ele.

Paralelamente nessas ligações entre vida real, principalmente na faixa cultural e o impacto no universo virtual, durante datas recentes, se tem manifestado mensagens e atitudes xenofóbicas em diferentes pontos e âmbitos num nível internacional, que mostram uma intolerância entre indivíduos e que tal parece ser uma doença atual de grupos minoritários, mas que estão expondo sua fobia através das mídias. Lévy (1999) já falava que existia no mundo uma profusão de correntes literárias, musicais, artísticas e talvez até políticas que se diziam parte da "cibercultura". Em datas recentes os efeitos deste comportamento no campo político foram mais visíveis, porém polêmicos a partir da candidatura do hoje mandatário eleito dos Estados Unidos, Donald Trump, quem entre seus discursos determinava o reforço entre a fronteira com o México, para trazer de volta um país apenas de norte-americanos sobe o lema: "*Make America Grate Again*".

Segundo o Canal Comstor México, expressa as seguintes dificuldades neste tema:

Questões comerciais, com a ruptura da Parceria Transpacífico (TPP), mudanças nas políticas de imigração e preocupação com a cibersegurança federal são algumas das primeiras polêmicas que mexem com o mercado da América Latina, especialmente do México. (Canal Comstor, fev. 2017).

A partir disso, os acordos entre o México com outros países tornam-se uma necessidade emergente.

Além das mudanças nas políticas de imigração que foram muito questionadas pelo setor privado norte-americano, especialmente pelas empresas de tecnologia, que contam com um grande número de colaboradores estrangeiros e que atuam em vários países exigindo um fluxo contínuo de entrada e saída dos EUA. (Canal Comstor, fev. 2017).

O mencionado acima, está além de apenas fechar as fronteiras e evitar o transito de pessoas, pois essas decisões impactam em empresas no desenvolvimento tecnológico na área de serviços e no ramo econômico, inclusive nos termos do design, devido a que grandes e pequenas empresas começaram estar sujeitas a regras migratórias. O consumo e desenvolvimento de produtos, bem como os fornecedores de matérias primas acharão outras alternativas. Tanto o design de software, sistemas e aplicativos,

assim como o comércio eletrônico, entre outros setores, são algumas de tantas produções que estão envolvidas em conjunto com a mão de obra latino-americana, dentro e fora dos Estados Unidos, que contribuem no êxito de projetos e serviços para usuários a nível global.

### 3. Consumo da informação

Featherstone (1997), conversa entre o romantismo, o desejo e consumo da classe média, que a perspectiva do modo de consumo enfatiza as continuidades do manejo e do uso dos bens, socialmente estruturado, entre a sociedade capitalista contemporânea e outros tipos de sociedade. Campbell referenciado por Featherstone (1997) no mesmo texto escreve o seguinte: "Assim, a atividade essencial do consumo não é a seleção, a aquisição ou o uso real dos produtos, mas a procura imaginária do prazer a que se presta a imagem do produto. O consumo "real" é em grande parte, o resultado desse hedonismo "mentalístico".

Entre os resultados das mudanças, entendemos que os tempos de produção são proporcionais ao tempos de consumo, bem como ao que vivemos em gerações de revoluções tecnológicas, além das atividades virtuais que fornece a internet, em conjunto com a tecnologia, que engloba dados, informações e conhecimentos. Neste sentido, Bonsiepe (2011) afirma:

No discurso sobre a informática e design de informação (infodesign), pode se encontrar um esquema linear escalonado, uma "cadeia linguística constituída de (a) «dados» primários (brutos); (b) dados elaborados, que significam informação; (c) «informação validada» (conhecimentos); e (d) «informação validada existencialmente» (sabedoria)". Portanto o que se analisa é o grau do envolvimento do design no processo de transformação dos dados primários em informação e a informação em conhecimentos. Assim que estamos falando de um processo de transformação de dados brutos em informação e de informação em conhecimentos relevantes para a ação. (Bonsiepe 2011 p. 83).

Neste universo paralelo navegam uma imensurável quantidade de dados, que segundo seu próprio processo, conseguem evoluir exponencialmente, de tal modo que, contribuem significativamente nas atividades cognitivas do indivíduo, obtendo um crescimento intelectual, além das ferramentas na formação de seu critério comum.

Quando a informação está estruturada, pode ser compreendida melhor pelo usuário, por isso, transformar os dados em conhecimentos consiste em interpretar a informação e usá-la, vale dizer, transformar informação em ações e metas orientadas. A maneira

como dados e informações são apresentados tem um papel importante. O design pode facilitar sua recepção e interpretação, permitindo uma ação mais eficiente.

Quem estende este entendimento é Bonsiepe (2011):

“Conhecimento é mais que informação, o conhecimento permite filtrar um valor informativo a partir de uma massa de dados. Conhecimento é uma forma de descobrir o mundo: reconhecer, compreender e captar”, porém o conhecimento não sempre é orientado à execução de tarefas, então, o conhecimento (saber) está entendido como uma interpretação dos dados da busca da sua conexão causal e sua consistência interna. Igualmente coloca que “Conhecimento é uma mistura fluida de experiências, valores, informação contextual e conhecimento especializado que fornece o âmbito para a avaliação e a inclusão de novas experiências e informações”. (2011 p. 84).

Num mundo marcado por profundas mudanças nas formas de produzir, distribuir e consumir o conhecimento, em comparação com outros processos do passado, como o descobrimento da escritura ou a invenção da imprensa de tipos móveis, contribuíram a revolução da informação, segundo Scolari (2015). Na mesma sequência, Lévy (1999) determinava já que a perspectiva da digitalização geral das informações provavelmente tornaria o ciberespaço o principal canal de comunicação e suporte de memória da humanidade a partir do início do próximo século.

Com base ao cima estabelecido, um levantamento feito pela Comstor (2017), revela o seguinte:

Em relação às mudanças para universos híbridos, propriamente entre virtuais e reais, encontramos um exemplo nas empresas que estão incorporando atividades em sistemas digitais, que permitam a otimização dos processos, desenhando configurações tão extensas ou específicas, quanto necessárias em torno dos procedimentos que requerem. A migração de funções acrescenta o banco de dados das empresas, em quantidades inimagináveis e são transferidas para seu resguardo na Nuvem, com base nisso se tem previsto que para o 2020 mais de 92% das cargas de trabalho serão processados em centros de dados em Nuvem, os 8% restantes serão processados em centros de dados tradicionais, por aquele motivo a Nuvem pública cresce mais rápido representando o 68% das cargas de trabalho processados em Data Centers para o 2020, do que a Nuvem privada. (Canal Comstor, março 2017).

O trabalho do designer (nas diferentes áreas), entre um de seus objetivos, é manter uma linguagem mais próxima com o usuário para evitar erros possíveis no processo da comunicação, indistintamente seja qual for a plataforma ou interface que utilize para se



comunicar. Para isso, levemos em conta a frase atribuída ao teórico Marshal McLuhan (1967), “O médio é a mensagem”, o que significa que o meio é tão importante quanto a mensagem em si. Mais do que um simples canal de passagem do conteúdo comunicativo, o meio é um elemento determinante da comunicação, servindo também para enfatizar a mensagem.

Com o acima mencionado, compreendemos que cada dispositivo pode cumprir a função como elemento comunicacional, indistintamente, seja mídia analógica ou digital, porque hoje em dia, se estão explorando meios híbridos, que nascem do digital e se estendem à vida real, caso do jogo de realidade aumentada *Pokemon Go* baseado na geolocalização, desenvolvido para dispositivos moveis.

Complementando a percepção anterior, Henry Jenkins (2008), expressa que “Passamos mais tempo consumindo mídias no mundo ocidental do que fazendo qualquer coisa (até dormir)”. Pois o comportamento dos indivíduos está numa constante atividade de multi-funções, em multi-plataformas, o que pode gerar uma discussão sobre o tempo produtivo nestas multi-atividades, tal como se exemplifica a dinâmica infinita e proporcional na figura 1.

Figura 1. Ciclo contínuo da dinâmica entre as mídias e a sociedade.



Fonte: Feito pelo autor.

Esse comportamento de ciclo constante, tem sido pesquisado pelos ecologistas nos meios, sintetizando-se numa ideia básica como determina Scolari (2015), As tecnologias, neste caso, as tecnologias da comunicação, desde a escritura até os meios digitais geram ambientes que afetam aos indivíduos que as utilizam. Por outro lado Postman (1970) complementa que a palavra “ecologia” implica o estudo dos ambientes: a estrutura, conteúdo e impacto sobre as pessoas. Assim, “a visão do mundo” é uma criação dos meios de comunicação.

(...) Os meios interagem uns com os outros, a rádio mudou a forma das notícias, bem como trocou a imagem nos filmes com som. A televisão gerou mudanças drásticas na programação da rádio. McLuhan (1964).

Na mesma sequência Agamben (2009) se refere sobre o conceito de dispositivo, aquilo por meio do qual se realiza uma pura atividade de governo, e o define como qualquer coisa que tenha de algum modo a capacidade de capturar, orientar, determinar, interceptar, modelar, controlar e assegurar os gestos, as condutas, as opiniões e os discursos dos seres viventes.

Ainda neste documento, relata esse jogo de poderes e forças proporcionais as relações de conhecimento entre objeto e sujeito, que resulta da relação corpo a corpo, através da criação de um vínculo linguístico e não linguístico que leva a estabelecer estratégias de controle por parte de todos esses elementos, objetos, conceitos, instituições de poder, reais ou virtuais.

A administração de sistemas de pensamento entre indivíduos sob dispositivos que orientam, bloqueiam, fixam ou utilizam pontos de contato no tecido de uma rede de linguagens que configuram códigos. Desse modo, pode se explicar que existe uma dependência entre dispositivos e indivíduos em diferentes âmbitos que os representa e, neste caso, o foco da tecnologia e o mundo virtual que contém esses mecanismos através de diálogos, objetos, aparelhos, ideias e pensamentos que são produzidos para ser seguidos e de algum modo consumidos que se vão enriquecendo os círculos afetivos com esses dispositivos.

#### **4. As cópias são a solução**

A visita de campo em Hangzhou na China, feita pelo pesquisador Martel (2015), descreve que o símbolo da web chinesa é o Alibaba (mistura de *Amazon*, *eBay* e *PayPal*), que copiou o *eBay*. Com *Tmall*, reinventou a *Amazon*. Com *Alipay*, o pagamento on-line à maneria *PayPal*. E com o China Yahoo, assumiu o controle do *Yahoo* na China, basicamente este é um modelo de comércio eletrônico. Continuando com os emblemas da identidade, se reconhece que no Ocidente são temidos os abusos de posição dominante dos “GAFA” (*Google*, *Apple*, *Facebook* e *Amazon*), na China passou-se a temer o monopólio dos “BAT” (*Baidu*, *Alibaba* e *Tencent*).

“Nossa força está no alcance do mercado nacional”, afirma Jianbing Gujb, diretor de marketing do *Alibaba* em entrevista a Martel (2015), dizendo que possuem os melhores engenheiros, mas faltam ideias e patentes. As cópias são a solução inventada pela China para resolver um problema de criatividade acompanhado de um problema existencial. Nesse ponto é que surge o questionamento: como inovar quando faltam ideias? Os chineses queriam ter acesso aos mesmos sites e serviços que os americanos, sem, entretanto, depender deles, bastando, desta forma, duplicar.

“Força no mercado de negócios, contra fragilidade criativa e inovação”, é como define Frédéric Martel (2015), no texto de Smart, sobre o comportamento em países com

língua Chinesa, frente as atividades produtivas. O certo é: não se pode generalizar aquele conceito para todas as áreas, pois o universo oriental é hoje em dia a segunda potencia mundial. Nada é por acaso, quando se fala de ciberplataformas únicas em países com um regime político, sob uma estrutura governamental que filtra as informações, limitando o acesso ou parcialmente codificada, para colocar em primeira posição aquelas plataformas desenhadas para controle dos usuários e cidadãos, assim que são bloqueados alguns dos sites que apresentam conteúdos em contraposição ou que são inapropriados. Desenhar uma rede interna ou local, tem sido uma das estratégias para potencializar todos aqueles serviços no ciberespaço. Um consumo interno, com as vantagens e desvantagens para os cidadãos, que estão constantemente na troca de informação, pois existem alguns grupos que não acreditam mais nas velhas mídias, porém procuram a constatação dos fatos, através de diferentes fontes.

Analisar modelos funcionais e reestruturá-los pode abrir a porta a uma crítica de direitos de autoria, já que hoje em dia tudo é uma mistura *"Everything is a remix"*, nas palavras de Kirby Ferguson (2016), quem entende que, estamos acostumados a experimentar elementos constantes através de novas versões e composições que resultam harmoniosamente em conjunto com outras que, de maneira independente, funcionaram num determinado contexto, podendo se fazer de um modo atualizado, criando novas versões para ser consumidas por outro tipo de público, abrangendo o repertório de usuários com afinidades. As segundas oportunidades à todos aqueles produtos, serviços, informações, elementos, etc, que conseguiram êxito, voltam com força e se adaptam a configurações flexíveis, pois essa é uma forma de estender o tempo do funcionamento.

## 5. Estratos ciberculturais

Se fala sobre a diversidade cultural a nível global, como um todo ao que pode se consumir à vontade, e cabe olhar com maior sossego cada grupo cultural, já que, existe um vínculo muito co-dependente entre cultura e sociedade, onde essa ultima, apresenta uma série de camadas verticais, em razão do poder econômico que identifica o cidadão. Assim, as classes sociais tem diferentes comportamentos indistintamente que pertençam ao mesmo bloco cultural. No começo do texto se falou sobre *"second life"*, além disso, é oportuno complementar que o ciberespaço é um coletor de dados, alimentado pelos próprios usuários, indistintamente do estrato social a que pertençam. Mas surge uma diversificação, quando todos tem acesso ao mesmo serviço, resulta-se na desagregação, como uma taxonomia.

A mobilidade de classes, é um fator que determina a vida de algumas das plataformas desenhadas para a troca de informação. Exemplos disso se apresentaram

no Brasil, como explica Carlos Graieb no texto de Martel (2015), quem dirige o site da Veja em São Paulo, a revista brasileira de maior circulação, que decifra os modos de vida da população, o caso do Orkut que foi desenvolvido por um empregado da Google em janeiro de 2004, e que oito anos depois no 2012, contava com 33 milhões de usuários ativos no Brasil, com boa penetração igualmente que na Índia e o Japão, funcionando como serviço liberado, que posteriormente apresentou o problema da vulgarização. Embora estivesse à frente, foi aos poucos ficando para trás. Como veio a ser adotada pelos jovens das classes populares, a rede social passou a ser vista como inferior, medíocre, cada vez menos sofisticada. As classes abastadas fugiram dela por que se tinha tornado *cheesy* (cafona). “Orkut”, entrou para a linguagem corrente.

Tornou-se o símbolo da mediocridade. Resultando: a nova classe C e a classe C+, sua franja superior, migraram para o *Facebook*. (Segundo levantamento da *TV Globo*, estima-se que faz parte da classe A cerca de 2% da população brasileira, 23% é considerada classe B; 49%, C; e 26%, D e E, já agora são misturadas). (Martel 2015 p. 77).

Respeito a essa movimentação de classes, as evidências que contextualiza McKendrick (1982 apouond Featherstone 1997), sobre o surgimento da classe média:

Na Inglaterra do século XVIII, deparou com uma pressão cada vez maior em favor do consumo, vinda de baixo. Aquilo que foi denominado “a revolução do consumidor”, no século XVIII, implicou um aumento maior de artigos de luxo, moda, bens destinados ao lar, romances populares, revistas, jornais, divertimentos e os meios de comercializa-los. As classes mais baixas eram atraídas para essa expansão do consumo adotando modas que imitavam as das classes altas e a moda difundiu-se, baixando na escala social, com uma amplitude muito maior na Inglaterra do que em outros países europeus. (Featherstone 1997 p.48).

Anos posteriores esse processo de mudanças que influenciaram novas opiniões e reflexões geracionais, o mesmo Featherstone (1997), explica que:

No entanto, as camadas superiores participavam diretamente da cultura popular e até mesmo no início do século XVIII nem todos estavam afastados da cultura do povo. Burke (1978 apouond Featherstone 1997) sugere que, em 1500, os estratos cultivados desprezavam o povo, conquanto compartilhassem sua cultura. Entretanto por volta de 1800, seus descendentes haviam deixado de participar espontaneamente da cultura popular e a redescobriam como algo exótico e interessante.

Nem tudo é para todos, numa percepção social, segundo sejam as plataformas e aplicativos que utilizem os usuários, definem o perfil e comportamento de consumo.

Assim, surgem redes de comércio principalmente em serviços para aquele tipo de indivíduos auto-suficientes que estão além do convencional, ou a procura de experiências mais emocionais. Por tal motivo surgem plataformas virtuais que mantêm uma linguagem simplificada entre os participantes, fornecedores e consumidores.

A aquisição de serviços nos últimos anos evoluiu para criar redes colaborativas, trocas, dicas, referências e avaliações entre usuários, isso criou um categoria de pontuações, as quais permitem diversificar as categorias no mercado. Procurar um sitio de hospedagem e viver como um cidadão local numa cidade turística, comprar os próprios bilhetes de avião traçando o percurso ao melhor preço, mapas interativos e guias de viagens, recomendações e dicas gastronômicas, reservar um lugar na mesa no interior da cozinha de um chefe, etc.

## 6. Conclusão

A relação existente entre o mundo virtual e o mundo real manifesta comportamentos similares, criando ambientes de negócios, entretenimento, educação, saúde, relacionamentos, etc. A indústria que está numa constante luta de sobrevivência implementa mecanismos de auto-gestão incorporando espaços virtuais a modo de ter uma proximidade com novos consumidores e fortalecer os laços de fidelidade com aqueles que já são preferenciais, trazendo como resultado um posicionamento do produto ou serviço. As novas mídias são essa ponte comunicacional de rápida resposta e a mobilidade nos aparelhos amplificou o poder do software, permitindo aos usuários a deslocação para ter um diálogo entre o espaço físico real e os conteúdos virtuais.

Desde a invenção da imprensa por Gutember no início do século XV, a sociedade tinha o primeiro meio de informação em serie: "a bíblia", num contexto onde a maioria da população não tinha acesso a educação e superava o porcentagem de analfabetas, não estando preparados para consumir este tipo de elemento que abria uma porta a um grande bloco de informação, pois, estava cifrado sob um código textual. Como fornecer uma plataforma como essa quando o receptor não tem as ferramentas para digerir em sua totalidade esse produto? É um ponto questionável. No momento em que a sociedade tinha informação limitada, porém, parcial; significou que tínhamos que nos preparar para essa mudança, e sair daquele bloco menos favorecido para escalar estratos e conseguir uma mobilidade social. Foi neste momento que a população incrementou a porcentagem de alfabetizados, a produção literária (informação) gerou maior conhecimento, e uma percepção crítica bem como, mentes pensantes.

A tecnologia sempre é o começo de novos comportamentos, a incorporação dela à vida cotidiana, obriga a estar numa atualização constante, convertendo-se, às vezes, em algo mais complexo do que originalmente era. Quando se acreditava que era suficiente

dominar a escritura, chegamos ao ponto no qual tivemos que nos educar a uma nova linguagem, para ter interação com outras pessoas através dos meios, foi necessário entender a dinâmica que existia entre aqueles entornos digitais. Hoje em dia, os processos estão além do que já tínhamos experimentado em códigos, para chegar numa linguagem imagética, de tal jeito que o texto está inserido numa imagem, então continuamos sendo majoritariamente visuais.

Na década presente, está-se construindo uma relação “produção- consumo”, que vai além de produtos e serviços, estendendo-se a complementos e conjugações, mas, pensando num futuro, os indivíduos procurarão o consumo e criação de experiências e emoções através de metáforas, lembranças, ambientes que propiciem estímulos neuro-emocionais, assim também se colocara as culturas como um produto de consumo. Mais uma vez estamos numa revolução tecnológica, e com certeza, continuarão mudando o nosso comportamento e estilo de vida, seguindo na busca de um maior conforto. Entretanto, é realmente necessário um conforto como tal, ou seria mais conveniente atender outros setores que precisam de maior atendimento, como a inclusão social?

Este texto, convida a refletir sobre a nossa contribuição dentro desta cadeia geracional tecnológica, para saber que não estamos isolados, e que cada vez mais estamos produzindo informação que estão sendo utilizadas no mercado eletrônico. O conceito da ecologia, deve se incorporar aos modelos cibernéticos, seja qual for a procedência cultural, para ter uma postura crítica e responsável do que estamos criando e mudando naqueles ecossistemas virtuais.

## Referências

- AGAMBEN, Giorgio. O que é contemporâneo? E outros ensaios. Chapecó, SC: Argos. Brasil 2009. P. 40.
- BONSIEPE. Gui, Design, Cultura e Sociedade. São Paulo, Brasil: Blucher, 2011. P.83,84
- COMSTOR. Cisco cree que en el 2020 la información entre centros de datos se triplicará. Canal Comstor. El blog de Comstor México. 08 de Março 2017. Disponível em: <http://blogmexico.comstor.com/cisco-cree-que-en-el-2020-la-informacion-entre-centros-de-datos-se-triplicara>
- COMSTOR (México) (Comp.). Primeras decisiones de Trump Influencian en inversiones de empresas de TI en América Latina: Canal Comstor. 26 de Abril 2017. Disponível em: <http://blogmexico.comstor.com/primeras-decisiones-de-trump-influencian-en-inversiones-de-empresas-de-ti-en-america-latina>>. Acesso em: 10 fev. 2017.
- FERGUSON, Kirby. Everything is a remix. Disponível em <http://everythingisaremix.info/>. Acesso em: 30/01/2016

- FEATHERSTONE, Mike. O desmanche da cultural. Globalização, pós-modernismo e identidade. Studio Nobel: SESC. São Paulo, Brasil. 1997. P. 44, 45, 47, 48, 49.
- JENKINS, Henry. Cultura da convergência. Editora ALEPH LTDA. São Paulo, Brasil. 2008. P. 10, 16.
- LANDOW, George. Hipertexto 3.0, Teoría crítica y nuevos médios en la era de la globalización, Paidós Iberica: Barcelona- Buenos Aires- México, 2009. Pag. 276.
- LÉVY, Pierre. Cibercultura. Editora 34. Edição brasileira. São Paulo, Brasil. 1999 p. 93, 94, 123, 124.
- MARTEL, Frédéric. Smart. Brasil: Civilização Brasileira, 2015. P. 12, 76, 77, 78.
- MCLUHAM, Marshall. Os meios de comunicação como extensões do homem (Understanding Midia). Edit. Cultrix, São Paulo- Brasil. 1964. P. 78.
- MOURA, Monica. O design de Hipermídia. Comunicação e semiótica PUC/SP. São Paulo 2003. P. 137, 139, 140.
- MOURA, Monica. Design Brasileiro Contemporâneo: reflexões. Estação das Letras e Cores. Brasil, 2014. Pag. 19.
- RÜDIGER, Francisco. Elementos para a crítica da cibercultura. Edit. Hacker Editores: São Paulo, Brasil. 2002.
- SCOLARI, Carlos. Ecología de los Medios, entornos, evoluciones e interpretaciones. Edit. Carlos A. Scolari: Barcelona. 2015. P. 31.