



O glocal e a organização do capital no espaço¹

Angela PINTOR²

Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, SP

RESUMO

O presente trabalho discute a relação das dimensões econômica e cultural do fenômeno glocal com a lógica de organização espacial do modo de acumulação no capitalismo avançado. Nos termos do estudo, o glocal se refere a um hibridismo entre o local e o global e corresponde à condição contemporânea de desterritorialização das relações humanas, hoje tecnologicamente mediadas pelo ciberespaço. A mencionada lógica de organização espacial se deve à necessidade de maximização e eficiência do processo de circulação de mercadorias (materiais e simbólicas), a partir do uso das tecnologias digitais e da produção de repertório cultural típico, como recursos para a compressão do tempo, a superação do espaço tradicional e a criação de um ambiente imaterial constituído por representações sociais que conferem sentido ao modo de vida no capitalismo avançado, caracterizando o contexto da cibercultura.

PALAVRAS-CHAVE: glocal; modo de acumulação; capitalismo avançado; tecnologia digital; cibercultura.

INTRODUÇÃO

A lógica da organização espacial do capital, com seus eixos estabelecidos de forma específica e proposital para garantir a eficácia do modo de acumulação, move fenômenos culturais avassaladores, capazes de modificar, na raiz e em caráter irreversível, a visão de mundo dos indivíduos. Um desses fenômenos, proeminente e historicamente relevante, é o glocal, neologismo resultante da hibridação de *local* e *global*, cuja significação transcende o conceito individual das palavras que o originam, fazendo emergir uma terceira dimensão conceitual, própria da época contemporânea.

O fenômeno glocal nasce na vigência da cibercultura – esta entendida como a configuração material e simbólica do capitalismo avançado, em sua forma cultural –,

¹ Trabalho apresentado no Grupo de Pesquisas Cibercultura do IX Encontro dos Grupos/Núcleos de Pesquisa em Comunicação, evento do XXXII Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.

² Membro do CENCIB - Centro Interdisciplinar de Pesquisas em Comunicação e Cibercultura da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo (PUC-SP), Angela Pintor realiza pesquisa de Mestrado no Programa de Estudos Pós-Graduados em Comunicação e Semiótica da mesma Universidade, com bolsa da CAPES - Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior. Em 2008, integrou a Comissão Organizadora do II Simpósio Nacional da ABCiber - Associação Brasileira de Pesquisadores em Cibercultura.



tendo a tecnologia convencional da telefonia, no final do século XIX, como primeiro elemento de sua constituição operacional-técnica (TRIVINHO, 2007). Desde esse advento, a tecnologia evoluiu e encontrou no suporte digital, no século XX, potencial para diversificar e sofisticar recursos usados na mediação das relações sociais. Com isso, atuou como fonte inspiradora para a criação do repertório simbólico necessário para o capital se reproduzir e gerar um de seus principais produtos culturais: a junção entre homem e máquina, hoje calcificada, sobre a qual se construiu um novo modo de vida.

O arranjo estrutural entre homem e máquina que emerge desse contexto, no qual predomina a figura da tecnologia digital como elemento propulsor do capital em busca de sua realização eficaz, opera em duas dimensões – uma delas técnica, em que se observa, materialmente, o acoplamento entre sujeito e equipamento tecnológico (telefone, computador, rede e outros artefatos capazes de comunicação em tempo real), e outra simbólica, território de pura subjetividade, em funcionamento no imaginário, cuja finalidade é produzir sentido para o modo de vida que emerge do sistema capitalista, em âmbito individual e coletivo, nos termos definidos por Castoriadis (1982).

Tal arranjo estrutural expõe, *grosso modo*, a configuração do fenômeno glocal como manifestação técnica e simbólica, em bloco, do estado de existência do sujeito na sociedade. Esse novo modo de existir está assentado sobre um platô constituído (1) pelo conceito renovado de espaço físico, com sua caracterização tradicional geográfica suplantada por uma configuração imaterial, (2) por tipo diferenciado de experimentação do tempo, percebido pela duração fugaz do instante, pela instantaneidade do agora, pela sensação do “tempo sem tempo” (TRIVINHO, 2007, p. 256; VIRILIO, 1993, p. 114), e (3) pela supremacia do repertório mediático, produzido pelo capital e reproduzido, em dobras, pelos meios de comunicação, na agenda cultural que lastreia e dá sentido à vida.

Essa dinâmica típica do glocal remete à lógica da organização espacial do modo de produção no mundo. Está para essa lógica enquanto bloco, composto em suas dimensões técnica e simbólica, como já mencionado, operado pelo imaginário para tornar coerentes as relações entre capital e força de trabalho. É na arena do glocal que se processam as mediações necessárias para neutralizar e dar uma aparência de naturalidade ao encontro do indivíduo com as imagens em alta velocidade, consumidas dentro de um espaço imaterial próprio para assegurar a flexibilidade do capital e o



conseqüente consumo, em ordem sempre crescente e realizado na menor duração de tempo possível.

O ambiente imaterial e elástico, delineado como território operacional e simbólico de manifestação do glocal, nada mais é do que o *local* expandido, criado e recriado continuamente pelo modo de produção para assegurar sua perpetuação. Trata-se de um vínculo sistêmico, e de retroalimentação, entre a lógica de espacialização do capital e o glocal. Diante de tal conexão, o presente trabalho se propõe a discutir como as dimensões econômica e cultural do fenômeno glocal, representadas por seu *modus operandi* técnico e simbólico, se constituem a partir da lógica de organização espacial do modo de produção.

O corpo central da discussão proposta está organizado em dois tópicos, sendo o primeiro dedicado à conceituação e caracterização do glocal, estendendo-se à análise de suas dimensões econômica e cultural. Para isso, a referência teórica preponderante será a desenvolvida por Trivinho (2007), especificamente no que diz respeito ao exame crítico da lógica de existência da sociedade mediática avançada. O segundo tópico do trabalho discute a lógica da expansão espacial do modo de produção e está referenciada em Harvey (2005), mais propriamente em sua construção teórica sobre a geografia da acumulação capitalista.

I – O GLOCAL E SUAS DIMENSÕES

Embora a caracterização do glocal se exponha em sua plenitude apenas no século XX, com o desenvolvimento da televisão, do rádio e da tecnologia digital, o elemento básico de sua constituição surge com a telefonia, no século XIX, ao se tornar concreta a possibilidade de comunicação instantânea, em tempo presente, entre emissor e receptor (TRIVINHO, 2007). Essa natureza especial da experiência comunicativa – com seu potencial de eliminar barreiras territoriais, diluir fronteiras, transcender o tempo cronológico e criar um espaço imaterial, para que as relações de alteridade realizem-se em sua plenitude –, comparecerá durante todo o percurso do desenvolvimento tecnológico próprio do conjunto do glocal.

O termo glocal institucionaliza-se na vigência da cibercultura, definida como a “configuração material, simbólica e imaginária da era pós-industrial avançada” (TRIVINHO, 2007, p. 245-246), representando o modo de vida contemporâneo. A marca original dessa configuração é a subordinação da sociedade ao discurso do



tecnicismo e do consumo, posto e assumido como uma verdade acabada e natural. Essa adesão não passa de uma aceitação incondicional, sem espírito crítico, da lógica do capitalismo avançado, que em seu processo de ajuste e realização encontrou nas telecomunicações e na tecnologia os recursos para a construção de infra-estrutura capaz de superar o espaço geográfico e o tempo cronológico, de forma a permitir a completude do ciclo de acumulação na maior extensão territorial e na menor unidade de tempo possível, como será visto no próximo tópico deste trabalho.

Dessa forma, o fenômeno glocal mostra sua dimensão técnica-operacional, quando a conjunção homem-máquina se arranja, materialmente, no momento do uso de equipamentos tecnológicos em operação por rede. Tal arranjo exemplifica a adesão ao discurso do tecnicismo e do consumo, como mencionado acima, na medida em que expõe, sob o ponto de vista econômico (em certo grau, também simbólico), a necessidade de pertencimento do indivíduo à ordem social contemporânea, determinada pelo modo de acumulação (TRIVINHO, 2007).

Outra dimensão do glocal, esta imaterial e simbólica, operada no imaginário humano, concede lastro cultural à dimensão técnica-operacional, de raiz econômica, justificando sua existência, tornando-a natural. Trata-se do mecanismo de produção de sentido por meio de representações sociais, criadas e disseminadas em âmbito mundial pelos meios de comunicação – estes na qualidade de esteio do capital –, para construir referências culturais para o modo de vida capitalista. Esse quadro de referências é assumido e processado pelo imaginário social, nos termos colocados por Castoriadis (1982), como algo dado culturalmente, e sobre essa matriz o sentido subjetivo da lógica capitalista é produzido incessantemente, plasmado em imagens e em linguagem. Em ato contínuo, o repertório cultural que justifica o modo de acumulação é irradiado, sem limites de espaço e tempo, pelos meios de comunicação, e dissemina um ideal de existência simbolizado pelo consumo de produtos em estado permanente de *atualização* (equipamentos, recursos tecnológicos para processamento e conexão por rede, eletroeletrônicos), pela ingestão e exposição de informações e imagens de toda a ordem (TRIVINHO, 2007).

O modo de vida glocal também “responde por uma radical reprogramação dos vetores do espaço e do tempo tal como representados na tradição racional, tecnocientífica e pragmática da cultura ocidental” (TRIVINHO, 2007, p. 252). O espaço, em seu significado geográfico, é suplantado quando o glocal dissolve fronteiras que indicam a existência de um local delimitado (por meio do qual é possível visualizar



a separação entre ambiente interno e externo), provoca o alisamento do território transformando-o numa extensão infinita e sem fronteiras visíveis, convida o indivíduo a adentrar a tela do computador e da televisão para tomar parte de um mundo de imagens imateriais, em que as relações de alteridade se estabelecem em estado de potência máxima. Dessa forma o glocal se apresenta como um espaço típico, território etéreo, imagético e informacional, em que a tecnologia digital supre o indivíduo como aparelhagem física e como porta de passagem para um mundo simbólico.

Essa reprogramação do espaço se processa de forma combinada com a reconfiguração do tempo, que com o glocal deixa de se apresentar em sua representação cronológica e

[...] consta igualmente contraído no seu mínimo denominador: o interstício milionésimo dos segundos – senão menos que isso, se assim se pode dizer –, na forma de um tempo tecnicamente produzido, o tempo da instantaneidade da luz, o tempo real. Por essa modalidade de tempo compreende-se a espécie de fluxo temporal que, instituído com o advento dos *media* eletrônicos, e por eles modulado, simula ser o próprio tempo ordinário, o tempo-que-passa da vida cotidiana [...]. (TRIVINHO, 2007, p. 254).

Tempo e espaço se comprimem, assim, e formam uma plataforma fluida sobre a qual deslizam as relações de alteridade e o repertório mediático com a celeridade do instante. A compressão do espaço compõe-se com a anulação do tempo para ser o palco em que se expõem as imagens programadas pelo mundo dos meios de comunicação, para serem vistas e vividas na fugacidade da velocidade da luz, jato de luz instantânea que expõe os objetos. A reconfiguração do tempo e espaço concretiza-se, de fato, como “anulação empírica” (TRIVINHO, 2007, p. 256), pois

[...] o espaço se anula justamente porque, com os *media*, ele se pulveriza num tempo que, no final das contas, é nada, pura distribuição estética de luminóforos serialmente conjuntizados, *pixels* animados pela luz da velocidade da luz, isto é, do tempo limite, do tempo real. O espaço é zero porque não é senão tempo-luz, tempo que é luz continuamente expressa. (TRIVINHO, 2007, p. 256).

O ponto de convergência dessa anulação de tempo e espaço, aquilo que opera como engate operacional da nova experiência temporal e espacial é a interface tecnológica, que concede passagem e expõe o fluxo de informação e imagem tomado como sendo a realidade do mundo vigente. E “na interface, nessa socioespacialização



tecnológica do tempo convertido em estética, nessa temporalização audiovisual do espaço geográfico suplantado, todos os pólos tidos como definidos se liquifazem” (TRIVINHO, 2007, p. 257).

Diante desse fato, o glocal expõe-se como fenômeno comunicacional típico da era da cibercultura, como aponta Trivinho, requerendo reflexão crítica no que diz respeito aos seus efeitos sobre a visão de mundo dos indivíduos, como produto da adesão silenciosa destes ao discurso do modo de acumulação no capitalismo avançado. Dessa forma, o fenômeno em questão apresenta-se como a arquitetura cultural da solução encontrada pelo capital para criar um mercado mundial que se torna possível pela superação do tempo e espaço, em seus conceitos tradicionais, e pela irradiação de todo um repertório de necessidades de consumo com vistas ao alargamento incontido da demanda por mercadorias, como será analisado no tópico seguinte.

II – A GEOGRAFIA DO MODO DE ACUMULAÇÃO

O desenvolvimento do capitalismo abriga contradições internas que aparecem para a sociedade na forma de crises, com características e intensidades diversas, dependendo das condições de circulação e de produção, pontos inseparáveis e relacionados dialeticamente que formam um ciclo único na totalidade do processo produtivo, nos termos analisados por Harvey (2005). A função básica das crises é trazer elementos corretivos para o desenvolvimento econômico capitalista, expandindo a capacidade produtiva e renovando as condições de acumulação do capital. Dessa forma, cada crise resulta em uma mudança de patamar no processo de acumulação, sempre em direção ao aperfeiçoamento do modo de produção (HARVEY, 2005).

O novo patamar do processo de acumulação que se instala como resultado de uma crise tem características específicas ligadas, principalmente, à produtividade da mão-de-obra, à absorção de excedentes de capital e à expansão da demanda por produtos, como aponta Harvey. Esse último elemento, em especial, realiza-se por meio da combinação de cinco fatores: (1) a entrada do capital em novas esferas de atividade produtiva, (2) a criação de necessidades envolvendo novas linhas de produtos, (3) o estímulo ao crescimento populacional em índice compatível com a acumulação no longo prazo, (4) a expansão geográfica do modo de produção para novas regiões (não capitalistas, por exemplo) e (5) o desenvolvimento do comércio exterior (HARVEY, 2005). Destes componentes, importa considerar a dilatação da demanda por produtos e a



expansão geográfica do modo de produção para novas regiões, para a análise da organização do capital no espaço e de sua relação com as dimensões econômica e cultural do glocal, conforme proposto pelo presente trabalho.

O objeto nuclear da análise em questão, no contexto da organização geográfica do modo de acumulação, é a circulação do capital. Por circulação do capital considera-se o ciclo completo de produção e comercialização da mercadoria, com sua transformação em dinheiro, como explica Harvey tomando por base a teoria de Marx. Isso significa que a circulação do capital depende, diretamente e em primeiro plano, do controle do tempo para obter sua redução máxima, o que implica na conseqüente superação do espaço, pois esse elemento apresenta-se como barreira a ser eliminada para que o objetivo em relação ao tempo seja alcançado. Tempo e espaço comparecem juntos, relacionados dialeticamente, na circulação do capital, uma vez que

[...] o propósito e o objetivo dos envolvidos [no processo de produção] deve ser controlar o tempo do trabalho excedente, e transformá-lo em lucro dentro do tempo de rotação socialmente necessário. Do ponto de vista da circulação do capital, portanto, o espaço aparece [...] como mera inconveniência, uma barreira a ser superada. (HARVEY, 2005, p. 145).

O desafio permanente, portanto, é comprimir o tempo na menor unidade possível, em dois níveis, sendo um existente no interior do próprio processo de produção e outro representado pelo ciclo de circulação ao qual estão integradas as etapas da produção e da comercialização das mercadorias. Isso ocorrendo dessa forma, o espaço é, concomitantemente, superado pelo encurtamento da distância territorial entre os pontos da produção e da comercialização. Essa condição é essencial para a eficácia do modo de acumulação, pois

Quanto mais longo o tempo de giro de determinado capital, menor é o rendimento anual da mais-valia. Os mercados mais distantes atam o capital, em processo de circulação, por períodos de tempo mais longos e, assim, têm o efeito de *reduzir* a realização da mais-valia para determinado capital. Justamente por isso, qualquer redução no tempo de circulação [e nisso inclui-se a compressão do espaço] aumenta a produção do excedente e intensifica o processo de acumulação. (HARVEY, 2005, p. 50).

Ocorre que esse objetivo só pode ser alcançado por meio da existência de configurações materiais fixas, físicas, devidamente territorializadas, compostas por



instalações operacionais e administrativas, máquinas e equipamentos, trabalhadores contratados e sediados em escritórios e linhas de produção – que por suas características originais impõem-se como barreira à liquidez do capital, no curto prazo. Portanto, a contradição a ser resolvida é a superação do espaço a partir da organização espacial do modo de produção, no conceito físico, como afirma Harvey (2005).

O primeiro plano para o enfrentamento dessa contradição está na configuração do espaço para a circulação do capital, a partir: (1) da construção de infra-estrutura para transporte de mercadorias, (2) do desenvolvimento das comunicações para a mediação comercial e (3) da criação de crédito e outros ativos financeiros para o capital imobilizado girar e produzir dinheiro em menor escala de tempo (HARVEY, 2005). Trata-se de elementos de base com o potencial de trazer para o desenvolvimento do capitalismo, pela viabilização do espaço de circulação, o aumento da demanda por mercadorias e a expansão geográfica do modo de produção, que são, justamente, as condições que ele busca para alcançar a eficácia do modo de acumulação. Dessa forma, ficam asseguradas as condições para o crescimento espreado do comércio, nos âmbitos regional e mundial, no conceito de território geográfico, com vistas à formação de um mercado global.

Entretanto, dessas soluções possíveis para a superação da barreira espaço-tempo, a infra-estrutura para transporte e as comunicações ainda apresentam (mais a primeira do que a segunda) condições de constituição própria do capital imobilizado, isto é, contêm elementos físicos que fazem esses recursos não serem plenamente satisfatórios para o máximo encurtamento do ciclo de circulação de mercadorias, em função da materialidade que apresentam. Por esse motivo, deve haver um elemento-chave que permita a criação de outra categoria de espaço, menos apegado ao arranjo físico do capital e mais capaz de oferecer condições para se vencer os limites de espaço-tempo. Esse elemento-chave é a conjunção formada pela tecnologia digital e pelos meios de comunicação (o primeiro como suporte do segundo), que atua criando outro nível de infra-estrutura para movimentação de mercadorias, e se posta, não por coincidência, como o mesmo elemento contido no motor do fenômeno glocal.

O que essa conjunção de tecnologia digital com meios de comunicação faz é criar uma dinâmica diferenciada para a circulação de mercadorias, contendo (1) um novo espaço – no qual as fronteiras desaparecem, pois são superadas no seu conceito geopolítico, permitindo a franca exposição dos indivíduos aos objetos, em escala mundial –, (2) a demanda expandida por produtos (já existentes no mercado, sendo



consumidos por uma quantidade maior de pessoas) e por novos produtos (comercializados como consequência do estímulo à renovação permanente do desejo de consumo), (3) a configuração do tempo típica do ambiente fluido e imaterial em que trafegam as mercadorias, no qual prevalece a lógica do instante, da fugacidade, do presente contínuo, necessários para garantir a celeridade do processo de circulação de mercadorias e (4) as condições de mobilidade para que o capital circule mais rapidamente e com relativa independência na forma de dinheiro.

A totalidade desses fatores, à qual se somam o crédito e toda a gama de ativos financeiros, expõe a existência de um ambiente redimensionado para a circulação de mercadorias, constituído de puro fluxo informacional e imagético, para assegurar a máxima maleabilidade do capital. Esse ambiente, da forma como é configurado, estabelece relação com o glocal, nos termos em que o fenômeno se coloca como prisma cultural do capitalismo avançado. Essa ligação expõe um quinto elemento existente no ambiente reescalado de circulação de mercadorias, de uma natureza de imaterialidade peculiar que o faz invisível, escondido na rotina do fazer e do agir, na visão de mundo predominante na sociedade.

O elemento em questão é resultado da redução do indivíduo a um olho eletrônico, que vê e age para ser visto (VIRILIO, 2002), que se orienta pela exposição da imagem como projeção ou recriação de imagens mentais. Estas imagens nada mais são do que representações produzidas pelo imaginário sobre o discurso do capital, que se apóia no suporte digital para elevar à máxima potência sua aparência de realidade. Isto é, o estratagema do capital é acolhido, francamente, pelo mecanismo do imaginário. Desse emparelhamento produz-se o novo espaço de circulação de mercadorias, alicerçado nas representações daquilo que faz sentido como modelo de vida em sociedade. Esse espaço, que é produto da criação do imaginário, tem a pureza da imaterialidade que o capital necessita para fluir livre da fixidez típica de seus ativos. É também móvel, pois formado mentalmente e delineado pela conjunção de representações, organizadas socialmente. É dessa ordem o espaço que se arranja, em âmbito local, regional e mundial, para o momento contemporâneo de circulação de mercadorias.



CONCLUSÃO

O arranjo estrutural desse espaço reescalonado, criado pelo modo de acumulação para girar dinheiro no curtíssimo prazo, somente se viabiliza diante da presença de um fenômeno cultural – no caso, o glocal –, que garanta produção de sentido e construção de um aparato de idéias coesas, que representem, no seu conjunto, conceitos e valores típicos do modo de vida contemporâneo. Em sentido inverso, um fenômeno cultural como o glocal realiza-se mediante condições tecnológicas e necessidades de desenvolvimento do capitalismo presentes na lógica de organização do capital no espaço. O catalisador dessa relação sinérgica é a combinação de tecnologia, comunicações e imaginário social como recurso para a circulação do capital superar as barreiras naturais ao seu desenvolvimento.

A dimensão econômica do glocal organiza-se, como resultado dessa sinergia, a partir das iniciativas do capital para aparelhar os grupos sociais com infra-estrutura tecnológica aplicável às mediações entre decisões de negócios (investimentos, compra e venda de ativos, planos de comercialização de produtos, lançamentos de produtos, conquistas de novos mercados etc.) e agentes sociais relacionados a elas (consumidores, trabalhadores, fornecedores, investidores, órgãos reguladores etc.).

Esse aparelhamento é observado, basicamente, em dois níveis. Um deles é a ação do capital na própria comercialização de equipamentos tecnológicos de sua fabricação (*hardware* e *software*) e capazes de comunicação por rede. Nesse nível, o capital apresenta-se como empresa, que situada em seu segmento de negócios, atua diretamente junto aos consumidores, seguindo a lógica da circulação do capital, isto é, buscando a expansão da demanda pela criação de necessidades de consumo e a entrada em novos mercados, e também trabalhando para superar a barreira do espaço e encurtar as distâncias entre os pontos de produção e de consumo.

Desse nível deriva outro, ainda em dimensão econômica, representado pelo uso de infra-estrutura tecnológica (igualmente, *hardware* e *software*) como via de circulação de mercadorias. Estão contidos nesse aspecto a distribuição formal de produtos no mercado, como parte do processo de comercialização, e o tráfego de informações e imagens para consumo, nos sentidos tradicional (para comércio, especificamente) e simbólico. Nesse caso, por via de circulação entendem-se os caminhos percorridos pelo indivíduo para ir ao encontro de objetos, de forma organizada ou aleatória, em ambiente imaterial, de puro fluxo informacional e imagético, conforme mencionado no tópico



anterior. Conseqüentemente, o conceito de circulação de mercadorias é tomado, aqui, não apenas nos termos propostos por Harvey (2005), mas inclusive em sentido simbólico, como o movimento criado por meio de informações e imagens para o capital produzir o repertório mediático e a agenda cultural da sociedade.

Esses dois níveis da dimensão econômica do glocal operam conectados com a dimensão cultural deste fenômeno, cujo papel é o de: (1) dar forma a territórios imateriais, em âmbitos local, regional e mundial, (2) facilitar a expansão de demanda e dar mobilidade às áreas de circulação de mercadorias, uma vez que estas passam a ser constituídas no espaço reescalado pela tecnologia digital e (3) produzir sentido para o modo de vida no capitalismo avançado, tornando a lógica do modo de acumulação natural para os indivíduos.

O esteio da dimensão cultural do glocal está na atuação dos meios de comunicação, que nada mais são do que unidades do capital em ação na economia. Dessa forma, seu negócio gira sobre duas plataformas acopladas: uma de cunho eminentemente econômico, com foco na produção de conteúdo mediático para comercialização como mercadoria, e outra com função cultural, que se desprende da primeira e se realiza pelo encantamento dos indivíduos com um ideal de vida fundado em ícones que representam papéis a serem desempenhados pela sociedade para a realização do capital.

A faixa de luz que se abre na interseção entre a atuação econômica e cultural dos meios de comunicação, no contexto do glocal, é o novo espaço criado pelo modo de acumulação, reescalado para a circulação de mercadorias. Nesse caso, as mercadorias são representadas por produtos físicos, comercializados tradicionalmente no mercado, mas também por objetos simbólicos, consumidos enquanto imagens mentais que trafegam e alimentam o imaginário social, dando vida ao modelo de existência definido como o ideal pelo discurso cultural do capitalismo avançado. Esse espaço de subjetividade é configurado, portanto, pelas representações sociais, reproduzidas pelos meios de comunicação, como modelos do pensar e do agir, e assumidas como verdadeiras e naturais pelo imaginário dos indivíduos e da sociedade.

O ponto exato da relação entre o glocal, configurado em suas dimensões econômica e cultural, e a lógica de organização do capital no espaço expõe-se nessa faixa de luz que revela o novo espaço criado pelo modo de acumulação para aproximar-se de sua realização eficaz. Esse lugar diferenciado, imaterial e subjetivo, é técnico, no sentido de ter sido criado pelo discurso cultural do capitalismo avançado sobre



plataforma digital, mas também é sensível, contém relações de afeto entre sujeito e objeto (CASTORIADIS, 1982), e é construído pela ação do imaginário social.

Isso quer dizer que a estratégia do capital para superar crises relacionadas a entraves à expansão e ocupação territorial está contida no glocal (pode-se dizer que a relação entre uma coisa e outra seja tão estreita a ponto de não se ver a distinção entre elas). E tal fenômeno alimenta-se da potência do imaginário humano, no qual opera a busca incessante do sujeito por relações de afeto, para criar uma visão de mundo uniforme e presente em território técnico, que se constitui como lugar em suspensão e em expansão contínua, guardando vínculo sutil com o referente estável do capital.

REFERÊNCIAS

CASTORIADIS, Cornelius. **A instituição imaginária da sociedade**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1982.

FERRARA, Lucrécia D'Alessio. **Comunicação espaço cultura**. São Paulo: Annablume, 2008.

HARDT, Michael; NEGRI, Antonio. **Império**. Rio de Janeiro: Record, 2006.

HARVEY, David. **O novo imperialismo**. São Paulo: Loyola, 2004.

_____. **A produção capitalista do espaço**. São Paulo: Annablume, 2005.

KUZNETS, Simon. **O crescimento econômico do pós-guerra**. Rio de Janeiro: Fundo de Cultura, 1966.

MARX, Karl. **O capital**. Edição condensada. Bauru, SP: Edipro, 2008.

_____. **Grundrisse**. Londres: Penguin Books, 1993.

SANTOS, Milton. **A natureza do espaço: técnica e tempo, razão e emoção**. São Paulo: Edusp, 2008.

TRIVINHO, Eugênio. **A dromocracia cibercultural: lógica da vida humana na civilização mediática avançada**. São Paulo: Paulus, 2007.

_____. **O mal-estar da teoria: a condição da crítica na sociedade tecnológica atual**. Rio de Janeiro: Quartet, 2001.



VIRILIO, Paul. **O espaço crítico**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1993.

_____. **A inércia polar**. Lisboa: Dom Quixote, 1993.

_____. **A máquina de visão**. Rio de Janeiro: José Olympio, 2002.