

A Comunicação na Paramodernidade: Do Global ao Singular, o Híbrido¹

Fernando Peixoto
CECS – Centro de Estudos de Comunicação e Sociedade (U. M.)
fernandopeixoto1@gmail.com

Resumo:

A comunicação constitui, hoje, um agente fundamental para as sociedades evoluídas, para além de se perceber tratar-se de um fenómeno multidisciplinar, complexo, muito por força da conjugação de um binómio, distinto embora interdependente, que lhe serve de etiologia: capitalismo e tecnologia.

Parece-me claro que os *media* se constituem agora como um poderoso sistema maquínico, não apenas complexo mas também inebriante, entorpecente e mobilizador no que respeita à produção de afectos. Daí ser meu propósito interrogar qual o papel do Homem na contemporaneidade, tanto na sua relação com os *media* como com a tecnologia, percebendo desde logo que vivemos numa sociedade consumista, acelerada, estetizada e sob um permanente manto diáfano de sombras que tende eventualmente a esgotar-nos em emoção.

Assim se justifica a perspetiva segundo a qual a nossa preocupação não recai sobre o presente mas antes sobre a vivência em si, isto é, sem tempo definido, sem território, sem ideologia.

Agora, numa era híbrida e com uma cultura própria assente em dicotomias várias que convivem sob uma aparência harmoniosa, experienciamos uma época de certo modo peculiar onde, a meu ver, parecemos habitar numa ambiência difusa, conjugando a inovação com a hibridez num complexo fluxo de interatividades que nos esbate a fronteira entre real e virtual, entre natureza e simulacro, entre humano e inumano, no que me atrevo aqui qualificar como «paramodernidade».

Palavras-Chave: Comunicação; Paramodernidade; Media; Hibridez; Globalização; Identidade;

Abstract:

Communication is presently a fundamental agent for developed societies, besides being a complex multidisciplinary phenomenon, especially because of the conjugation of a binomial - capitalism and technology - distinct however interdependent, which works as its etiology.

In my opinion, it is clear that the media are now a powerful machinic system, not only complex but also inebriant, numbing and mobilizer in what concerns the production of affection. Therefore it is my purpose to question man's role in contemporaneity, both in his relation with the media and with technology, immediately perceiving that we live in an accelerated, aestheticized, consumption society, under a permanent diaphanous robe of shadows that will eventually wear us out emotionally.

Hence the justification of the perspective which suggests that our preoccupations do not lie in the present but rather in the experience itself, that is, without a defined timeline, without a territory, without an ideology.

Nowadays, in this hybrid era which has its own and unique culture set on various dichotomies that interact under a harmonious appearance, we experience a peculiar era in which, in my opinion, we seem to inhabit a diffuse ambience, conjugating innovation with hybridity in a complex flux of interactivities that blurs the frontier between real and virtual, between nature and simulacrum, between human and inhuman, in what I dare to classify of "Paramodernity".

Keywords: Communication; Paramodernity; Media; Hybrid; Globalization; Identity;

1. Identidade e Fronteira: Cultura e Tradição na Globalização

A cultura, enquanto totalidade complexa e comportando uma rede matricial que compreende costumes e tradições, valores e princípios padronizados, hábitos assimilados, capacidades desenvolvidas pelo Homem enquanto membro de uma dada sociedade, possui determinadas características específicas que lhe moldam a identidade. Logo, facilmente se constata que toda a cultura é socializada, visto nenhuma cultura sobreviver – muito menos se expandir – de modo independente da sociedade que a alimenta.

No entanto, as culturas são sempre singulares, por mais diversas e localizadas sejam ou estejam. Isto porque contemplam idiosincrasias próprias. Vejamos o exemplo das artes: a arte *zen* (Japão), o *jazz* (E.U.A.), o tango (Argentina), o samba e a bossa nova (Brasil), o flamenco (Espanha) ou o fado (Portugal). Tratam-se de agentes culturais incontornáveis, apresentando todos eles uma origem localizada e facilmente identificável, independentemente da sua disseminação pelo mundo fora.

Nos fluxos modernos, à escala planetária,

¹ GT – Comunicação e Cultura.

encontramos as suas origens geográficas, imperando, como regra, a sua localização do ponto de vista geográfico. Porém, adverte-nos Jean-Pierre Warnier (2002:11) que pese embora a sua qualificação se prender geralmente com um critério geográfico, pode tornar-se, a seu modo, “susceptível de se revestir de uma dimensão mais social que espacial no caso das comunidades dispersas através do mundo, conhecidas como *diásporas*”.

Vem isto a propósito das turbulências culturais que ocorrem na atualidade. Por imperativos vários, tem-se vindo a acentuar um aumento exponencial do número de pessoas que apostam no bilinguismo como solução putativa para uma comunicação ampla e, até, global. Como um ato de sobrevivência, dirão os mais radicais.

Deste modo, dois vetores se destacam em qualquer reflexão pertinente sobre a contemporaneidade: a *identidade* e a *fronteira*.

Quanto ao primeiro vetor, a identidade, questionamos frequentemente qual o papel da identidade cultural num mundo globalizado. Atentemos à definição de Warnier (*ibidem*), “a identidade define-se como um conjunto de reportórios de ação, de língua e de cultura que permitem a um indivíduo reconhecer a sua dependência de um certo grupo social e de se identificar com ele”. Assim, no caso de o indivíduo dominar duas ou mais línguas, tal facto facultar-lhe-á novas possibilidades de comunicação, como ainda implicará obrigatoriamente que esteja envolvido e, por arrastamento, identificado com duas (ou mais) culturas distintas, logo mais preparado para assimilar e atuar numa cultura necessariamente global.

Quanto ao segundo vetor, a fronteira, trata-se de um conceito em clara transformação, diluindo-se o sentido clássico que lhe era comumente atribuído. Isto deve-se, em grande medida, a vivermos hoje uma época em que proliferam fluxos intensos de circulação de pessoas, ideias, capitais, bens e serviços. Diz-nos Adriano Moreira (in Marchueta, 2002:9) que “a questão de fronteira tem uma dupla dimensão, a que se traduz na definição de um limite de vizinhança entre identidades diferenciadas, e a que salvaguarda um espaço de intervenção autónoma de cada identidade em relação aos interesses próprios”.

Na verdade, as fronteiras parecem constituir-se hoje, essencialmente, como registos administrativos, ganhando em simbolismo o que perdem em autonomia.

Numa sociedade cada vez mais global e em permanente ebulição, predominando o conceito de valor (subentendendo-se este enquanto mais-valia, suplemento, valor acrescentado), impõem-se várias atividades geradoras de valor – curiosamente concentradas nas grandes áreas metropolitanas –

formando um conjunto vulgarmente designado por «indústrias culturais». A este respeito, diz-nos ainda Adriano Moreira (*idem*:14) que “talvez deva admitir-se que a primeira questão é a pulverização das fronteiras geográficas, e a multiplicação de fronteiras em função de interesses e objetivos específicos”. De facto, esta opinião não mais reflete do que a evolução sociocultural ocorrida nos mais díspares setores de atividade ao longo dos últimos anos.

São vários os fatores que se encontram na base do novo paradigma informativo-comunicacional. Desde logo os fatores de natureza política e socioeconómica: a queda do muro de Berlim; o desaparecimento de um sistema polarizado em duas super-potências (Estados Unidos da América e União das Repúblicas Socialistas Soviéticas) e dando lugar a um outro, descentrado e multipolar; a reconfiguração do mapa-mundo e a multiplicação de Estados no âmbito da comunidade internacional; o alargamento de acesso à economia de mercado por parte de um número que ascende aos três mil milhões de habitantes em todo o planeta; o exponencial desenvolvimento tecnológico; o ressurgimento de certos nacionalismos e de determinadas identidades culturais (isto para já não falarmos de alguns messianismos); a emergência de novas potências nucleares; o crescimento significativo da interdependência internacional a par de um aumento inimaginável de fluxos de movimentos com especial enfoque nos modernos sistemas de informação e de comunicação, emergindo os *media* como o exemplo maior, entre vários.

Falamos hoje, embora com relativa ligeireza, de conceitos consagrados mas que outrora parecer-nos-iam porventura iníquos: «revolução tecnológica»; «aldeia global»; «economia de mercado»; «sociedade de consumo»; «cibermundo»; «globalização»; «mundos virtuais»; «*shares*»; «*core business*»; «*shareholder's value*», a par de muitos outros.

Com o progresso substantivo – e em paralelo – de várias ciências a cujo impulso tecnológico parece inquestionável, mormente potenciados pela globalização, surgem novos problemas e novos desafios. Daí se questionar frequentemente a complexidade do conceito de «fronteira» e o seu carácter polissémico, aliás, como descrevem Jorge Semprún e Dominique de Villepin (2006:68), “a única fronteira que nos protege continua a ser a dos nossos valores comuns”.

2. As Indústrias Culturais Numa Sociedade Em Rede

Numa sociedade global e onde prevalece o conceito de valor, as chamadas «indústrias culturais» impõem-se enquanto atividades geradoras de valor. Reporto-me naturalmente aos *media*, à arte, à moda, ao entretenimento, à música, à internet e à publicidade, mais concretamente.

A emergência das «indústrias culturais» “encontram-se entre as atividades de maior crescimento e geração de valor de todas as sociedades avançadas” (Castells, 2007:266), baseando-se “na lógica espacial dos meios de inovação territorialmente concentrados e intercâmbios cara a cara no centro do processo de decisão, algo que a interação *online* complementa, não contradiz” (*ibidem*).

Se parecem inegáveis as virtualidades decorrentes da anunciada «era global», parece-me todavia urgente alertar para os desafios que se nos coloca a perspectiva de uma «sociedade em rede». Por um lado, alicia-nos a ideia de um mundo mais próximo e mais facilmente comunicável (diluindo-se fronteiras e assimetrias); por outro lado, não poderemos porventura incorrer na possibilidade (e consequente risco) de ficarmos enleados nas mesmas malhas dessa «sociedade em rede»?

Está muitas vezes associada à globalização a ideia de standardização. A vários níveis, assistimos a uma uniformização (arte; moda; música; cinema; internet; publicidade), numa proliferação gradativa de uma lata diversidade de conteúdos. Hoje, o consumidor tem ao seu dispor uma miríade de alternativas que lhe possibilitam optar por aquela que mais lhe apraz.

Tanto o multiculturalismo como o próprio conceito de transculturalidade representam dimensões de tal forma amplas, cuja latitude comporta diversas contradições. Senão atentemos: por um lado, assistimos ao surgimento de um cosmopolitismo (ou seja, uma visão abrangente do mundo, abertura ao outro, disponibilidade para novas ideias e novos desafios) associada ao relativismo (inexistência ou minimização de preconceitos quando confrontados com ideias dissonantes); por outro lado – e paradoxalmente – somos quotidianamente confrontados com diversos tipos de fundamentalismo (cultural, político; militar; desportivo; religioso; económico).

Perante tal paradoxo, somos levados a concluir que o fenómeno da globalização, designadamente na sua matriz sociocultural, potencia um sistema amplo, heterogéneo e até multidisciplinar, embora por vezes volátil e capcioso, talvez pelo facto de buscar permanentes inovações. E se é precisamente essa busca incessante

pela novidade (muitas vezes mais que pelo novo) que lhe atribui sentido (existencial) e catapulta a sua projeção (a uma escala universal), também poderá constituir o seu principal *handicap*, ao não sedimentar valores nucleares bem como uma sustentação ideológica e doutrinária, desprovida de princípios identitários, tornando-se refém do momento e escudando-se, assim, em permanentes reificações.

Atualmente, também o conceito de arte se democratizou, pluralizando-se tanto na perspetiva da sua divulgação como ainda da distribuição, comercialização e acessibilidade. Para o efeito, em grande parte contribuiu o desenvolvimento das chamadas «economias de mercado», possibilitando a transformação do próprio conceito de «indústria cultural», outorgando-se-lhe hoje os vaticínios que outrora lhe traçaram quando a denominaram de «arte-mercadoria».

Deste modo, adquire hoje uma pertinência muito particular a pergunta que Boaventura Sousa Santos (2001) nos lança em *Globalização: Fatalidade ou Utopia?*, quando se interroga se estará agora em questão uma globalização da cultura ou, pelo contrário, uma cultura global.

Parece-me iniludível a constatação de que a globalização traduz uma crescente relação dialética entre os diversos países, nomeadamente fruto da liberalização dos fluxos internacionais de capitais, de tecnologias, de comércio, de informação, como ainda do aumento significativo da mobilidade (em larga escala) de ideias, de produtos, de bens e serviços, como também de pessoas.

No que concerne a este ponto de vista, os benefícios que se lhe subjazem parecem irrefutáveis. Porém, dúvidas há que subsistem, concretamente as de foro ético.

Se, parece evidente, o facto das vantagens que derivam da globalização não chegarem a todos os países, muito menos abrangerem de modo equitativo todos os indivíduos de cada país, parece-me urgente questionar não propriamente a acuidade da globalização para o mundo, enquanto um todo, mas antes analisar se existe equidade – ou proporcionalidade – na gestão e distribuição dos seus benefícios face aos diferentes países e populações respetivas. Aliás, o busílis desta equação prender-se-á, a meu ver, com as eventuais assimetrias na gestão e distribuição quer dos recursos quer dos benefícios.

Em termos objetivos, os grandes beneficiários da globalização tendem a ser os indivíduos melhor preparados, aqueles que revelarem maior capacidade de adaptação aos múltiplos estímulos de que são alvo. Regra geral, tendem a ser beneficiados os indivíduos mais atentos, mais qualificados, mais informados e disponíveis para a formação contínua, para as múltiplas

transformações tecnológicas, para o progresso, revelando uma proatividade própria de quem lê os sinais dos tempos e percebe que o mundo não para nem estagna, pelo contrário, «pula e avança», como aludiu em tempos Gedeão (2008).

Paradoxalmente, perderão todos aqueles que se comportem reativamente, mormente aqueles que se acomodam, estagnando e oferecendo resistência ao progresso tecnológico, à formação, tal como todos aqueles cujos trabalhos radicam em setores de procura pouco dinâmica e/ou de contacto exíguo com as novas exigências do mundo atual.

Entre as múltiplas críticas e ameaças lançadas à globalização, parece-me particularmente relevante o alerta de Ulrich Beck (2000), quando desvela o putativo perigo que poderá consistir na formação de uma política de «autoritarismo democrático». Reportando-se em concreto às organizações empresariais, Beck refere a possibilidade de um autoritarismo flexível para o exterior e de modo oligárquico para com o interior, originando-se um «clima liberalista» que, na sua opinião, poderá resvalar num «clima de terrorismo».

No entanto, a visão de Beck não se confina a uma perspetiva unicamente voltada para a crítica, apresentando uma solução eventual para o problema detetado. Segundo ele, esses possíveis conflitos poder-se-ão combater por via da participação ativa dos cidadãos, pela adoção de uma atitude proativa em torno da cidadania e que contemple uma preocupação e atuação cívica militante, levando assim à feitura de novos códigos que possibilitem a elaboração de diretrizes políticas conducentes a pacotes legislativos que não apenas norteiem como ainda salvaguardem direitos e garantias, abusos de poder, assimetrias cívicas, fortalecendo consequentemente os estados democráticos, dotando-os de uma maior firmeza estrutural e, assim, consubstanciando-se uma nova autonomia de poder.

Hoje em dia, o centro do mundo já não orbita em torno do indivíduo, quer o consideremos na sua singularidade, quer o consideremos como povo, numa ótica coletiva. Essa tendência tem vindo a extirpar-se muito por força do crescimento da ideia – e do fenómeno – da chamada «sociedade global».

Se nos lembrarmos da afirmação de Warnier segundo a qual preconiza que poderemos agora «afirmar que a Terra se mundializou», melhor perceberemos o impacto de tal rutura, face ao que até há bem pouco tempo nos era dado a conhecer.

Na senda do que acontece com todas as rupturas, emergem sentimentos distintos como a surpresa, o encantamento, porventura o fascínio, mas também (e compreensivelmente) o receio e o pragmatismo. Octavio Ianni (2004:13) descreve exemplarmente este fenómeno,

“trata-se de uma rutura drástica nos modos de ser, sentir, agir, pensar e fabular. Um evento heurístico de amplas proporções, abalando não só as convicções mas também as visões do mundo”.

À luz desta conceção, assente numa rutura marcadamente epistemológica, Ianni (*idem*:14) explica que necessariamente se multiplicam “metáforas, imagens, figuras, parábolas e alegorias, destinadas a dar conta do que está acontecendo, das realidades não codificadas, das surpresas inimaginadas”.

No advento da globalização, novas possibilidades se abrem ao universo científico, cujo imaginário rasgará certamente novas elipses culturais, tradições, mitos e utopias, espoletando ainda um conjunto de interrogações e dúvidas, problemas, equações e respostas, para além das insondáveis explicações, previsões, teorias e interpretações.

3. A Sociedade Global e a Cultura dos Media

Vivemos hoje uma época acelerada. E, curiosamente, uma época repleta de metáforas. De facto, são vários os fatores que parecem estar na origem da aceleração do devir societal que hoje experienciamos.

Na atualidade, várias denominações adquirem especial protagonismo como são os casos de «aldeia global», «terra-pátria», «nova Babel», a par de outras expressões curiosas. Na senda deste pensamento, convém considerarmos como metáforas lapidares as descritas por Renato Ortiz (1994:14), “«a primeira revolução mundial» (Alexander King), «terceira onda» (Alvin Toffler), «sociedade informática» (Adam Schaff), «sociedade amébica» (Kenichi Ohmae), «aldeia global» (Marshall McLuhan)”, acrescentando ainda Ortiz em jeito de repto: “por que esta recorrência no uso de metáforas? Elas revelam uma realidade emergente ainda fugidia ao horizonte das ciências sociais” (*ibidem*).

Pois bem, a estas metáforas podemos acrescentar ainda outras, igualmente conhecidas e cujo espectro da globalização se encontra presente: «comunicação-mundo», «economia-mundo», «mundo sem fronteiras», «mundialização cultural», «tecnocosmos», «moeda global», «shopping center global», «desterritorialização», «standardização» ou mesmo «fim da história», entre muitas outras passíveis de se encontrarem aqui elencadas.

Naturalmente, cada uma destas formulações poderá abrir novos problemas, dada a sua relevância, apesar de conterem uma tal amplitude angular cujas perspetivas decorrentes facilmente poderiam ser objeto de uma exploração unitária. Não obstante, a pertinência

que me parece aqui essencial é de as considerar como um todo, ou melhor, como peças integrantes de um todo comum. Assim, no advento da globalização, essas formulações constituir-se-ão como novas conquistas e como renovados dilemas, abrindo múltiplas e variadas possibilidades a problematizar, pese resvalarem para um tronco comum: o «novo mapa-mundo». Logo, na ótica da modernidade, atentemos à pertinente caracterização de Ianni (2004:17) quando proclama que “a metáfora torna-se mais autêntica e viva quando se reconhece que ela praticamente prescinde da palavra, tornando a imagem predominante, como forma de comunicação, informação e fabulação”.

Com efeito, o mundo atual tem-se vindo a desenvolver de forma homogênea, transversalizando ideias, conceitos, bens, serviços e, até, pessoas. Nos lugares e nos contextos mais inusitados, quase tudo nos parece familiar ou, pelo menos, não estranho. Se, por um lado, o capitalismo proporcionou o surgimento de uma transversalização incomensurável de relações internacionais e constituindo, deste modo, uma complexa nomenclatura de modelos e orientações vocacionadas para a produção em série, para o desenvolvimento de entrepostos comerciais e distributivos estratégicos, bem como para relações laborais escrupulosamente idealizadas e definidas em conformidade com os interesses subjacentes à reprodução ampliada do capital, também a tecnologia representa um vetor fundamental para a formatação da sociedade atual, por via de novas técnicas, sistemas e dispositivos que simplificam processos e massificam objetivos.

Deste modo e numa perspectiva mais empírica, parece evidente que o fenómeno global assenta em dois pilares estruturais, distintos embora interdependentes: o capitalismo e a tecnologia. Então, vejamos de que maneira capitalismo e tecnologia se unem na formatação da contemporaneidade.

Nos dias que correm, em economias de mercado cujas sociedades constitutivas se voltem para o consumo, predominam as leis do mercado. Em paridade com a expansão capitalista, a importância hoje atribuída à tecnologia, nos mais díspares quadrantes, permite-lhe uma disseminação cada vez mais rápida, eficiente, profusa e, direi mesmo, vertiginosa. Aliás, capitalismo e tecnologia suportam-se mutuamente, sobrealimentando-se reciprocamente. Assim se percebe a força que o consumo representa na contemporaneidade.

Em face disso, tem-se vindo a apostar cada vez mais na comunicação e em novas formas de se chegar às pessoas. O paladino deste fenómeno parece ser a publicidade cuja heterogeneidade comunicacional é potenciada pelos *media* (sejam os «novos» sejam os «clássicos»), com o intuito declarado de dinamizar as

sociedades, de diluir fronteiras e, assim, generalizar o consumo. Paralelamente, a publicidade escuda-se na ciência (socorrendo-se das mais vanguardistas técnicas comunicacionais) e na tecnologia (socorrendo-se do amplo leque de modernos dispositivos que hoje se encontram disponíveis para responder aos desafios comerciais que a propulsionam.

Por conseguinte, a comunicação publicitária é trabalhada ao detalhe, está aparelhada tecnologicamente e, potenciada pelos diversos *media*, procura fazer face aos avultados investimentos que a motivam e, *a fortiori*, a catapultam para uma dimensão de topo na tessitura atual.

Se parecem irrefutáveis algumas virtudes que decorrem deste fenómeno, dúvidas há que dele emergem, designadamente quanto aos efeitos socioculturais. Refiro-me naturalmente a uma nova conceção sociocultural, alavancada num redimensionamento de espaços e de tempos, reformulando contextos e, logo, recriando uma realidade considerada, para alguns, «virtual», «hiper-real», «híbrida» ou «paranormal».

Diz-nos Edgar Morin (1987:235) que “a primeira dificuldade em pensar o futuro é a dificuldade em pensar o presente”. Em boa verdade, parece-me plausível a perspectiva segundo a qual a nossa preocupação não recai sobre o presente mas antes sobre a vivência em si, isto é, sem tempo definido, sem território, sem ideologia. Pensamos pouco acerca da realidade atual quando, paradoxalmente, procuramos viver intensamente o quotidiano. Ou melhor, parecemos viver intensamente mas sem uma reflexão profunda e, quanto a mim, urgente e necessária.

A consideração de uma cultura pretensamente universal, implícita ou explicitamente considerada, foi qualificada por McLuhan como um planeta reduzido pelos *media* às dimensões de uma «aldeia global», visão esta que entronca numa crítica feroz por parte de Anthony Giddens (2005:16) que considerou que o mundo atual, contrariamente às expectativas de estar a ser paulatinamente dominado por nós, “parece totalmente descontrolado – um mundo virado do avesso”.

Agora, o mundo encontra-se numa ebulição constante e suscetível das mais surpreendentes transformações. Nunca como agora a vertigem da velocidade se fez sentir num ritmo tão impressionante, galopante, para muitos imparável, no que hoje parece gravitar em torno de um eixo: a novidade.

Thomas de Zengotita (2006:26-28) considera que habitamos hoje um «mundo de efeitos», isto é, “num mundo mediatizado, o oposto ao real não é o falso nem o imaginário, mas sim o opcional”, um mundo onde “um ambiente de representações proporciona uma aura de superfície, que nos permite navegar” (*ibidem*), perspectiva esta que conflui em Paul Virilio (2000:71)

quando este refere que “há agora para cada um de nós um desdobramento da representação do mundo e, por conseguinte, da sua realidade. Desdobramento entre atividade e interatividade, presença e telepresença, existência e telexistência”, desvelando o amplo leque de possibilidades que hoje se nos abre o conjunto vasto de opções mediáticas ao nosso dispor num quotidiano acelerado, no que o próprio Virilio qualifica como «poluição dromosférica»². Também Gianni Vattimo (1992:13) considera que a sociedade dos *media*, “em vez de um ideal de emancipação modelado pela autoconsciência completamente definida, conforme o perfeito conhecimento de quem sabe como estão as coisas (...) abre caminho a um ideal de emancipação que tem antes na sua base a oscilação, a pluralidade e, por fim, o desgaste do próprio «princípio da realidade»”, parecendo convergir com Giorgio Agamben (1993:22) quando este preconiza que “o que é comum não pode em nenhum caso constituir a essência de uma coisa singular”.

Porém, há quem enalteça com veemência as virtudes emergentes, como é o caso de Michel Maffesoli (2003:29), “os ritmos *techno*, as síncope do *rap*, ao mesmo tempo que baralhando os códigos dos discursos racionais, apelam a uma vitalidade que mergulha profundamente as suas raízes na «cavidade» da integralidade humana”, destacando ainda as virtualidades «desta terra onde existimos», “é isso o saber incorporado, o da fruição, o que diz «sim» à terra e aos seus frutos, o que se enraíza profundamente nos prazeres que estes últimos oferecem, ainda que de forma efémera” (*idem*:39).

Em termos objetivos, Maffesoli admite-o quando explicita «ainda que de forma efémera». Efetivamente, mais do que a durabilidade do facto, acontecimento ou fenómeno, importa a exploração do mesmo, a sua espetacularização, parecendo a sua fruição, por si só, justificar a sua existência.

Gradativamente, a ideia de mundo parece remeter-nos para uma torrente sequencial de imagens, pese o facto de tenderem a incorporar uma só, de forma sistémica, dando origem ao que muitos apelidam de «civilização da imagem», «sociedade do espetáculo» ou «cultura da imagem».

A este respeito, diz-nos Maria Teresa Cruz (2003:59) que “tais diagnósticos, cuja origem, sentido e implicações não são, em todo o rigor, os mesmos, têm,

2 Independentemente das fações «apocalíticas» ou «integradas», lembremo-nos da observação de Steven Shaviro (2002:205) quando nos alerta que agora “estamos simultaneamente ligados e sós. Na verdade, o facto de estarmos todos sós, rigidamente separados uns dos outros, é uma condição necessária para podermos ligar-nos à rede”.

pelo menos, em comum o sentimento de que esse mundo se transformou numa fina película de meras aparências: a de um gigantesco ecrã planetário em que a realidade se volatiliza”, encontrando pensadores que comungam desta perspetiva, como são os casos de Moisés de Lemos Martins (2011) quando caracteriza o tempo atual como aquele onde «deixamos de olhar para as estrelas para passarmos a olhar para os ecrãs», deixando a descoberto a «pele tecnológica» que nos enunciou Derrick de Kerkhove (1997), ou até de Kevin Robbins (2003:27) quando preconiza que, na atualidade, afigura-se-nos um cenário no qual “estamos no limiar de uma nova tecno-ordem sem precedentes e o que está em jogo é uma nova ordem de liberdade e atribuição de poder, para o indivíduo e para a sociedade”, isto porque, “como se o futuro tecnológico fosse um outro mundo, um mundo utópico, um mundo mais conforme com os nossos desejos e os nossos ideais” (*ibidem*).

4. A Paramodernidade: Do Global ao Singular, o Híbrido

Nos dias que correm, confrontamo-nos invariavelmente com um novo modelo: o modelo cibercultural, conciliando arcaísmos e mitologias entretanto reativadas, tendo como fito estarmos «vivos», potenciarmos esse «instante eterno» de que nos fala Maffesoli (1998), reconfigurando tribos, grupos e comunidades, contas feitas, a importância de ser e de estar com o(s) outro(s).

Se estivermos *online* – consultando um sítio da internet (com possibilidade de participação), enviando um simples *e-mail*, conversando por *chat* ou numa qualquer rede social – a unilateralidade clássica passa a bilateralidade ou mesmo a multilateralidade, ao passo que a verticalidade passa a horizontalidade, visto a comunicação deixar de ser processada apenas num sentido, adquirindo consequentemente uma dinâmica dialética.

Ao passo que os apologistas das novas tecnologias da informação e da comunicação se socorrem invariavelmente deste argumento, defendendo uma suposta democratização comunicacional e recuperando conceitos como a cidadania (pretensamente diluída outrora, aquando da expansão dos *media* clássicos), outros há, como Kerkhove, que associam as grandes transformações socioculturais, políticas e económicas do mundo atual, ao exponencial desenvolvimento dos meios de comunicação de massas. Defende assim Kerkhove que emerge agora um fenómeno que passa da individuação e da coletividade para a conetividade, ou seja, um fenómeno que passa de uma perspetiva individual do sujeito e de

um processo de difusão de massas dos *media* clássicos, para um sistema interativo, dialógico e potenciado pelo computador.

Parece inelutável que o desenvolvimento dos *media* ocorre em paridade com um gradativo *boom* tecnológico, isto claro, numa relação de permanente interdependência. E, nessa dimensão, emergem as «teorias da informação».

Todavia, na atualidade, parece-me bem mais premente - e necessário - problematizarmos a «teoria da significação». Isto porque se as novas possibilidades expressivas que derivam das novas indústrias culturais, dos novos *media* e, ainda, de todo um «aparelhamento tecnológico» parecem sonegar uma participação cívica e ativa dos cidadãos, um desinteresse nos planos social, político e cultural, bem como uma decisão encapotada no que às ideologias respeita, levanta-se no meu ponto de vista uma questão primordial, a saber: a do controlo e da dominação, ou seja, a questão relacionada com o controlo da subjetivação. Assim, competir-nos-á uma missão crucial: se admitirmos como ponto de partida o contexto que atualmente atravessamos, questionarmo-nos acerca do que poderemos fazer para evitarmos uma perda de controlo das nossas referências, das nossas ideologias e, necessariamente, do nosso futuro.

Posto isto e diagnosticando sem pruridos um presente que se prefigura complexo dada a sua efetiva significação, em melhor condição estaremos para encontrarmos as respostas ajustadas aos desafios que nos são colocados. Logo, poderemos equacionar uma reconfiguração do humano, tendo em vista não apenas melhor descodificarmos o presente como, ainda, recuperarmos o próprio controlo da subjetivação. Só assim, estou em crer, poderemos aspirar a um futuro que tenha como vereda uma redefinição do indivíduo, reconfigurando-o e passando este a ter um papel protagonista, decisivo e interventor.

Com efeito, a comunicação projeta-se hoje à velocidade da luz, do som e da imagem. Quando refletimos sobre uma qualquer obra, tratando-se de um livro, de uma música, de um quadro, de uma escultura ou até de um evento, a sua conceção pode ser pura e simplesmente ignorada ou, pelo contrário, contemplada atentamente, admirada e, em certos casos, idolatrada. Nesse sentido, destaca-se a importância do criador que passa, em grande medida, pela preocupação com aquilo que é universal. Pois bem, na realidade concreta, o que é verdadeiramente universal é o Homem.

No entanto, qualquer caminho criativo revela-se, pela sua própria natureza, um percurso peregrino, quer seja pela tentativa determinada em afirmar a sua verve, quer seja pela esperança num reconhecimento que lhe faça justiça.

Nesta senda, quais os desafios que se colocam ao artista, ao criador, neste início de século?

Na atualidade, compete à obra de arte uma condição dúplice: por um lado, contribuir decisivamente para uma problematização do quotidiano que não apenas reflita o seu espectro como ajude a compreender a melhor forma de estimular a sua transformação, tornando esse quotidiano mais próximo, mais apelativo, mais confortável, provocando se possível uma entronização com as grandes massas, seduzindo-as, ao fim e ao cabo, tratando-se estas dos potenciais consumidores no futuro do produto cultural; por outro lado, o criador terá que ser livre, rompendo com qualquer eventual amarra, seja económica, política ou ideológica. Logo, o criador terá de se emancipar, assumindo-se inteiramente livre. Politicamente livre, economicamente livre, ideologicamente livre, enfim, esteticamente livre. Consigo e com o outro. Consigo e com a sociedade. Competir-lhe-á promover novas ideias, novas identidades, novas cidadanias, novos rumos. Por conseguinte, criador de uma nova liberdade.

Mas, se já Walter Benjamin (1992) nos falava em «crise da experiência», hoje – quase um século volvido – essa crise da experiência parece ter-se agudizado embora com contornos subliminares. No presente, mais do que uma «crise da experiência», parecemos vivenciar uma ilusão permanente. Hoje, parecemos navegar num oceano tempestuoso, numa época surreal onde tudo nos parece possível ou, se preferirmos, nada nos parece impossível. No entanto, se instigados a uma caracterização cabal da era atual, sentir-nos-emos porventura indecisos pois, efetivamente, não sabemos o que esperar.

Em termos práticos, o Homem do século XXI que habita na «aldeia global», gravitando pela globalização e parecendo a comunicação constituir-se como a sua via láctea, destacando-se nesta perspetiva a sua locomoção pelas tecnologias de ponta, do *wireless* e do *bluetooth*, das redes sociais e do digital, parece paulatinamente carente do seu fio de Ariadne. Talvez porque se encontra refém da sua ambição gnóstica (ou tecnognóstica), parece assim desconhecer por onde caminhar, limitando-se a navegar ao sabor dos ventos³.

O Homem do século XXI, refém da sua ambição ilimitada e numa busca incessante pela sua própria superação, parece um «animal sem promessa»⁴, em «sofrimento de finalidade» (Lyotard) ou «animal sem esperança» (Moisés Martins). Hoje, os *media* representam o exemplo acabado da vertigem sociocultural

3 Hans Blumenberg (1986) qualificou como um «náufrago à deriva».

4 Contrariamente a Nietzsche que caracterizou o Homem como «animal de promessa».

que nos atravessa. Se até há bem pouco tempo a televisão constituía a principal força motriz desta estetização da experiência, agora e com o desenvolvimento assertivo da cibercultura e tendo o computador como epicentro, muitas vezes privados do contacto humano *in loco*, sentimos, vivenciamos e experienciamos virtualmente, por via eletrónica, ou seja, «cibercomunicamos», numa comunicação virtual que reflete uma sensibilidade artificial.

Agora, vivemos sob uma ruma de ambivalências diversas, separações, transições, num somatório de episódios avulsos que derivam concomitantemente em sensações difusas e que vão desde a desterritorialização e uma narrativa aleatória, desconexa, até uma efervescência sensorial, potenciando cada instante como se fosse o último, vivendo experienciando, fruindo, gozando, conjugando desta feita identidade e alteridade, excitação e projeção, tanto em si como no(s) outro(s). Em suma, a experiência converte-se em emoção.

À luz desta perspetiva, Zartarian e Noël (2002:106) defendem a ideia segundo a qual a contemporaneidade «banha na esquizofrenia» porque, supostamente, não existe futuro, dado tratar-se de um universo onde «a consciência política reinante é dominada pela dissociação. É um mundo a-dialético, anti-histórico e anti-humanista», até porque «qualquer coisa e o seu contrário podem existir no tempo presente e tornar-se uma única e mesma coisa» (*ibidem*). Daí se perceber a ideia expressa por Guy Debord (1991) quando nos postulou que estávamos votado a um «tempo congelado», potenciando uma sociedade realizada em espectro.

Posto isto, qual o papel do Homem na contemporaneidade?

Numa era marcada pela inovação tecnológica, alimentando-se continuamente o culto narcísico do «eu», onde se impõe a «imagem de marca» e onde nos orientamos pelo eixo da individuação, o indivíduo busca ser reconhecido pelos outros mais do que reconhecer os outros, valorizando a imagem em detrimento da palavra, potenciando a *performance* e subestimando qualquer escatologia, vivendo em «*live coverage*», em permanente espetáculo, numa alucinação por vezes pueril que parece esgazeá-lo.

Como resultado deste conjunto de fatores, valoriza-se toda e qualquer possibilidade de superação, de transcendência, de metamorfose, desde que lhe permita alimentar o fenómeno ilusório da tecnognose. Daí proliferarem conceitos como «pós-orgânico», «trans-humano», «inumano» e afins.

Na vertigem do tempo atual, acelerado, desvela-se uma preocupação crescente pela potência e pela *performance*, onde as máquinas desenvolvem uma pleiade de modelos virtuais, imaginários, em

certos casos idílicos, tendo como finalidade a perfeição. Consequentemente, as máquinas parecem adquirir uma sensologia própria, capacidades inimagináveis no que toca à expressão de afetos.

Agora, numa era híbrida onde dicotomias várias convivem sob uma aparência harmoniosa, experienciamos uma época de certo modo peculiar onde, a meu ver, parecemos habitar numa ambiência difusa, conjugando a inovação com a hibridez num complexo fluxo de interatividades que nos esbate a fronteira entre real e virtual, entre natureza e simulacro, entre humano e inumano, no que ousou aqui qualificar como «paramodernidade», ou seja, uma cultura própria, híbrida e paralela às correntes instituídas e até agora conhecidas como «moderna», «pós-moderna» ou «hipermoderna».

Desta forma, parece-me cada vez mais urgente pensarmos numa ética para a estética, visto ao Homem do amanhã lhe restar, apenas, reequacionar-se e remodelar-se, constituindo-se como um homem novo – o «*homo ethicus*» - promovendo uma salubridade consciente, lúcida e construtiva, na busca incessante pela solução pedagógica dos desafios que lhe são colocados.

Bibliografia

- Agamben, G. (1993). *A Comunidade Que Vem*. Lisboa, Editorial Presença.
- Baudrillard, J. (1991). *Simulacros e Simulação*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Beck, U. (2000). *What Is Globalization*. New York, John Wiley And Sons, Ltd.
- Benjamin, W. (1992). *Sobre Arte, Técnica, Linguagem e Política*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Blumenberg, H. (1986). *Naufrágio Com Espectador*. Lisboa, Vega.
- Castells, M. (2007). *A Galáxia Internet*. Lisboa, Fundação Calouste Gulbenkian.
- Cruz, M. T. (2003). «Da Vida das Imagens» in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n° 31. Lisboa, Relógio d'Água, pp. 59-71.
- Davis, E. (2002). *Tecnognose – Mito, Magia e Misticismo na Era da Informação*. Lisboa, Editorial Notícias.
- Debord, G. (1991). *A Sociedade do Espectáculo*. Lisboa, Mobilis in Mobile.
- Gedeão, A. (2008). *Poemas Escolhidos*. Lisboa, Edições João Sá da Costa.
- Giddens, A. (2005). *O Mundo na Era da Globalização*. Lisboa, Editorial Presença.
- Ianni, O. (2004). *Teorias da Globalização*. Rio de Janeiro, Civilização Brasileira.
- Jünger, E. (1990). “La Mobilization Totale”, in Jünger, E., *L'Etat Universel – Suivi de la Mobilization Totale*. Paris, Gallimard.
- Kerckhove, D. (1997). *A Pele da Cultura – Uma Investigação Sobre a Nova Realidade Electrónica*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Liotard, J. (2003). *A Condição Pós-Moderna*. Lisboa, Gradiva.
- Maffesoli, M. (2003). *Entre o Bem e o Mal – Compêndio de Subversão Pós-Moderna*. Lisboa, Instituto Piaget.
- Maffesoli, M. (2001). *O Eterno Instante – O Retorno do Trágico nas Sociedades Pós-Modernas*. Lisboa, Instituto Piaget.
- Marchueta, M. R. (2002). *O Conceito de Fronteira na Época da Mundialização*. Lisboa, Edições Cosmos – Instituto de Defesa Nacional.
- Martins, M. L. (2011). “A Mobilização Infinita Numa Sociedade de Meios Sem Fins”, in Martins, M. L., *Crise no Castelo da Cultura – Das Estrelas Para os Ecrãs*. Coimbra, Grácio Editor, pp. 89-94.
- McLuhan, M. (2008). *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo, Editora Cultrix.
- Morin, E. (1987). *As Grandes Questões do Nosso Tempo*. Lisboa, Editorial Notícias.
- Ortiz, R. (1994). *Mundialização e Cultura*. São Paulo, Editora Brasiliense.
- Peixoto, F. (2007). *Técnica e Estética na Publicidade*. Lisboa, Edições Sílabo.
- Robbins, K. (2003). “O Toque do Desconhecido” in *Revista de Comunicação e Linguagens*, n° 31. Lisboa, Relógio d'Água, pp. 27-57.
- Santos, B. S. (2001). *Globalização: Fatalidade ou Utopia?*. Porto, Edições Afrontamento.
- Semprún, J. e Villepin, D. (2006). *El Hombre Europeo*. Madrid, Espasa.
- Shaviro, S. (2002). “Ligações Perigosas: A Ontologia das Redes Digitais” in Miranda, J. B. e Cruz, M. T. (org.), *Crítica das Ligações Na Era da Técnica*. Lisboa, Tropismos, pp. 197-214.
- Sloterdijk, P. (2002). *A Mobilização Infinita*. Lisboa, Relógio D'Água.
- Vattimo, G. (1992) *A Sociedade Transparente*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Virilio, P. (2000). *A Velocidade De Libertação*. Lisboa, Relógio d'Água.
- Warnier, J. (2002). *A Mundialização da Cultura*. Lisboa, Editorial Notícias.
- Zartarian, V., Noël, E. (2002). *Cibermundos*. Porto, Âmbar.
- Zengotita, T. (2006). *Mediatizados*. Lisboa, Bizâncio.