



GLOCAL E VISIBILIDADE MEDIÁTICA:
UMA RECONFIGURAÇÃO DO IMAGINÁRIO

GT10: Comunicação, Tecnologia e Desenvolvimento

Ariovaldo Folino Junior

Pontifícia Universidade de São Paulo – PUC/SP, São Paulo, Brasil

ariovaldo_jr@uol.com.br

Objetivo deste trabalho é apresentar uma reflexão sobre o sujeito atual da civilização pós-moderna, que busca incessante pela visibilidade midiática, e por viver em ambientes glocalizados está submetido e cooptado a ter seu imaginário reconfigurando. O tema central versa sobre como a visibilidade mediática colabora para um outro imaginário social.

Este estudo é fruto da pesquisa de doutoramento realizado no programa de Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUCSP, nele tendo como base os conceitos de pós-modernidade (Harvey; Lyotard); glocal (Trivinho); visibilidade mediática (Trivinho) e imaginário social (Castoriadis) articulou-se uma reflexão teórica crítica destes conceitos na sociedade atual, inclusive a partir da observação netnográfica de indivíduos nas redes sociais.

Resumo

O cyberspace é um ambiente que propicia a desconfiguração da relação primária entre a realidade e o imaginário, propondo, de maneira não passível de escolha,

outro ordenamento do imaginário social que altera a partir deste, uma nova posição do indivíduo dentro da sociedade multicultural. Neste ambiente, ser cibermediático tem suas exigências e tal condição exige estar em constante estado de alerta, hiperconectado, disponível, atualizado; deve-se transpor e propor uma nova realidade diante do imaginário resignificado. Assim, a situação “glocal” unida, concomitantemente à experiência do tempo real, faz fecundar a visibilidade mediática dentro da cibercultura.

Tais questões requerem que se pense sobre a experiência da constituição dos sujeitos nos espaços e tempos virtuais a partir dos arranjos de identificações possíveis pelas plataformas de apresentação e presentificação do eu – redes sociais. Este trabalho, então, objetiva fazer uma incursão diante do conceito de “glocal” e visibilidade mediática, buscando, a partir destes, refletir sobre as reconfigurações do imaginário.

Trabalho Completo

Introdução

O cenário pós-moderno é essencialmente cibernético, informático e informacional. A multiplicação das máquinas operacionais de informação afeta e transforma o conhecimento, o movimento, o meio, o dia a dia do homem.

Apesar da proliferação das nanotecnologias e das comunicações digitais, o debate sobre a pós-modernidade estabelece pouco foco no caráter interativo da técnica e não deixa aflorar, por ora, as profundas transformações da nossa época, atreladas ao surgimento de novos dinamismos entre tecnologia, mente e formas comunicativas.

Pela primeira vez na história da humanidade, a comunicação se torna um processo de fluxo em que as velhas distinções entre emissor, meio e receptor se confundem, até o estabelecimento de outras formas e outras dinâmicas de interação, impossíveis de serem representadas segundo os modelos dos paradigmas comunicativos tradicionais.

Diante de todo o reordenamento apresentado, a pós-modernidade demonstra flexibilidade de processos de trabalho, de seus mercados, dos produtos e padrões de consumo, resultando no surgimento de novos setores de produção, novas formas de fortalecimento do setor financeiro, e principalmente, na intensificação comercial, tecnológica e organizacional. Esse sistema permitiu, então, uma aceleração no ritmo da inovação de produtos e serviços, ao lado da exploração de novos nichos de mercado, e consequente aceleração do tempo de giro da produção e a redução do tempo de giro do consumo.

Esse universo do consumo e da comunicação de massa aparece como um sonho jubiloso, um espectro envolvente de sedução e de movimento incessante, cujo modelo não é outro senão da moda, ditar a moda, ser o centro.

Nasce, assim, toda uma cultura hedonista que incita à satisfação imediata das necessidades, estimula a urgência dos prazeres e enaltece o “pessoal”. O indivíduo passa a existir com o conceito de consumo sem espera, em que as políticas de um futuro radiante foram cambiadas pelo consumo imediato como promessa de um futuro eufórico e extasiante.

O consumidor é seduzido pela tirania do desejo: querer agora, querer muito a seguir, não querer mais nada disso depois e o processo nunca finda. Assim, chama-nos a atenção o grande crescimento das redes sociais, dentre as quais se destacam, notoriamente, Facebook, Twitter e Club Penguin, entre outras. Parece

sintomático do quanto é sedutora, na contemporaneidade, a experiência de ser cibermediático e este fato nos remete a Bauman (2001), quando afirma que “as redes sociais de relacionamento contribuem exacerbadamente com os deslocamentos conceituais de sujeito e identidade”. A este processo, podemos somar as novas condições possíveis, a partir das tecnologias do tempo real, que alteram e restabelecem novas culturas e comportamento no ciberespaço, afetando nossa auto-experiência mediada pelo marco da economia de mercado globalizado do Capitalismo.

Ser cibermediático tem suas exigências e tal condição nos conduz a estar em constante estado de alerta, hiperconectado, disponível, atualizado. Deve-se transpor e propor uma nova realidade diante do imaginário resignificado; estar atento a tudo e a todos dentro da sua comunidade virtual; ser ou se submeter; recriar o corpo, ser imagem, avatar; desgarrar-se de si, poder ser outro.

A glocalização unida, concomitantemente à experiência do tempo real, faz fecundar a visibilidade mediática dentro da cibercultura, do cyberspace.

Segundo Trivinho (1998):

O *cyberspace* pode ser encarado como um constructo tecnológico que absorve em si cada vez mais o conjunto de práticas cotidianas, dos desejos de interação ilimitada, ele vigora como macrossimulacro imagético do desmantelado espaço social efetivo, fincado sobre o território geográfico. Por conseguinte, organiza-se como simulação do real, do social, na medida em que se impõe em bloco à consciência e ao imaginário do usuário tele interagente como sendo o

próprio real ordinário com seus fluxos sociais, políticos e culturais. (p.35)

Podemos perceber que o *cyberspace* é um ambiente que propicia a desconfiguração da relação primária entre a realidade e o imaginário, propondo, de maneira não passível de escolha, outro ordenamento do imaginário social, alterando a partir deste, uma nova posição do indivíduo dentro da sociedade cibercultural.

Percebe-se uma construção social diferente, um sombreamento das massas culturais, diferentemente do que Adorno e Horkheimer explanaram, onde a indústria cultural havia articulado e responsabilizado para si o surgimento das massas. Hoje, com a indústria da interatividade, as massas são dissipadas sob a premissa de um Ser único – uma personalidade individual nas redes ciberculturais. O indivíduo passou a ser na sua perspectiva, o único centro desta rede, sempre buscando conquistar e manter o egocentrismo do processo, mesmo que, de fato, não seja real, mas da ordem de um imaginário virtual.

Diante disso, formas consagradas de se relacionar com o outro, de se perceber, de ser e estar no mundo, foram substituídas por virtualidades criadas pelas linguagens e códigos das novas tecnologias.

Assim, o crescente fenômeno da cibercultura contribuiu substancialmente com a desreferencialização do real e dessubstancialização do sujeito. E embora não sejam responsáveis pelos fenômenos de fragmentação, multiplicação ou implosão do sujeito moderno e sua indefectível identidade, as plataformas ciberculturais de comunicação, relacionamento e projeção espectral das subjetividades operantes concorrem para sua potencialização.

Neste processo, há inserido na cibercultura um excesso, um algo a mais do indivíduo em relação a si mesmo, produzindo tal ego, que o indivíduo passa querer um mundo para ser *seu* mundo, que seja oriundo de si mesmo. Ele figura e configura um novo universo por e para si mesmo, obliterando as fronteiras da realidade e do imaginário, do *eu* (sujeito) – para o *eu* (múltiplos avatares) de sujeitos. Ainda, neste contexto, é importante, inclusive, sobre a questão da explosão do lugar, o lugar comum ao etnólogo em seus estudos, relacionados ao habitar geográfico, físico e presentificado que passa a ser expandido a um não-lugar real, mas, sim, a um novo lugar em tempo real, cirbermediático e glocal.

Cabe aqui um recorte, para elucidarmos o termo “glocal”, foi evocado pela primeira vez, criticamente, em ciências humanas, por Paul Virilio (1955), trata-se de um neologismo formado pela primeira sílaba do termo “global” e pela sílaba desinencial do termo “local”. Tal fusão no nível do significante tem, profundas consequências no nível semântico. O “glocal” não prevê o isolamento da dimensão do global em relação à dimensão do local, e vice-versa. A aglutinação significativa e a mescla de sentidos que marcam o “glocal” fazem dele invenção tecnológica de imbricação de processos contrastantes, sem que, no entanto, se desfigure a sua condição de terceira natureza, de terceira via, não redutível nem a um, nem a outro processo implicado.

Diante do arco exposto até o presente momento, tais questões requerem que se pense sobre a experiência da constituição dos sujeitos nos espaços e tempos virtuais a partir dos arranjos de identificações possíveis pelas plataformas de apresentação e presentificação do eu, qual a nova formação do imaginário diante do espectro glocalizado?

A Visibilidade Mediática e O Fenômeno Glocal

Para elucidarmos a questão específica da visibilidade mediática, precisamos, inicialmente, contextualizar a fenomenologia do glocal¹ – modo básico de organização do tecido sociocultural e político-econômico da civilização tecnológica do século XX - como ambiente de cultura na civilização mediática, pois é nele que a visibilidade, juntamente com a existência do tempo real, se fecundam.

O glocal pode ser entendido como um processo social mediatizado que transpassa a situação global e local, pois hibridiza estas situações em tempo real utilizando-se de aparato tecnológico em rede. Vale evidenciar que não há condição de existência do glocal sem que haja, necessariamente, a presença de tecnologias do tempo real, pois ele precisa de aparatos tecnológicos mediáticos que perfaçam esta premissa.

Por tal fato, percebemos que o fenômeno glocal passa a ser mais bem identificado no âmbito ciberespacial, mas, apesar dessa compreensão, é possível de reconhecê-lo na esfera de outras tecnologias de comunicação outrora já desenvolvidas, como o telefone, rádio, televisão. Ainda, devemos compreender o glocal diante da existência de alguns elementos, tais como: aparato tecnológico, tempo real, estar em rede transmitindo fluxos sígnicos de qualquer ordem, termos a presença de um sujeito em acoplamento ao aparato e à rede.

O fenômeno glocal corrobora com o fato de existência dos não-lugares e faz com que haja um reescalonamento da percepção geográfica territorial de contato humano para um lugar imaterial de intenso fluxo espectral de luz densamente povoado das redes comunicacionais.

¹ O termo “glocal” foi evocado pela primeira vez, criticamente, em ciências humanas, por Paul Virilio (1995), e caracterizado de forma sucinta como *fenômeno glocal* em Trivinho (1999).

O glocal não deixa de ser um resultado da dromocracia² tecnológica que alicerça a formação estrutural e simbólica da civilização mediática atual.

Para que ocorra a condição glocal, o indivíduo, juntamente com seu aparato, precisa estar conectado, em tempo real, rizomaticamente à rede, passando assim a ser, estar e pertencer a este sistema. O indivíduo passa, então, a ter um sentimento de inclusão, de pertencer a este sistema tecno-comunicacional. O indivíduo, por meio de seu acoplamento ao seu aparato tecnológico, imerge no ambiente glocal, o que o faz sentir-se sujeito ativo por muitas vezes, mesmo estando passivo. Esta configuração faz com que haja uma ligação entre o simbólico e o imaginário, resignificando a relação entre eles.

O glocal então se torna um fenômeno comunicacional subsidiado por uma cadeia de acoplamentos simbólico – imaginário, entre o indivíduo, máquina e um não lugar – lugar glocal, hiperconectado universalmente, o que leva o indivíduo a ter uma sensação de superpresentificação, ou seja, de poder estar presente em todo o lugar (aqui geograficamente dizendo), sem de fato estar, mas, estando, agindo, interferindo e acompanhando.

No ambiente glocal, onde as redes impulsionam a alta visibilidade mediática, fecunda-se a busca do indivíduo por aparecer, tornar-se espetáculo de si, assim, a visibilidade mediática configura, por sua vez, o “macrocorredor comunicacional” para super exposição, circularidade e reciclagem sígnicas em tempo real, fusionada por mídias de massa (jornais, revistas, cinema, rádio e televisão), mídias interativa (sites, chats, blogs, fotologs, Orkut, MySpace, Second Life, Twitter, etc), ou até mesmo mídias híbridas (webradio, webTV, YouTube, etc.)

² O conceito de dromocracia, cunhado por Virilio, em 1977, num contexto de discussão sobre as relações entre campo político e campo bélico no âmbito da história ocidental, refere-se a uma dinâmica societária subordinada ao imperativo da velocidade.

Ainda segundo Trivinho (2011):

A visibilidade mediática – na verdade, intermediática – constitui a “protuberância” tecnossimbólica e imaginária do processo de glocalização planetária para deslizamento veloz de textos, imagens e/ou sons – de um contexto glocal a outro, de uma rede a outra, de um media a outro, de um produto (ciber)cultural a outro –, quase sempre regido por agendas temáticas diuturnamente sufragadas por audiências (de massa e/ou ciberespaciais). (p.123)

Diante de tal visibilidade, no contexto glocal, a relação do indivíduo passa a não ser mais pautada no estar físico, presente, total, mas na relação pseudo corporal do estar agindo ou, pelo menos, achando que está nesta grande rede. Esta reconfiguração de posição se coaduna com a ampliação e exacerbação do imaginário, seja ele relativo à questão geográfica, temporal ou até mesmo de concepção e recriação do sujeito – escolha de diversos avatares.

A exacerbação possível do imaginário, segundo Castoriadis (1982), tende a provocar um deslocamento de sentido, onde símbolos são investidos de outras significações, fazendo com que o imaginário se separe do real. Devemos deixar claro que o mundo das significações tem de ser pensado não como uma réplica irreal de um mundo real, de algo colocado sabe-se lá por quais relações abstratas indedutíveis, mas, sim, devemos lembrar que essa força de significações, resignificações e pluralização do imaginário, não passa de uma posição inicial de um contexto social-histórico e do próprio imaginário social capitalista.

A reconfiguração do imaginário perpassa, também, pela questão exponencial que a velocidade tecnológica impôs ao tempo – morte do tempo, pois o tempo

cronológico – relativo ao ciclo do dia – foi corrompido por uma nova lógica temporal, maquiavelicamente chamada de “tempo real”, um tempo que pode ser compreendido tecnicamente como forma de luz. Assim sendo, no âmbito glocal o “tempo real” passa a ser unidade comum da civilização mediática³ atual, corroborando o processo de visibilidade mediática.

Vejamos que na civilização mediática há um exacerbamento de sentidos fragmentados, uma pluralidade diversificada de índices simbólicos e imaginários, designados pelo sistema glocalizado e pelos agentes, sujeitos e atores da própria ação decorrente da visibilidade mediática⁴.

A reconfiguração do imaginário

Tudo o que se apresenta no mundo social-histórico está indissociavelmente entrelaçado com o simbólico. A sociedade se sustenta e se organiza pelas relações simbólicas, mas as determinações simbólicas não se esgotam em sua substância e subsiste a um componente essencial na sociedade, o componente imaginário⁵ de todo símbolo e simbolismo.

³ O conceito de civilização mediática, por sua vez, diz respeito a um modelo de civilização – aquele desenvolvido e consolidado ao longo do século XX – cujo funcionamento, em todos os setores e instâncias sociais, políticas, econômicas e culturais, dependem dos *media* (de massa e informáticos), de sua disponibilidade histórica, de sua produção simbólica e imaginária e de sua capacidade de articulação e modulação da vida humana. (TRIVINHO, 2007)

⁴ Equação social imperativa: a de uma existência (pessoal, grupal, governamental, corporativa etc.) inteiramente condicionada à aparição na visibilidade mediática. Segundo a fleuma autocrática desse axioma cultural epocal, hipostasiado em habitus cotidiano indiscutido, um existente (indivíduo, grupo, objeto, marca etc.) não subsiste per se; vige, como tal, se, e somente se, nos e através de media, sejam eles de massa, interativos ou híbridos, fixos ou móveis. [(TRIVINHO, Eugênio). Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura: significação social-histórica de um substrato cultural regressivo da sociabilidade em tempo real na civilização mediática avançada. São Paulo: cópia reprográfica e digital, 2009. 13p. [Texto apresentado no XIX Encontro Nacional da COMPÓS - Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Comunicação (GT "Comunicação e Cibercultura"), realizado na PUC-Rio, em junho de 2010.]

⁵falamos de imaginário quando queremos falar de alguma coisa “inventada” que se trate de uma invenção “absoluta”, ou de deslizamentos, de um deslocamento de sentido, onde símbolos já disponíveis são investidos de outras significações que não suas significações “normais ou

O imaginário deve utilizar o simbólico, não somente para exprimir-se, mas, também, para existir, para passar do virtual a qualquer coisa a mais, podemos assim, compreender o imaginário como imagem.

Castoriadis (1982), nos apresenta que o imaginário só representa um papel porque há problemas “reais” que os homens não conseguem resolver, esquecemos, pois por um lado, que os homens só chegam precisamente a resolver esses problemas reais na medida em que se apresentam, porque são capazes do imaginário: e por outro lado, que esses problemas só podem ser problemas, só se constituem como estes problemas que tal época ou tal sociedade se propõe resolver, em função de uma imaginária central da época ou da sociedade considerada.

Assim, podemos pensar quais problemas estão inscritos no imaginário, onde a constituição dos sujeitos nos espaços e tempos virtuais se apresenta e presentifica em novos arrajamentos sígnicos, qual reconfiguração o momento atual exige e projeta ao imaginário diante do universo glocalizado e atemporal.

Parece-nos que buscamos sempre resolver nossos próprios problemas de imaginário, mas fato é que, num ambiente *cyberspacial* glocalizado, como já explicitado, as reconfigurações do imaginário apontam a uma ou mais imagens de uma realidade da cronologia do tempo real, uma imagem luz, veloz e deslocada de seu lugar, mas capaz de provocar uma ilusão, derivativa de um imaginário calcado nesta ilusão, e suscetível a consubstancialização de uma nova ordem da realidade ou até mesmo de uma crença.

“canônicas”. Nos dois casos, é evidente que o imaginário se separa do real, que pretende colocar-se em seu lugar. (CASTORIARDIS, Cornelius. A instituição imaginária da sociedade. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982. P.154)

O imaginário fomenta e fecunda o espetáculo do indivíduo cibercultural, todavia, o espetáculo, com suas relações mediadas por imagens é a afirmação do caráter imaginário, a grande magia do real consiste em simular o que não é: uma verdade absolutamente externa ao observador, mas vivido, a tempo e, em tempo “real”, contribuindo com a fragmentação, desreferencialização e o descentramento do sujeito diante de si e da sociedade que se apresenta. Debord (1992), aponta para a questão do espetáculo: “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens”. Assim, O espetáculo com suas relações mediadas por imagens é a afirmação do caráter imaginário do ser cibercultural.

Estando então o imaginário calcado na imagem, podemos, ainda, ponderar sobre a reflexão desta imagem na imaginação do indivíduo e tomarmos como base, Sartre (1996) para quem a imaginação é um ato mágico que fomenta o pensamento, as sensações e as percepções.

Vivemos então envoltos de sensações e percepções da ordem do real apresentado, como também, imersos na proliferação de indivíduos - espetáculos – que se multiplicam na plataformas ciberculturais de relacionamento, reconfigurando a todo o momento o imaginário, tornando-se imagem de si, pra si e para todos.

Percebemos então, que fragmentação profunda ocorre no processo glocal, mediatizado do *cyberspace*, pois tudo é espectralização de luz em tempo real, trazendo a realidade proposta ao indivíduo, dromo tecnológico, a efeito de uma única realidade possível daquele tempo. Mas, devemos refletir, também, que neste mesmo ambiente o indivíduo passa a se reconfigurar, por exemplo, enquanto avatar, e igualmente contribui para a nova referenciação de imaginação e imagem.



Enfim, ficam as seguintes reflexões, que configurações individuais ou societárias se apresentam no imaginário, se o imaginário social histórico esta sendo absorvido por um imaginário individual e egocêntrico, que comportamento está por vir, ou ainda, que formas de comportamento e consumo, estão por de traz desta nova configuração que se presentifica.

Referências Bibliográficas

- Augé, M. (1994). *Não Lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade*. M. L. Pereira (trad.). Campinas: Papirus.
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Castoriadis, C. (1982). *A instituição imaginária da sociedade*. Tradução Guy Reynaud. Rio de Janeiro: Paz e Terra.
- Debord, G. (1992). *La société du spectacle*. Paris: Gallimard.
- Harvey, D. (1992). *A condição pós-moderna: uma pesquisa sobre as origens da mudança cultural*. São Paulo: Loyola.
- Liotard, J. (2000). *A condição pós-moderna*. Rio de Janeiro: José Olympio.
- Trivinho, E. (1998). *Redes: obliterações no fim de século*. São Paulo: Annablume.
- Trivinho, E. (2007). *A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada*. São Paulo: Paulus.
- Trivinho, E. (2008). Visibilidade mediática e violência transpolítica na cibercultura: condição atual da repercussão social-histórica do fenômeno glocal na civilização mediática avançada. São Paulo, *XVII Encontro Nacional da COMPÓS*. Recuperado em 25 de junho, 2008, de http://www.compos.org.br/data/biblioteca_287.pdf
- Trivinho, E. (2010). Cibercultura e existência em tempo real: contribuição para a crítica do modus operandi de reprodução cultural da civilização mediática avançada. São Paulo, *Revista da COMPÓS – Associação Brasileira de*



Programas de Pós-Graduação em Comunicação. Recuperado em 12 de setembro, 2010 de [http:// www.compos.org.br/data/biblioteca_173.pdf](http://www.compos.org.br/data/biblioteca_173.pdf)

Trivinho, E. (2011). Visibilidade mediática, melancolia do único e violência invisível na cibercultura. *Revista Matrizes*, 4(2), Programa de Pós-Graduação em Ciências da Comunicação Universidade de São Paulo, São Paulo.

Satre, J. (1996). *A imagem*. P. Neves (trad.). Porto Alegre.

Virilio, P. (1984). *Guerra pura: a militarização do cotidiano*. São Paulo: Brasiliense.

Virilio, P. (1996). *Velocidade e política*. São Paulo: Estação Liberdade.