



Web3.0, Redes Nas Nuvens!?!¹ Da Sobre-Camada Virtual e a Comunicação Digital.

Armando Ortiz Monteiro Fo. PUC-SP – UNIP²

Resumo:

Os desenvolvimentos em altas tecnologias estão acelerando-se em *redes complexas do sociocultural* e com a internet2, WEB 3.0... mais ainda, mesmo porque este processo, como numa sobre camada cultural, nas nuvens, vem deixando brechas e daí por rebeldias em constituição, produção, criatividade, que se realizam em outras lógicas... para além das de mercados, com finalidades e conteúdos diversos e em mutirões, tendentes a serem a favor da vida, da preservação e sustentabilidade, que por incrível que pareça hoje são rebeldias, onde áreas de conhecimentos aplicados, como marketing, devem ser revistos em suas finalidades à utilização destes multi-meios virtuais e onde a comunicação publicitária digital deve ser revisada em conteúdos, para consistências na utilização nestas novas plataformas multi-midiáticas.

Palavras-chave

Redes; sobre camada cultural; marketing de finalidade; propaganda de conteúdo.

INTRODUÇÃO: NOVAS, HIGH-TECH, NOVIDADES.

A nova *internet2*³ sem cabos e fios, acompanhada de poderosos, super velozes processadores, micro-chips dia a dia mais miniaturizados, cada vez mais potentes, que ligam aparelhos remotos a codificadores, decodificadores, *modems*, *multiplexados* que se *linkam*⁴ às *nets*, fazem *promessas* de disporem altas tecnologias a novos e diversos processamentos disponibilizados por facilidades operacionais em plataformas muito mais simplificadas e já constituem o *futuro hoje*, principalmente dos *relacionamentos interpessoais* e isto é o que está acontecendo agora! Em teias *WEB3.0*⁵ entre múltiplas plataformas muito mais eficientes, pois *semânticas*, *polissêmicas* que se realizam em *relações socioculturais*, processados em máquinas construídas, programadas, operadas por pessoas, em *redes complexas de relacionamentos*. São relações em malhas que tornarão ampliados a portabilidade, amplificados acessos, além de infindavelmente instantâneas, facilitadas às entradas em mais novas *redes de relações*. Afinal, a produção de *bens na divisão do trabalho social* compõe a *equação complexa*, onde a sensação de *satisfação* e produtos devem, ser equilibrados, *necessidades x lucratividade*, uma não satisfeita, gera

¹ - Trabalho apresentado na NP - Publicidade e Propaganda – Encontro dos Núcleos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do XXXI Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² - Doutorando em Ciências Sociais - Antropologia, orientadora Profa. Dra. Sílvia H. S. Borelli. PUC-SP – Pontifícia Universidade Católica de São Paulo. Coordenador e docente dos Cursos de Pós-Graduação Lato Sensu em Marketing, Marketing e Comunicação em Mercados, Comunicação e Mídia e Comunicação Empresarial e Institucional, na UNIP Universidade Paulista. Em parceria com a ACV - *atendimento.com* onde é diretor.

Mestre em Ciências da Comunicação/ Propaganda, pela USP-ECA Universidade de São Paulo. Escola de Comunicações e Artes. ortiz@usp.br; ortiz_pos@unip.br; armandortiz@uol.com.br;

³ - **Internet2/UCAID**-University Corporation for Advanced Internet Development.

⁴ - *links*, vínculos técnicos interpessoais relacionados, onde a intensidade é relativa à mensuração de cada um, *linkam*, *linkada*, ou verbo, *linkar*, neologismos utilizados em ligações, interligações e interferências interativas.

⁵ - **Web3.0**, *Web Semântica*, *WWD*, *World Wide Database*.



frustrações, a ausência da outra, faz empresas *quebrarem*; em *bens* que intermediados em *mercados* tornam-se *mercadorias* por *valores*, *significados* que constitui sua *desmaterialização* no processo e predomínio de *lucratividade* que coloca operadores de *mercados*, *marketing* e *publicidade*, produtores de: - *valor de uso*, determinados *culturalmente*; - de *troca*, que monetários, portanto das esferas da *economia-política*; - *referenciais*⁶ em domínios do *sociocultural*. Porém, nesta *lógica*, tendentes a favorecer *mercados*, *significados* e não os tangíveis de *bens* em si, mas em características, vantagens, benefícios em *significantes* à interpretação. Daí, *valores* por sobre determinados por *necessidades* em relação a *mercadorias*, interpretados, compreendidos, analisados, divulgados em *redes de relações complexas*, por: - *valores simbólicos* os da *percepção*; - *valores sígnicos*, das *sensações* e em informações *digitais*, energias *bits*, que se espalham em *multi-meios/* *multimídias*, como se fôra por *epidemias*, em *contágios de vírus*, em mobilizações, como partículas de energias que de modo *incandescentes* (SERRES, 2005), em *bits* que *brilham* em *telas...* por *materialização* em linguagens/ *narrativas* interpretadas e são como se fôra os movimentos de partículas físicas *fractais*⁷ (BAUDRILLARD, 1966) e se como *valores*: - *os virais/ fractais em estados irradiados* que fornecem, favorecem *semânticas*, *polissemias*, além de estarem em outras possibilidades de *lógicas*, além das *da acumulação*. Relações que, se em *princípios* de impactos no *sociocultural* no potencial transformador de *conexões* em *redes digitais* e de se conectar em *lógicas do sociocultural*, *aceleradas* em *massa*, *matérias mais energias*, por ondas, em *valores livres fractais/ virais* que se espalhem às inclinações *socioculturais* pela eficiência de tecnologias, sistemas/ *processos informacionais*, em realizações até para se *cooperar* em escalas não previstas e de modo nunca antes possíveis, que começa a encontrar meios plausíveis, *virtuais*, que emergem quando a comunicação e tecnologias amplificam perspectivas de produções *digitais*, acessíveis e de *criatividade* operacional, pois: a *imprensa* nos fez *leitores*, a *Xerox editores*, a *internet*, nos faz *autores* (McLUHAN, 1967) *agentes*, *atores*, *personas*, *quimeras*, *espectros*, *avatars*⁸ em outras necessidades,

⁶ - *Valores referência* a *mercadorias*, *logos*, *logotipos*, *logomarcas*, *brand*, *grifes*, *simbólicos*, *sígnicos*, *sinais de marcas* que identificam produtos-empresas, utilizados, por *marketing* e *publicidade*, *ícones*, das linguagens *digitais* e computacionais tentativas de universalidade, representações *significantes* e *significados* a *bens*.

⁷ - *Fractais*: são partículas em movimentos com formas geométricas, de aspectos irregulares ou fragmentados, que podem ser subdivididas indefinidamente em partes, as quais, de certo modo são réplicas do todo onde uma das características é a sua replicabilidade e replicância. Nem as características *fractais*, tampouco as *virais*, podem demonstrar estes *valores*, mas o conjunto pode expressar um modo, da *forma-conteúdo* destes *incandescentes*, *valores*.

⁸ - *Avatar*, referência aos hindus, encarnações de divindades, nome de personagens, que se *encarnam* no virtual. *Personalidade/ persona*, criada digitalmente, *sujeitos digitais complexos*, substituem, representam e interpretam os *reais*, que os manipulam. E *quimeras* o ameaçador que causa medo fantástico, pela imaginação, sem consistência, fundamento real, ficção, ilusão, fantasia, sonho, esperança, projeto irrealizável, também *espectros*.



mas dependentes de plataformas técnicas com *clivagens*⁹ em claras *brechas* principalmente de *identidades digitais* que se abrem nestes processos/ sistemas em ações, atuações por *rebeldias* (MORIN, 1978) em *identificações virtuais* que incendiam a *criatividade* para ações em produção de outros e novos *conteúdos/ finalidades*. Onde, *avatars, sujeitos digitais complexos* que atuam de modo representado, interpretado, mas em tudo semelhantes e a todos os aspectos ao *real cotidiano*, desde o aceitável, até a criminalidade¹⁰ por *clivagens* e em *brechas de identidades em comunidades, sociedades da realidade virtual* e por *rebeldias em identificações* com claros impactos, sem limites e fronteiras no *sociocultural, sobre camada virtual*, além de *promessas* e mudanças, a maior e de forma exponencial, tendentes à *cooperação*, mesmo que como *utopia digital*¹¹. No entanto, em *conteúdos semânticos, polissêmicos* para a *preservação* com as irreversíveis *finalidades*, em *sustentabilidade e, portanto de vidas, da biodiversidade, pois sem estas, nada mais pode existir*. Assim, as *promessas* de novidades, em tecnologias a novos incríveis e possíveis *relacionamentos* que se comparados aos atuais *links a links*, mesmo já múltiplos, de simultaneidade, velozes e acelerados, para a busca, produção de conteúdos em meios *digitais* e que ainda será um enorme avanço, com novo e imenso *upgrade técnico* nas *nets*. E, as atuais que, já e agora, são utilizadas, conhecidas, mas com estas novas novidades, serão cada vez mais facilitadas em suas operabilidades/ tecnologias, aceleram-se, desdobram-se, multiplica-se em infindáveis outras e novas *redes de relacionamentos interpessoais/ socioculturais* onde, não importa mais a *tecnologia, pois o poder está nas transconformações de ações em redes como as das relações socioculturais* e em destaque, em outras *lógicas* de ações em *rebeldias, as ousadias, pensamentos fora do convencional*. São *promessas* que ainda as tornam, operações técnicas e em multiplataformas de super processadores com a computação quântica (GALVÃO, 2007), *internet2, WEB3.0* com possibilidades, inimagináveis, perante o que se tem agora disponíveis, mesmo que já contemos com a conhecida *internet* e múltiplas plataformas, em multi-meios e veículos multi-midiáticos, mas em novas tecnologias que trazem consigo promessas de desenvolvimentos exponenciais de *redes de relações in-*

⁹ - *clivagem* e polissemias em significados e instalações de *brechas*, de *identidades digitais*. São para nós *formas-conteúdos* que esgarçam as *realidades* e demonstram a constituição de *brechas*.

¹⁰ - o lado, obscuro das *nets*, não o oposto, mas o contraditório está na criminalidade e pornografia, até como assuntos não faláveis. Áreas cinzentas, isenção de análise, distorcida por tecnologia, valores dominantes onde forças democratizantes, podem ter efeito oposto e aumentar disparidades. Ao se *desconstruir* e clientes se forem, o que resta será pervertidos, pornógrafistas, pedófilos, cafetões, piratas e a miscelânea de desnordeados descontentes, é contracultura, manifestos anarquistas, software pirata, falsificações, poluição de informação que produz ciberlixo.

¹¹ - *internet2*, todos produzirem conteúdo, de forma colaborativa, relacionada, aprender a utilização eficiente, coerente, ética de ferramentas, dar sentido às tecnologias, sistemas, *inteligências artificiais, meta-dados*, relações *semânticas e polissemias* e para nós mesmos, é o desafio, senão, estaremos reiterando *utopias digitais*.



terpessoais, informações, conhecimentos, contatos, impactos e em *vidas*, que cada vez mais *públicas* mais publicáveis e publicadas... pois que, existindo em *comunidades virtuais/ sociedades digitais* em comparação com o que considerávamos a *vida privada* que conseguíamos tocar no *real* em *redes presenciais* de meios/ veículos, impressos, eletrônicos de *mídia assistida* e sem estas acelerações de *redes virtuais, mídia interativa digital* que as tornam muito mais *complexas*, pois em outra realidade a *virtual* e que ainda contaremos com a vertiginosa aceleração de relações realizadas por *sujeitos digitais*, que nos representam, simbolizam, significam e atuam em *redes*. E, se já estamos, pelo menos os *internautas*, nos tornando cada vez mais *públicos* e muitos dos produtores, criadores, empreendedores das *nets* em outras *arquiteturas empresariais* e outras *lógicas*, que não as da *acumulação*, em empresas que são assediadas, seduzidas, negociadas... a entrar em circuitos de *lógicas de mercados*, que entretanto, na circulação de dados e informações em *comunidades virtuais/ sociedades digitais* em *personas* que representam *vidas*, mas com características como as de quaisquer *vidas* e *virtuais* por *avatars*, que estão *permanentes* em *memórias digitais*, mesmo com a iminência de *deletes*, com o comando *apague* e o de apagar-se dados, informações, registros, pois já se constituem *on-line*... ou seja, estão em *avatars, pelas energias materializados em ondas, massas* e definitivamente... *no ar!* Como os estúdios de mídia eletrônica do rádio/TV, mas *ondas* e *avatars*, em *multimídias registrados em memórias digitais de permanência em quaisquer computadores*, são *vidas* que se tornam *públicas* e celebridades que estão surgindo em meios virtuais, mesmo que sejam *celebridades anônimas*, pois *personagens*, em *multimídias digitais* acessadas em múltiplaplataformas em *sites* onde a produção de conteúdo depende de trabalho voluntário, cooperado, coletivo, apropriado, mesmo que por livre arbítrio determinados pelos autores, que são *registrados* em energias *bits*, traduzidos nos meios digitais em linguagens/ narrativas do sociocultural. E em conteúdos apropriados por *sites*, [*mais-valia* (MARX, 1972) apropriada em registros digitais?] com característica de estarem disponíveis, disponibilizados, coletivos, ampliados em interatividade, cooperação, *creative commons* (SILVEIRA, 2007) disponíveis à utilização de todos e quaisquer usuários das *nets*...

A PRIVACIDADE DAS NOVAS VIDAS PÚBLICAS.

Assim, as privacidades de vidas públicas se escancaram em comunidades virtuais, sociedades digitais e mesmo que não queiramos, atividades são e estão registradas. Caso singular são publicidades institucionais, relações públicas, assessoria de imprensa, notícias e algumas gratuitas, conseguidas por *vidas públicas de sujeitos digitais* com infor-



mações, conhecimentos, contatos que existindo *digitalizadas*, em comparação com a *vida privada*¹² que conseguíamos ter, mesmo em *redes complexas de relacionamentos em mídia de massas*, da *indústria cultural*, porém *mídia passiva, assistida*, mas que sem estas acelerações de *redes virtuais* que são de *mídia interativa/ digital* com possibilidades de *intervenções, produções, interatividades, interações*, que as tornam mais *complexas* e ainda contaremos com a vertiginosa aceleração, realizadas por *avatars*, que representam, interpretam, simbolizam, significam, ampliam *semânticas, polissemias* que atuam e muito ainda irão produzir. E, por *entidades* que ao nos representarem, registradas, são *públicas*, presentes, constituídas em memórias *digitais*, informações disponíveis, acessibilidade rápida, mobilidade *virtual*, energias *bits* e *valores virais/ fractais*, que se comparadas às presenciais, dependentes de energias humanas e as da *privacidade*, mas que podiam de certo modo ser preservadas e, no entanto, são em novos modos sobrevividas, vividas, convividas, pois são *sujeitos digitais complexos em outra dimensão/ realidade*, mesmo que sejam as mesmas *vidas*, que se caracterizam como novas, *hi-tech*, novidades, permanentes em *sites*, em *redes de relações*, produzidas em *energias, sentidas, percebidas em sentimentos, sensações, razão, lembranças... redes* há muito existentes em interpretações, *repertórios de compostos do sociocultural* e em meios *virtuais* são tão claras, perceptíveis, tangíveis, pois *digitalmente* memorizadas, armazenadas em equipamentos da informática, em telas e registros *bits, valores* e os *fractais/ virais*, em traduções, linguagens, narrativas de comunicações *digitais*, diferentes das *relações de presenças físicas, materiais*, que *energéticas*, no entanto no sentido de matérias tangíveis, palpáveis e por outro lado, são energias *materializadas*, por *sujeitos digitais complexos* transformados, *desmaterializados* em *valores* e *supervalorizados* em *significados*, como os *bens* em *mercadorias*, que *desmaterializados* em *valores* em energias *bits*, circulam e são transmitidas em ondas, massa que se *materializam e brilham em telas, monitores, tubos de imagens*, registros virtuais, *impressos/ eletrônicos/ digitais, mas que nos ligam, vinculam, tornam possível nos relacionarmos, como se estivéramos ligados a fios invisíveis e assim como magia* (MAUSS, 1962) *propiciadas por*

¹² - são infandas histórias e estórias, reais, fantásticas, de humor, dramas, tragédias, felizes ou infelizes de realização e decepção, dos que marcaram encontros pela internet e se viram pessoalmente. Desde a realização dos contos de fadas e viveram felizes para sempre! ...ao noticiário policial, talvez a maior característica das redes de relacionamentos, sejam as presenciais onde ainda se preserva a privacidade e a vida privada, mas com as redes de conexões complexas digitais, é necessária, tanto a imagem, quanto a vida pública e quanto menos privacidade e maior exposição se tiver, mesmo que a de um personagem *persona pública, avatar*, maiores chances de exposições multi-midiáticas. Uma corrente de historiadores dedicou-se compor historiografias, pela via das *histórias da vida privada*, quem sabe daqui a não muito tempo estes registros digitais das *nets* não sejam materiais para outras novas *historiografias de vidas privadas públicas*. Ex: História da Vida Privada no Brasil I. org. Souza, L. M., S P, Cia das Letras, 1997.



tecnologias, sentidas, percebidas em sentimentos, sensações, registros disponíveis, acessíveis, cada vez mais fáceis a utilização e ainda de se produzir nestes meios, de guardá-los, de se tornarem conteúdos em processos comunicacionais, de circularem nas *nets*, que transformam *vidas privadas* em *públicas*, que vão além, nas promessas de desenvolvimento exponencial, *internet2*, *WEB3.0* em *mídias* que se espalham em multiplataformas e de modo multi-midiático em multi-meios, acessíveis, tanto na busca de dados, informações, conhecimentos, quanto na produção/ registros digitalizados em energias, que trans-circulam em todas as *memórias* disponibilizadas e nos vinculam em tecnologias *wireless*, *Bluetooth*, como por *fiões invisíveis*, como se fôra por *magia* e... *no ar!* Estas novas *hi-tech* novidades, comparadas à *internet nas nuvens*, onde *dados, informações conhecimentos* transmitidos em *ondas*, energias *bits*, que instantaneamente são traduzidas em *textos, sons, imagens, animações*, bases de processos *comunicacionais*, portanto de *relacionamentos*, transmitidas e receptadas em *multiplataformas digitais*, que recebem e emitem ondas que pairam no ar, aí são captadas onde tudo que faz parte destas energias digitais não se desmancham e flutuam... consistentes *no ar!* Como nas *mídias eletrônicas*, mesmo que não armazenáveis em *bits*, mas em meios digitais se concretizam e ficam... *On-line! Mídias digitais* em provedores, em nuvens de computadores, que são resultados de produções e conteúdos *digitalizados* que fazem parte do *sociocultural*, são como *valores*, que em *forma* são assemelhados aos que se espalham se esparramam, como em *epidemias*, assim por *vírus*, como *marketing viral* (GODIN, 2001), onde de vírus temos que nos proteger, é dissonância cognitiva; *trojans, cavalos de tróia* em computadores, em movimentos, ondas de energias eletromagnéticas que se irradiam como as partículas físicas *fractais*... mas, de *conteúdos*, em tradução de tecnologias da produção *digital*, em *linguagens e narrativas* do *sociocultural*, como *valores* que se espalham via, ou nas *inforvias* destas *hi-tech* tecnologias e na maneira como *valores fractais/ virais*... Mas, se são nestes meios que estão sendo produzidas, geradas, transmitidas, captadas, como em outra camada *sobreposta*, pairando superior, como se estivesse por sobre, em *outra realidade, virtual*, como *ultra camada* de energias que estão em *redes complexas de relações digitais*, formadas de *links a links*, que pairam como *cobertura*, circulando por *sobre*, que também constituem o *sociocultural*... então, estão como *sobre camada em redes de relações complexas, de produção e conteúdos coletivos*, por *sujeitos reais/ digitais* complexos e se voltados à perspectiva da produção



à *lucratividade* ou no mesmo gradiente, como produção voluntária em colaboração, portanto em finalidades socioculturais... são como se fôra uma *noosfera*¹³, *sobre camada cultural*, que se constitui em seu desenvolvimento, produção, coletivizados, em *mutirões*¹⁴ (CÂNDIDO, 1972), *cooperação, solidariedade* em multi-meios, veiculação multimidiática de *nets*, consolidadas em energias, *memórias digitais* que até, em sua ilimitada produção, podem e estão a constituir-se em *setor produtivo, quarto setor*¹⁵, o *cultural*, sendo esta *sobre camada produtiva* de resultados e *mutirões digitais*. Porém, e esta é sua imensa relevância, em *lógicas de produção*, que diversas *da acumulação* e para além das de *mercados*, como *lógicas de produção do sociocultural* se desenvolvendo em *comunidades virtuais, sociedades digitais* formadas por *identidades, identificações em semelhanças*, onde *valores da igualdade, fraternidade, liberdade*, tendem a se realizar, a acelerar a conformação e utilização de *lógicas do sociocultural*, para muito além das *do capital* e linguagens computacionais, tendem a *semânticas, polissemias*, tecnologias que, no entanto, sempre estarão ampliando e amplificando *ações socioculturais*, novos *ambientes de estruturas socioculturais digitalizadas*, perceptíveis em novas *situações tecnológicas, conjunturais*, tangíveis, que compõem novos *cenários em mercados*. E, se para pessoas físicas mesmo que representadas/ interpretadas, isto assim funciona, imagina-se e tenta-se utilizar estes processos/ sistemas a pessoas jurídicas em novos cenários. *Aliás, todo processo de desenvolvimento tecnológico baseia-se manifestamente em utilidade comercial e lógicas de mercados em cenários* que se cruzam, para se compor e se transpõem em *ambientes de vínculos de aceitação, constituição e composição do sociocultural* que estruturam sociedades e às *situações amplamente mutáveis de competições* que acentuam a *equação complexa da produção* a se *equilibrar*, que por *princípios* devem assegurar a *preservação/ sustentabilidade* planetária, sob pena de mais nada disto existir. Entretanto, já acentuam as *lógicas*, entre tradicionais dominantes de *acumulação* e *do sociocultural* em desenvolvimentos de relações interpessoais facili-

¹³ - O desempenho da internet, sem limites/fronteiras as rápidas comunicações planetárias, *link a link*, realizados em multi-meios, para, se movimentam em energias, por ondas transmissíveis, por sobre fronteiras reais/ convencionais, de países físicos, dá a comparação e proposta destas relações como vistas em *sobre camada cultural* de interações e como uma *noosfera* do sociocultural, que poderia grosso modo ser comparada ao *quarto setor sociocultural*. Onde o conceito de: *noosfera vem* de T. Chardin e E. Morin, e o de *quarto setor cultural*, esboçado por: Bourdier, P. 2006.

¹⁴ - Comuns nos meios rurais, em urbanos se manifestam na construção de casas, onde a hora de *bater uma laje* é... *mutirão*, prosa, música comida e bebida na certa e enquanto se espera a continuidade da construção e mesmo que mais nada seja construído é *quintal, lavanderia, área de lazer...* o *churrasco na laje* é fator gregário e usado pejorativamente, identificando, *as periferias*, os com poucas posses, na continuidade das separações que são realizadas infínitas vezes. Em *comunidades virtuais/ sociedades digitais* os *mutirões* são espontâneos e vinculados ao fazer coletivo, voluntário, solidário a ampliar as inter-relações e de maneira prazerosa, como uma das características dos *mutirões*.

¹⁵ - os setores, tradicionais e mensuráveis, em relação a países físicos, geograficamente identificados, por convenção, no globo terrestre, são: - *o primeiro setor – o político, o segundo setor - o econômico, o terceiro setor - o social...* e em todos se medem seus índices de desenvolvimento. Aqui, um - *quarto setor* - caberia e poderia ser o - *cultural*.



tadas em tecnologias, que estão aceleradas e, portanto compõem *cenários competitivos formados no digital* e já contam com empreendimentos *lucrativos* e se distanciam de *lógicas competitivas, regras tradicionais e apresentam resultados surpreendentes, por estarem na contracorrente do pensamento econômico comum e de lógicas dominantes...*

CENÁRIOS DA COMPETIÇÃO DE ALTA TECNOLOGIA.

Cenários onde empreendimentos de áreas, setores de alta tecnologia, estão fortemente engajados em *negócios, missões, visões* que se orientam a competição, aonde a regra é a *lógica de mercados*, justificadas para a sobrevivência de empresas, via *lucratividade*, na aquisição de cada vez maior *competitividade*, definitivo nestes *ambientes* e regras da competição, dirigidos a *situações* hiper competitivas, direcionadas pela *acumulação* reprodução de negócios e ao converso, mais distantes do *sociocultural e por aí da preservação/ sustentabilidade, não a favor de vidas, sem perceber que sem elas nada, adianta nada*. Mesmo assim, apesar de empreendimentos contarem com estas *lógicas*, aí estão *brechas* que se instalam em sistemas/ processos que propiciam ações de *rebeldias*¹⁶ por *identidades* em grupos de referências e *expertise* como *resistências* em *identidades* atuantes em *identificações*, ações para além de ambientes/ situações onde o principal é que se manifestam em *lógicas* do *sociocultural* constituindo-se em *comunidades virtuais*, caracterizando-se em *sociedades digitais*, para além da *lógica da produção de capital econômico, de exploração* e outras *finalidades*. Pois, vivemos de modo *complexo*, em *paradoxos*, como o da *igualdade/ desigualdade*, em escolhas de participação e atuação *digital* em *coletividades* onde estas opções sempre são por *identidades* e as preferências são por *identificações*, realizadas por *igualdades/ semelhanças*, enquanto que em nossos *cotidianos*, estamos, somos e atuamos, ao contrário, em *paradoxos* de *desigualdades, dessemelhanças, diferenças*, quando inclusive somos compulsoriamente levados a nos distinguirmos de todos e de cada um dos... *outros*¹⁷! (FREUD, 1996). No entanto, no *universo virtual/ digital*, temos seleções/ escolhas em aspectos voltados às atuações do sociocultural, como nos: *Softwares livres, commons, wikis, Wikipédia, my space, face book, Orkut, second life, you tube, etc.* muitos deles negócios reais, que fun-

¹⁶ - manifestações, atitudes, impulsividades, inexperiências, ampliadas em ousadias, resistências, pensamentos, ações fora do convencional inovados em operacionalidades técnicas multiplataformas, mídias, sem formalidades, costumes, convenções, regras, padrões, normas, tradições e lógicas dominantes. Entretanto, por elas laminadas e se fora de princípios e valores caem no raso da criminalidade, esfera da justiça comum. Portanto, não interessam as contravenções, transgressões, às violências, os desvios que não são aceitas e passíveis de serem punidas. Se comportamentos inusitados, que ampliem, destaquem *princípios*, estas *resistências*, que se instalam, são focos de análises, como *rebeldias*, de *identidades*, nestas *brechas*, de *identificações*, por sobre o *sociocultural*.

¹⁷ - Freud e a corroboração dos exercícios da psicanálise evidenciaram que percebemos o *outro*, no *mesmo*, pois aí estão implícitas todas as possibilidades, percepções e sensações de que *outros... somos nós mesmos*.



cionam, por sobre outras *lógicas* diversas das de *acumulação*, voltadas ao *sociocultural*, *livres e abertos*, em *ofertas e produção de conteúdos*, pela participação produção *voluntária*, em *cooperação, solidariedade, mutirões*, que afinal, são feitas por escolhas e opções de *identidades*, seleção por *identificações* em *grupos de referência* por *igualdades* preferenciais, por participações semelhantes. Os acessos *livres*, mesmo que patrocinados, por *propaganda, marketing, pessoas jurídicas*, que passam a não mais *apenas falar de si próprias*, como é comum e que também patrocina veículos, em *mídias de massa* e nas ilimitadas possibilidades das *mídias digitais* de novas tecnologias e *acessos* de interação, independentes até em saber claramente quem as patrocinou, ou que se sustentem por doações e se posicionam, ao converso das *lógicas de mercados* e como *sociocultural*, em *web marketing de finalidade, no projeto* e na produção de *mail marketing*, como *plano de ação*, mais *multimídias*, no *planejamento da comunicação de conteúdos*. E com formas completamente novas, em comparação com a comunicação publicitária tradicional, que fica por segundos *no ar...* e por aí termina, que remunerando, trabalhos empresariais, institutos de pesquisa, empresas de planejamento, marketing estratégico, agências de publicidade, planos de campanhas, mídias específicas, veículos de comunicação de massa, sites, em cadeias produtivas, em investimentos milionários a estimular o consumo de *bens, mercadorias*, muitas vezes pelo conspícuo, pelos não necessários, que por outro lado, estão em outros modos de *comunicação* com o auxílio de *rebeldes...* que em ações em *brechas...* estão tornando muito mais acessíveis informações e produção de *conteúdo sociocultural*, em *mídias interativas*, se realizam, onde sites de busca de conteúdos já estão trabalhando neste futuro... hoje... mas chamando esta nova internet de acesso móvel, portátil, instantânea, de acesso a qualquer momento e por qualquer usuário devidamente codificado em senhas e que tenha acesso IP, *internet protocols*, mas que são convocados a caminhar na hora e local desejado a cada um dos usuários e a todos em simultaneidade, em acessos à *realidade virtual, mundo digital...* a *internet nas nuvens!* Ou seja, uma *camada* metafórica e *virtual* ou sobre camada *digital...* que mesmo que paire por sobre o *sócio-cultural*, ao mesmo tempo o está constituindo, modificando, transformando, trans-conformando... enquanto que estas camadas estão simultaneamente contidas por este que, ao converso, as contém... pois sem estes suportes sociais/ culturais, as *redes* não existiriam. Mas, é como se fôra *novo setor produtivo, quarto setor, da cultura...* regidos em *lógicas* diversas das *dominantes de mercados, da acumulação/ do capital...* estas que voltadas a *meios e fins* implicam em processos de *lucratividade*, onde a sociedade de consumo, em ampla expansão, nos impõe a crença que: é



assim mesmo! conceito ridículo do processo civilizatório, cuja medida é o aumento da capacidade de consumir e multiplicar o consumo perdulário, que ao contrário, as *lógicas do sociocultural* estão retomando... a *dignidade*. Mesmo que sejam desafios paradoxais não se podem banalizar, nem deles fugir. Enquanto que, nas *comunidades virtuais e sociedades digitais*, regidas por *identidades em igualdades*, na esperança que se por *princípios*, estarão na solidariedade, cooperação, *mutirões, cidadania, justiça e responsabilidades social...* e se por *valores, se para a preservação, sustentabilidade...* mesmo que realizados por *avatars...* no entanto, cada vez mais empreendimentos estão surgindo nestas *novas regras/ lógicas socioculturais*. E não são como *exceções* de sistemas/processos produtivos onde o mais significativo a todas estas circunstâncias é que estes além de ser fruto direto do *modo de produção*, de *lógicas de mercados/ acumulação* e participantes destes *cenários hiper competitivos* é também ambiente, situações, sistemas, processos de sucessos e resultados que acontecem nas *ponto.com* e se concretizam, justamente por estarem fora de regras, daí as *contradições, conflitos, choques de valores, clivagens, fraturas*, iniciadas em *rebeldias* contra situações e em claras *brechas...* de rupturas de *lógicas...* porém, que atuantes em *frestas esgarçadas destes cenários de alta competição, mas que produzem resultados finais esperados e... excepcionais!*

REDES DIGITAIS COMPLEXAS E... SEUS REBELDES.

Assim, as *empresas de alta tecnologia*, de *semicondutores*, de *energias*, todos os produtores de *hardware* ou *software*, *provedores de internet...* enfim, os que participam, atuam, desenvolvem estes meios pela *lógica de mercados* encontram-se muitas vezes diante de *choques de valores...* em pontos *críticos* de *brechas...* em *sites* de busca, *comunidades virtuais, sociedades digitais, programas e todos as informações e dados de conteúdo e acessos livres...* que cada vez mais, são regidos por outras *lógicas* e por causa delas se destacam e não ao contrário, como as da *acumulação*, mas, finalmente por *lógicas do sociocultural* e em ações de *rebeldias em brechas*, algumas cometidas por pessoas físicas em empresas distantes da *produção digital*, mesmo assim estão investindo voltadas à *preservação e sustentabilidade*, que é mudança até da *publicidade*, não falando mais em *produtos*, mas *marcas* vinculadas as imprescindíveis ações para a continuidade de *vidas*, sejam elas quais forem, *mídia* (www.planetasustentavel.com.br) que tem apoiado e buscado notícias sobre *sustentabilidade* e diversas iniciativas semelhantes de envolvimento com a biodiversidade, sustentabilidade, ações sociais e culturais. Esta constituição se dá, pois os novos empreendimentos digitais, já estão mesmo que por patrocinadores, apoiadores, financiadores e recursos diversos... disponibilizando *conte-*



údos em *acessos livres*, independente dos que por elas caminham, saberem quais as empresas que as financiam... na produção e até em *doações*, que diferentes de *acionistas financeiros*, mas em *ações produtivas reais*, como *acionistas de conteúdos digitais*... produzidos pelos participantes e que mesmo em sistemas computacionais fechados, mesmo aí, se produzem via estas finalidades, nunca esquecendo-se que as *pessoas jurídicas só se constituem se existirem pessoas físicas e estas são as que tem que mudar e ao mesmo tempo as que produzem estas mudanças*. Estão em *brechas* de sistemas/ processos, por *rebeldias*, ações em *redes complexas* na conformação de relações, inter-relações, interações, interatividades, relacionamentos *sociais* em meios que vêm se constituindo em *cultura digital*, aceleradas, tornando possível e extremamente facilitadas a produção, acessos a esta realidade nova, diversa *virtual/ digital*. E estas conformações de ambientes/ situações da transformação de dados, informações, processamentos, que estão se trans-conformando em *conhecimentos*, mais acelerados em altas tecnologias, que estão transfigurando, desenvolvendo o sociocultural em modo coletivo. São cenários de atuação *política, econômica, social, culturais, novos* e de *finalidades, princípios, conteúdos, valores*, que mesmo em *cenários competitivos*, estão em novas atuações, para além das contradições criadas, pois por *identidades, identificações, semelhanças*, que sem limites ou fronteiras e incrivelmente acelerados e espalhados, estão surgindo em atuações como *rebeldias*, em *brechas* de cenários em que estão colocados entre elementos que não são contrários, nem tampouco opostos, mas, que estão inventados e interpretados como *contraditórios*, entre a *acumulação e preservação/ sustentabilidade*, onde a circulação de *valores* como *fractais/virais* e a expansão de *lógicas do sociocultural* em relação às *de acumulação*, que conformam ambientes/ situações outras e novas, super acelerados por tecnologias, que tendem a *sintetizar contradições* como já se esboçam em empreendimentos e também se realizam. E, ao invés de tentar laminar *rebeldias*, ações em *brechas* em utilizações de *lógicas do sociocultural* em tentativas de dominação pelas *de mercados*, já se conta com empreendimentos que não estão se pautando por elas e sim pelo sociocultural, ao mesmo tempo estão se revelando e em *cliks* que não acabam mais, em resultados NASDAC, em bolsas de valores que, até a pouco eram tidos como impossíveis e inacreditáveis, onde atualmente alguns dos balanços financeiros dimensionam empresas em patamares superiores, conseguidos em formas, que muito mais independentes de *lógicas persuasivas da lucratividade*... mas ao contrário, por ações em *rebeldias*, estas de *finalidades em princípios, conteúdos*, por *valores* que se espalham cumulativamente como *de uso, troca, referenciais e se irradiam como*



os *simbólicos*, *sígnicos* e os dos *meios digitais fractais/ virais* e outras mesmo que tímidas iniciativas, porém cada vez mais ampliadas como em espécies de *bolsas de valores socioculturais*, em *balanços sociais*, créditos carbono¹⁸. *Valores* que tornam possíveis e possibilitados às perspectivas da *preservação da biodiversidade/ sustentabilidade de vidas sejam elas quais forem...* pois bastam que as novas tecnologias, na *produção material, sociocultural...* estar centradas em *princípios/ valores* como os das *lógicas do social, cultural* e não apenas em *meios e fins*, às vezes *só em fins e resultados*, como os das *lógicas dominantes de mercados...* onde as *metástases destas lógicas*, estão declinando diante das do *sociocultural*, como se tivéramos ao invés de laminações, certas *curas, pelas resistências do sociocultural*. E se, ao invés de tentativas de laminação das novas novidades, mas pelas das utilizações de *lógicas do sociocultural, de finalidades, com claros impactos em seus conteúdos* e se acompanhem as mudanças das novas *hi-tech*, novidades, em tecnologias que as acelerem... para que ao se acelerarem estes processos/ sistemas produtivos, voltados às mudanças/ transformações do sócio cultural em tecnologias utilizadas com *princípios, finalidades, valores, conteúdos* na *preservação e sustentabilidade*, ao invés de tentar utilizar as altas tecnologias a favor de *meios e fins* voltados apenas à *acumulação*, a domínios, de mercados e da exploração... mas que se utilizem estas e novas técnicas, a um também novo e renovado *marketing estratégico* que em outras *lógicas* a de *princípios* e do *sociocultural* que transformem tecnologias em *novo marketing de finalidades...* e que a *comunicação* não seja a de investimentos milionários, nas *lógicas da persuasão* para *acumulação lucrativa...* mas, na *comunicação de valores* em *comunicação de conteúdos...* pautados nas *lógicas do sociocultural...* na *resistência*, mesmo que por *rebeldias* e em *brechas*, mas a reverter estas situações a pelo menos processos mais *dignos*. E, para que estas e muitas mais das outras mudanças que surpreendam e que não sejam apenas as das surpresas em tecnologias, ou de suas novas *hi-tech*, novidades, a nos surpreender, mas as surpresas do desenvolvimento do *sociocultural*, pois, isto não só é possível, como está, mesmo que timidamente, sendo realizado, pois sempre foram fundantes do *sociocultural* e como *hominescências* (SERRES, 2003) *em vidas responsáveis por si mesmas e pelo mundo*, que desde o início da

¹⁸ - Redução Certificada de Emissões RCE *Certified Emission Reductions* CERs certificados de redução de gases do efeito estufa (GEE) ton. de dióxido de carbono (CO₂) é crédito negociado cf. Protocolo de Quioto, que determina cota de emissões, se não conseguir, tornam-se compradores de créditos e se diminuir, pode vender a *redução de emissão* ou *permissão de emissão*. Os obtidos em projetos de Mecanismo de Desenvolvimento Limpo (MDL) podem ser usados a reduzir partes das emissões e grupos, setores que não precisam diminuir suas emissões ou empresas localizadas em países não signatários, como os USA, tem a alternativa de comercializar reduções de emissões nos mercados voluntários como o Chicago Climate Exchange - CCX, Bolsa do Clima de Chicago.



humanidade e a partir do domínio de códigos sonoros que se tornaram línguas, linguagens, narrativas, registros em memórias, impressas, eletrônicas, agora digitais, que transconformaram-se em processos comunicacionais como se chegou neste ponto, crítico, e que muito mais novidades vêm por aí. E estão claramente demonstradas em diversos dos novos e em outros tipos de empreendimentos... que estão justamente se desenvolvendo pela aplicação de *lógicas produtivas* voltadas ao desenvolvimento do *socio-cultural*... onde finalmente poderemos chegar a outra conformação da participação... talvez até a *sociedade do conhecimento*, possível pelo desenvolvimento tecnológico, sempre *datado* (a novidade de hoje já é lixo amanhã) e que é vislumbrado no sociocultural em *princípios* e *valores perenes* e fazendo parte deste futuro... onde, já apontam outras e novas possibilidades de estabelecimentos de *processos civilizatórios*... na sobre-camada de relações culturais, na realidade mesmo que *virtual*, entretanto em processos mais *dignos*... mas que sobremaneira impactam o *cotidiano*, os *modos de vidas*... *processos comunicacionais* e meios *multi-midiáticos*. Ou, se continuarmos a insistir em *paradoxos* como os das *diferenças* e *lógicas* de processos *segregacionistas*, de *desigualdades*, pelos *diferentes/ desiguais/ despossuídos/ desconectados*... da *participação em mercados e da acumulação* sem ligar para a *preservação/ sustentabilidade*... continuaremos na *era das incertezas*... Então, porque não nos encaminharmos a outras *lógicas* junto a estas novas, *hi-tech*, novidades? Pois, as *redes semânticas, polissêmicas, interligadas em significados, a se criar linguagem inteligível de máquinas, em meta linguagens computacionais*, que conseguirão refinar buscas, travar diálogos, cruzar dados, programadas para intercambiar informações em interfaces que apontam tendências às mudanças de *finalidades* e onde *marketing* deve ser atrelado por estes *princípios* e a *comunicação*, por estes valores/ *conteúdos*. Pois, o apagão net ou *WEB0.0*, já nos qualificou a nossa dependência deste meio, enquanto a *rede WEB1.0* possuía capacidade de ler informações em portais e ambientes net, a *Web2.0* com participação, colaboração, interação, compartilhamento e profusão de criação em texto, vídeo, animação, áudio, alteraram a forma como as comunicações e as transações pelas *Redes Sociais Complexas* se realizam, com o *e-commerce* nestas transições em novas multimídias, o estágio *Web3.0* ligado à *Web semântica* pode alterar a forma que estará respondendo a perguntas e se encarregará em estabelecer *valorações*, categorizações, *classificações* oferecer informações na distribuição do conteúdo produzido socialmente que só tende a se acelerar e portanto de relevância ao *marketing* e *comunicação*. Estas mudanças de *lógicas* e *conteúdos* é *paradigma à comunicação publicitária a pessoas/ cidadãos* e não mais



apenas *clientes*, esta mudança de *conteúdos* tendem a predominar, pois *bens* descritos por opiniões e ainda classificados em *inteligência de lógicas computacionais*, preços, lojas, tendências, atributos, características, benefícios, capacidade de processar informações em *rede* e a atender onde o ambiente que o envolve aponta a incrementos de informações disponíveis a *e-clientes* em itens relacionados às preferências, interfaces diferenciadas, organizadas em parâmetros que poderão até nos levar a sermos *e-cidadãos e ao mesmo tempo cidadãos reais e do mundo*. Onde, apesar de barreiras de fretes, custos de envios, teremos acesso a conhecimentos. Pois, na Web temos: opiniões, sites, vídeos, áudios, animações, até os caseiros, rankings, classificações, na Web3.0 essas serão muito mais velozes, úteis, precisas, onde não há mais lugar apenas às *lógicas da acumulação* e onde até as *lógicas semânticas de máquinas* são dirigidas ao *sociocultural*, pois, cada vez mais: *As pessoas não acreditam mais em propagandas. Elas acreditam em outras pessoas.*¹⁹ Mudando-se paradigmas, conflitos, contradições, mesmo que em paradoxos de *igualdades*, aos da *fraternidade*²⁰ e da *liberdade* para a *produção e divisão do trabalho social*, na *esperança do humanismo redivivo!* Em processos socioculturais mais *dignos*. Pois, somos *outsiders*, esquecidos e assim, esquecidos de nós mesmos, como *homo sapiens obliviosus* (SERRES, 2006) esquecidos em nos colocarmos no lugar do *outro*, para se descobrir que este *outro*, somos, *nós mesmos*, assim *insiders* mesmo que em realidades desconexas, mas temos que nos lembrar que quem comanda o *consumo* são os *clientes!* Onde, a *preservação da vida, a sustentabilidade* é tarefa nossa, pois enquanto consumirmos produtos que geram lixo, de empresas poluidoras, que manterá a *lógica da acumulação, de mercados*, que interessa a poucos; - e afinal, se cuidarmos para que isto não aconteça, vamos à *lógica do sociocultural, que interessa a todos, a cada um de nós e a todas as vidas!* A biodiversidade deve ser tratada em *lógicas* não comerciais, afinal, tentamos preservar e restaurar o que não sabemos deixar de destruir e pois apenas com *frações* de recursos já aplicados poderíamos salvar vidas, combater doenças endêmicas, vírus, bactérias, suprimentos de energias/ água, miséria, fome, pobreza... mesmo que sejamos *Web-cidadãos*, com *Web-responsabilidades*, em *Web-justiça social e isso pode ser feito já!* Porém, na *lógica do sociocultural, na militância*

¹⁹ - *Você é a Propaganda. Agências de publicidade utilizam redes sociais, blogs e vídeos para que você transmita espontaneamente as mensagens que elas querem passar.* Folha São Paulo 20/3/2008. F1 INFORMÁTICA Pag 1. Citado por Coutinho, M.

²⁰ - Morin, E.- *Si j'avais été candidat...* LE MONDE 24.4.07. eleições, que forcem dicotomias, disputadas em segundo turno e se candidato, defenderia *idéias* ao invés de partidos/ candidatos, caderno *Debates* do *Le Monde* coloca propostas universais, ancoradas na *revitalização da fraternidade*, que está *subdesenvolvida na trilogia*, pois, suscitaria a criação de *Casas da Fraternidade* nas cidades e nos bairros, como forças de união/integração, diante dos fracassos ocorridos pelas desigualdades e de liberdades bloqueadas, que se acumulam na historicidade de países.



pelos vidas, todas e cada uma delas e que esteja em todos os universos, seja real, cotidiano, fantástico, virtual, digital... mas, em todos mesmo! Sem a sensação cotidiana de sempre sermos outsiders de nós mesmos, do mercado e do sociocultural. Pois, livres, na lógica da acumulação, devem ser os mercados, ao converso, nas lógicas do sociocultural, livres seremos nós! E, se para sobrevivermos e vivermos é preciso fazer e agir, produzir tecnologias, sempre datadas pelo social, o conviver simbólico/ sógnico são acelerados tecnicamente em forma fractal/ viral em novas hi-tech novidades em ampliação/ amplificação cultural. Então, opções e escolhas por igualdades, semelhanças, como nas nets, em comunidades virtuais/ sociedades digitais, estão tendentes à mutirões e à fraternidade e desta maneira, vislumbra-se pela lógica do sociocultural, esta liberdade. Tornando o insustentável desejo de ter, como força a ser redirecionada para dignidade em ambiente equilibrado e para todos; ou ficamos ao converso produzindo cultura e civilização descartáveis, riscos ambientais irreversíveis, acelerando-se a exclusão social. Hoje, participar em comunidades virtuais, sociedades digitais é um passo, mas é pouco é preciso se engajar na civilização, onde ser ético é o imenso diferencial para pessoas físicas, jurídicas e principalmente para os profissionais de marketing e da comunicação. Não é mais possível ser só ambientalista, ecologista, política, eco e socialmente correto, ou só militante de causas sociais, políticas, econômicas, ecológicas, culturais... É preciso ser ético-militante na resistência da vida, fazer a diferença pessoal, profissional e planetária, na rebeldia em manter o necessário e eliminar o predatório, pois já temos diversos ecossistemas irrecuperáveis, crises de energias, de alimentos, de recursos contra a vida em todas as suas formas e nunca poderemos nos esquecer, e aí que se encontra a maior das brechas, das rebeldias e resistências, que sem elas, nada mais pode existir!

Referências bibliográficas:

- BAUDRILIARD, J. **A Transparência do Mal**. Papirus Ed. Campinas 1996.
BOURDIER, P. **A Distinção - crítica social do julgamento**. Ed. Zouk, P.A. / EDUSP 2006.
CÂNDIDO, A. **Os Parceiros do Rio Bonito**. Livraria Duas Cidades. S.P. 1972.
FREUD, S. **Totem e Tabu** e outros trabalhos. Vol. XIII da Ed. Standard Brasileira das Obras Psicológicas Completas. Imago R.J. 1996.
GALVÃO, E. F. **O que é Computação Quântica**. Ed. Vieira & Lent. R.J. 2007.
GODIN, S. **Marketing IdéiaVírus**. Ed. Campus. R.J. 2001.
MARX, K. **O Capital**. - Fondo de Cultura Económica. 5ª. Reimpresión. México. 1972.
MAUSS, M. **Sociologie et Anthropologie**, Paris PUF. 1962.
McLUHAN, M. **La Galaxie Gutenberg**. Paris. Gallimard. 1967.
MORIN, E. **Cultura de Massas no Século XX** - vol. 2 - Necrose 1978.
SERRES, M. **Hominescências**. Bertrand Brasil Ed. R.J. 2003.
SERRES, M. **O Incandescente**. Bertrand Brasil. R.J. 2005.
SILVEIRA, S.A. **Comunicação Digital e a Construção de Commons**. S.P. Ed. Perseu Abramo 2007.