

Vínculos hipnógenos e vínculos culturais nos ambientes da cultura e da comunicação humana¹

Hypnogenic and cultural bonds in cultural and human communication environments

Mauricio Ribeiro da Silva² / Norval Baitello Junior³

Resumo: Este trabalho trata da questão dos vínculos comunicacionais, buscando estabelecer diferenciações e similaridades em sua caracterização quando relacionados a ambientes ligados ao enredamento simbólico da cultura em contraste com o processo de iconofagia (Baitello Jr.), ocorrido no âmbito do consumo das chamadas imagens técnicas próprio da Mediosfera, conforme descrita por Contrera. Neste contexto, caracterizam-se duas tipologias: vínculos culturais e vínculos hipnógenos como formas essenciais que trazem em seu bojo a semente comum da experiência corporal (espacial) sob a qual se assenta todo o processo de vinculação e, portanto, de comunicação humana.

Palavras-Chave: Comunicação Humana. Vínculos Comunicacionais. Hipnogenia.

Abstract: This paper comes to the question of communication bonds, aiming to establish differences and similarities in their characterization as related to environments linked to cultural symbols in contrast to iconophagy's process (Baitello Jr.), occurred in the consumption of so-called Mediosphere's technical images, as described by Contrera. In this context, characterized two single types: cultural and hypnogenic bonds as essential forms that bring in its wake the common seed of body experience (space) under which sits the entire binding process and therefore of human communication.

Keywords: Human Communication. Communication Bonds. Hypnogenia.

1. O que são vínculos em geral

Foi Giordano Bruno, em seu opúsculo *De uinculis in genere* (1591), quem, em primeiro lugar, tratou sistematicamente da força que atrai e amarra duas pessoas (cf. BAITELLO, 2009). Obscuro e profundo, tratando do tema com a mesma argumentação que usa em seu

¹ Trabalho apresentado ao Grupo de Trabalho Comunicação e Cultura do XXII Encontro Anual da Compós, na Universidade Federal da Bahia, Salvador, de 04 a 07 de junho de 2013.

² Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC-SP). Professor Titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação da Universidade Paulista – UNIP. silvamr@uol.com.br

³ Doutor em Comunicação (Freie Universität – Berlin). Professor Titular do Programa de Pós-graduação em Comunicação e Semiótica da Pontifícia Universidade Católica de São Paulo – PUC-SP. norvalbaitellojr@gmail.com

outro opúsculo sobre a magia, Bruno oferece ainda hoje inspiração e desafios para a compreensão do tema dos vínculos para além do pensamento racional e funcionalista. Contemporaneamente, tanto a Etologia quanto a Psicologia se apropriaram do conceito como chave para a constituição de relações e comunidades em diversos níveis (desde o interindividual, até o nível familiar e o social em escalas maiores). Por razões idênticas o conceito passa a ser também central para as Ciências da Comunicação bem como para as Ciências da Cultura, abrindo portas para uma tipologia diferenciadora dos ambientes construídos por cada tipo de vínculo. O conceito de vínculo conduz à necessidade de tratar a comunicação humana como um ambiente em permanente construção pelos seus participantes, todos exercendo múltiplas funções concomitantes e, portanto, saturado de indeterminação. A comunicação, nesse sentido, é vista como um processo probabilístico e nunca determinístico.

2. Vínculos hipnógenos e vínculos culturais

Vilém Flusser inicia sua *Filosofia da Caixa Preta* apresentando com precisão o contorno dos significados dos termos a partir dos quais pretendia pensar a fotografia. De certo modo, o pequeno glossário ao mesmo tempo pontua e amplia o raciocínio iniciado em 1967 no texto *O Funcionário* (FLUSSER, 2002), onde o filósofo identifica a necessidade de estabelecer uma nova categoria para pensar o humano neste mundo onde imperam as *imagens técnicas*, pois considera que o termo ‘homem’, devido a sua complexidade, não é capaz de retratar com precisão sua posição na contemporaneidade.

Buscando entender em bases antropológicas históricas o tema flusseriano do funcionário, a filósofa austríaca Elisabeth Samsonow (2005) formulou os conceitos dos “sujeitos e objetos hipnógenos” tecendo um paralelo com os fenômenos do totemismo, nos quais as decisões e o exercício da vontade são delegados aos totens. O tema da dissolução da vontade, tão importante nas sociedades e nas culturas primordiais, ganha extrema atualidade na sociedade mediática. Tal tema também é tratado também por Baitello (2007) em *Flussers Völlerei* (A gula de Flusser).

Assim sendo, pontua que no contexto contemporâneo, onde a produção das chamadas imagens técnicas impera, passa o homem a denominar-se *funcionário*, isto é, *pessoa que brinca com aparelho e age em função dele* (FLUSSER, 1985, p.9). Por sua vez, a máquina

por meio da qual se estabelece a produção recebe a designação de *aparelho*, um *brinquedo* que *simula um tipo de pensamento*.

Estas definições não se limitam ao estrito âmbito da reflexão sobre a fotografia, uma vez que vivemos em uma sociedade pautada pela produção e veiculação de imagens. Caracterizam, de forma contundente, o papel central da imagem no contexto social, econômico e cultural. Passados quase trinta anos da publicação do texto, a presença quase universal das máquinas produtoras de imagem, com destaque para aquelas acopladas a nossos computadores, *tablets* ou telefones, indica o acerto das ponderações de Flusser. Vivemos, de fato, em uma sociedade de *funcionários*.

Em suas definições o filósofo aponta, sem muito alarde, o ato de *brincar* como elemento primordial do processo de produção de imagens, uma vez que nele se funda a relação entre *funcionário* e *aparelho*. Flusser nos convida a compreender o estabelecimento de um vínculo específico, cuja natureza caracteriza-se pela imersão ensimesmada, endógena e paradoxal, uma vez que, para o indivíduo que a produz (o funcionário), há a “ilusão” do pleno domínio do aparelho. Inequivocamente, declara (*op.cit.*, p.9) que *brinquedo* é um *objeto para jogar*, assim como o *jogo* é uma *atividade que tem fim em si mesma*.

Uma breve verificação empírica, hoje, observando a forma de uso dos *aparelhos* pertencentes ao universo das TIC (Tecnologias da Informação e Comunicação) dá conta de indicar que, de fato, instaura-se uma relação de dependência entre homem (*funcionário*) e máquina (*aparelho*) em uma atmosfera de total imersão, constituindo um cenário onde, por exemplo, o compartilhamento de imagens e pensamentos (*posts*) é elevado a um patamar tão absurdamente alto que torna impossível o estabelecimento de processos de comunicação dialógica. O programa pré-definido pela máquina prevê que, no processo relacionado a sua utilização, o fator de maior importância é o compartilhamento de informações originadas no indivíduo e/ou em suas ações (emissão) e que a medida de sucesso se dá não pela resposta que agrega valor e gera vínculo (essência do processo comunicacional), mas sim ao número de indivíduos que realizam a leitura passiva (seguidores), sendo que a maximização do resultado ocorre quando estes passam a replicar a informação a sua própria *rede de contatos*,

acarretando o processo de *emissão viral*. Neste contexto, confunde-se *comunicação* com *conexão*.

Tal cenário condiz com a proposição estabelecida por Contrera (2010) acerca da *Mediosfera*, horizonte estabelecido pelo capitalismo atuando no âmbito cultural a partir do esvaziamento simbólico da *Noosfera* (Morin) por intermédio das tecnologias de comunicação. Estabelece-se, nele, a plenitude do universo da autorreferência baseada na funcionalização dos processos comunicacionais em larga escala, utilizando-se, sobretudo, das ferramentas eletrônicas denominadas por Pross (1987) *mídia terciária*. Afirma Contrera:

Primeiro as coisas do mundo são desencantadas pela racionalidade, depois a própria linguagem é desencantada pela lógica produtiva que se esconde na centralidade dada à emissão (...). Está dada a lógica do eco: a palavra batendo no abismo de sua própria inutilidade e voltando igual, mil vezes igual, ensurdecidamente muda. (CONTRERA, *op.cit.*, p.75)

No quadro delineado anteriormente, verificamos que o caráter lúdico do vínculo entre *funcionário* e *aparelho* certamente institui-se como um importante fator para o desenvolvimento do processo de hiperinflação da produção e disseminação das *imagens técnicas*, uma vez que posiciona a relação entre ambos (homem e máquina) em patamar superior ao do estrito senso da função (produção e envio de informações). Tal característica, aliada à portabilidade dos aparelhos (no tempo e no espaço), apontam para a imersão integral do *funcionário* no sistema de produção. Tal condição possibilita a constituição em escala global, via tecnologia, da funcionalização do indivíduo. Assim, o “desencantamento do mundo” no contexto da “Mediosfera” se estabelece, lembrando que se os processos comunicacionais se constroem em profundidade a partir de vínculos de amor (BAITELLO JR., 2008), ela própria subsiste superficialmente a partir de vínculos hipnóticos (SILVA, 2012b) ou hipnógenos (SAMSONOV, 2005 e CONTRERA, 2009 e 2012) com um caráter eminentemente lúdico, como veremos a seguir.

A presença do princípio lúdico no contexto dos meios de comunicação e dos meios de produção capitalista já era perceptível em 1938, quando Huizinga, apesar das diferenças de contexto histórico, apontava tal caráter como elemento disseminado em escala global, indicando que o

(...) impulso dado ao princípio agonístico, que parece estar novamente levando o mundo em direção ao jogo, deriva principalmente de fatores externos e

independentes da cultura propriamente dita, numa palavra, dos meios de comunicação que tornaram toda espécie de relações humanas extraordinariamente fáceis. A técnica, a publicidade e a propaganda contribuem em toda a parte para promover o espírito de competição oferecendo em escala nunca igualada os meios necessários para satisfazê-lo. É claro que a competição comercial não faz parte das imemoriais formas sagradas do jogo. Ela surge apenas a partir do momento em que o comércio passa a criar campos de atividade em que cada um precisa esforçar-se para ultrapassar o próximo. (...) Conservou um caráter primitivo até bem tarde, só se tornando realmente intensa com o advento dos modernos meios de comunicação, da propaganda e da estatística. É claro que já numa fase anterior se havia introduzido na competição comercial um certo elemento lúdico, o qual veio a ser estimulado pela estatística com uma ideia originária da vida esportiva, a do recorde comercial. Na acepção original, o *record* era simplesmente um memorando, uma nota que o dono de uma estalagem escrevia numa parede, registrando o fato de tal ou tal corredor ou viajante ter sido o primeiro a chegar depois de percorrerem certo número de quilômetros. As estatísticas de vendas e de produção não podiam deixar de introduzir na vida econômica um certo elemento esportivo. A consequência disso é haver hoje um aspecto esportivo em quase todo triunfo comercial ou tecnológico: o navio de maior tonelagem, a travessia mais rápida, a maior altitude, etc. Ao menos uma vez, houve aqui um elemento puramente lúdico que conseguiu dominar as preocupações puramente utilitárias, pois os especialistas informam-nos que as unidades menores, como os navios e aviões menos monstruosos, tornam-se a longo prazo mais eficientes. Os negócios se transformam em jogo. Este processo vai ao ponto de algumas das grandes companhias procurarem deliberadamente incutir em seus operários o espírito lúdico, a fim de acelerar a produção. Aqui a tendência se inverte o jogo se transforma em negócio. (HUIZINGA, 1990, p.222)

Resumidamente compreendemos, então, que a produção cultural do capitalismo atua a partir do esvaziamento simbólico da *Noosfera (Mediosfera)*, estabelecendo uma relação de dependência entre o *funcionário* e o *aparelho* (em duas versões: a primeira, tangível, caracterizada pelo *hardware* e a segunda, intangível, sob a responsabilidade do *software*), sendo a natureza de tal vínculo estabelecida a partir de relações lúdicas.

Retomando a questão do vínculo, Baitello (*op.cit.*, p.100,102) aponta que

Não é a entidade quantificável chamada “informação” o parâmetro para considerar as metas de um processo de comunicação. Muito antes e mais abrangentemente, todo processo de comunicação pretende estabelecer e manter vínculos. (...) Podemos dizer que o alimento dos vínculos pode ser genericamente denominado “afeto”, mas poeticamente deve ser chamado de “amor” (até mesmo os biólogos lançam mão do rico conceito de amor para explicar como operam os vínculos). Graças à reconsideração e à nova inserção da corporeidade como ponto de partida e chegada de toda comunicação, podemos dizer que a matéria-prima dos processos comunicacionais não é a informação, mas sim o amor.

As considerações do autor apontam para a complexidade do processo comunicacional e sua irredutibilidade ao âmbito dos estudos midiáticos vistos apenas como troca de informações, entidades de alto grau de abstração. Neste contexto, comunicar é estabelecer compartilhamento simbólico por meio de vínculos cujas características fundamentais são a

dialogicidade e o pertencimento a um ambiente comum (múltipla implicação, com funções múltiplas e indeterminadas), a construção paulatina, a perenidade e a profundidade (enredamento pertencimento e comunhão cultural – cf. BYSTRINA, 1989). Contudo, ao tratar dos vínculos entre *aparelhos* e *funcionários*, constatamos que a estratégia apoiada na interação midiática, sobretudo por meio da utilização das chamadas imagens técnicas, objetiva a manutenção ou crescimento do sistema capitalista, por meio do alinhamento de tudo e de todos ao processo que resulta – em lugar do caráter dialógico – na cristalização de funções (o emissor sempre emite e o receptor sempre recebe). Assim, respondendo o receptor às determinações do emissor, concluímos que tal vínculo responde ao padrão correspondente à *hipnose/hipnogenia*.

Vínculos hipnóticos/hipnógenos caracterizam-se não somente pela resposta literal ao comando estabelecido, mas também por esta ação basear-se em forte poder de comando do hipnotizador para com o hipnotizado. Sua natureza, entretanto, é a instituição instantânea (ação arrebatadora), a obsolescência e a efemeridade (não perduram no tempo) e a superficialidade ou gratuidade (pretendem sempre ser autossuficientes e autorreferentes, se apresentam como inócuos e inofensivos). Podemos considerar que se diferenciam por completo dos vínculos fundados em ambientes da cultura em sua dimensão histórico-antropológica.

Vínculos comunicacionais, portanto, podem ser divididos em dois grupos. O primeiro grupo, o dos *vínculos culturais*, estabelece-se no contexto histórico-antropológico, fundado na densidade vivencial e na tessitura simbólica, na dupla implicação entre aqueles que se comunicam, que comungam uma mesma atmosfera simbólica. O segundo grupo, o dos *vínculos hipnóticos*, estabelece-se no contexto midiático (mediosfera), fundado na construção de imagens técnicas fugazes que obedecem cegamente aos programas, dentre eles o programa cristalizado dos papéis de emissor e receptor. Caracteriza-se este último pela *ludicidade* exacerbada (cega e obediente), isto é, pela finalidade em si mesma e pela ilusão (*in ludere*), por parte do receptor, de que ao agir sobre o aparelho atua como emissor.

De qualquer modo, ambos (culturais ou hipnóticos) são vínculos. Segundo Houaiss (2001) vínculo é, dentre outras definições: (i) aquilo que ata, liga ou aperta (duas ou mais

coisas); nó, liame; (ii) o que estabelece um relacionamento lógico ou de dependência; (iii) o que liga duas ou mais pessoas; relação; relacionamento.

Independentemente de sua natureza ou finalidade, portanto, os dois tipos de vínculo obtém sucesso no estabelecimento de ligação entre aqueles (ou aquilo) que participam do processo. Temos, então, que o contexto do vínculo relaciona-se ou ao enredamento de indivíduos permeados por estruturas simbólicas provenientes da cultura (Noosfera) ou a seu simulacro, decorrente do esvaziamento de sentidos (superficialização), da instantaneidade de da obsolescência (mediosfera). Na prática, isso implica em uma estrutura inicial comum, compartilhada tanto pela noosfera quanto pela mediosfera, capaz de erigir junto ao indivíduo o vínculo competente, a despeito de sua posterior diferenciação.

3. Espaço e vínculos

Tal pressuposto, uma estrutura preliminar ao processo comunicacional, condiz com a afirmação do comunicólogo alemão Harry Pross, o qual aponta que

O que se revela como mais duradouro, são as experiências realizadas na primeira infância sobre a própria corporeidade e sua relação com outra materialidade que não pertence ao organismo do recém-nascido. O recém-nascido experimenta o espaço circundante como uma ampliação da própria corporeidade. As resistências que encontra o movimento incipiente obrigam à diferenciação e, mais tarde, à formação de conceitos. “Mamá” significa em princípio quase tudo, pois nos começos falta a linguagem como veículo do pensamento discursivo. Trata-se de símbolos presentativos, com os quais se orienta o homem em processo de construção. O interior e o exterior, neste estado, se correspondem. Os limites que serão traçados mais tarde pelo pensamento racional não foram, todavia, traçados; antes, o factível e o alcançável são equiparados ao próprio corpo. Só a partir da experiência da distância se chega às primeiras diferenciações, convertendo-se estas no problema central do homem enquanto animal simbólico com uma linguagem discursiva.

Na primeira fase da vida (...), a experiência da distância e do interior e exterior que não de ser entendidos de forma material, há que incluir-se outra, que predetermina o comportamento simbólico: a direção da criança pequena e a consecução da vertical.

Wyss explica como a marcha ereta, conquistada a partir da posição horizontal do recém-nascido por meio do movimento e atuação gradualmente coordenados, lhe cria o horizonte.

(...) A aquisição da vertical, pois, inaugura em qualidade de experiência imperdível o horizonte como delimitação que acompanha o movimento e, com ele, a perspectiva da altura (isto é, acima e abaixo). A horizontal parte o espaço em acima e abaixo.

Com a vivência da altura se realizam também diferenciações entre o interior e o exterior, limitados pelo horizonte. O espaço visível se converte em receptáculo da

corporeidade, em espaço interior. Mas além do horizonte se abre o exterior. E já que o espaço natural da distância segue vinculado com o acima, onde nenhuma resistência se opõe à apropriação, a posição ereta se converte em vivência da superioridade do acima com relação ao abaixo.

As consequências resultantes desta experiência, idêntica para todos os seres humanos, levam às mesmas determinações pré-predicativas daquilo que o pensamento evoluído denomina consciência interpretante. (PROSS, 1980, p.43-44)

Pross fundamenta-se nas formulações de Ernst Cassirer, para quem as determinações espaciais são a base sobre a qual se assenta todo o edifício simbólico. Para o filósofo, o significado paulatinamente construído a partir da percepção do espaço desde a tenra infância, relacionando a presença ou ausência, proximidade ou distância, da mãe e do alimento (saciedade ou carência, conforme Dieter Wyss) serve de base sensível para valoração de todas as formas simbólicas, mesmo as abstratas. Neste contexto, considera que

[...] no progresso da formação linguística de conceitos foi patente como a elaboração nítida e clara das determinações espaciais sempre constituiu a condição para a caracterização das determinações intelectuais universais. É patente como os termos espaciais mais simples da linguagem, as denominações para o aqui e lá, para o distante e o próximo, carregam consigo uma semente frutífera, que, no progresso da linguagem, se desdobra em uma riqueza surpreendente de formações linguístico-intelectuais. Apenas pela intermediação dos termos espaciais, os dois extremos de toda formação linguística apareceram, em certa medida, verdadeiramente ligados. (...) A consciência mítica logra articular o espaço e o tempo não ao fixar em pensamentos duradouros o instável e flutuante dos fenômenos sensíveis, mas ao aproximar do ser espacial e temporal a antítese específica: a oposição entre “sagrado” e “profano”. (CASSIRER, 2004, p.148)

Assim, podemos considerar que a fundação do vínculo, tanto cultural quanto hipnótico, se estabelece na percepção espacial, constituída na valoração das primeiras experiências pós-parto. Neste contexto, as experiências espaciais são fundantes para todo o processo comunicacional.

Tal formulação, contudo, traz em si uma incongruência lógica, pois a constituição de toda as tecnologias moderna e contemporânea (desde as máquinas de transporte até as máquinas de comunicação) apontam para a superação das distâncias, culminando na falência do espaço como entidade significativa para o estabelecimento dos processos comunicacionais.

A despeito da crescente obliteração do espaço tridimensional nos processos comunicacionais, as formulações de Cassirer e Pross são indicativas de que há um limite para tal apagamento. Ao posicionar o espaço como entidade fundante do processo pré-predicativo,

o comunicólogo alemão insere a percepção espacial em toda e qualquer forma de comunicação, mesmo aquelas que – a princípio – não trazem em seu bojo a tridimensionalidade do corpo, como o chamado *ciberespaço*. Ao espaço, neste contexto, caberia dupla implicação: faz parte do processo ao mesmo tempo em que o suporta.

4. Vínculos culturais e imaginação

Retomando a questão do vínculo, se por um lado os indivíduos apresentam as mesmas *determinações pré-predicativas*, conforme acima explicita Pross e que tais experiências participam da *consciência interpretante*, devemos considerar que, tal qual o desenho das peças de um quebra-cabeça, há outra parte a se encaixar perfeitamente em tal predeterminação para que o processo de vinculação seja estabelecido.

Defendemos a tese de que o imaginário⁴ ocupa tal lugar (SILVA, 2012a; 2012b), proporcionando a facilitação do vínculo, uma vez que seu padrão ajusta-se perfeitamente ao âmbito da pré-predicação, isto é, os símbolos culturais realizam a conformação plena junto às experiências pré-predicativas presentes em todos os indivíduos, estabelecendo assim a estruturação vinculadora essencial para a realização do processo comunicativo.

Assim, a diferença entre o vínculo cultural e o hipnótico residiria no âmbito da densidade simbólica (símbolos culturais apresentam profundidade em razão de seu enredamento com toda a *noosfera* em contraposição à superficialidade das imagens apresentadas na *mediosfera*, as quais se apresentam como simulacros dos símbolos culturais), porém tal densidade não implica a não-vinculação, proporcionando em qualquer das circunstâncias – sob o ponto de vista do indivíduo – o perfeito vínculo, a despeito de que sob a perspectiva externa ao processo, o vínculo hipnótico melhor seria definido sob o significado do termo *conexão*.

⁴ Existem inúmeras definições, muitas vezes antagônicas, acerca do significado do termo *imaginário*. Alinhamo-nos, aqui, ao conceito de *Noosfera*, estabelecido por Morin, o qual abarca toda a produção simbólica da cultura, desde o folclore até a psicanálise, desde a economia até a ciência. Tal conceituação é particularmente importante em razão da utilização nesta pesquisa do conceito de *Mediosfera*, introduzido por Contrera, o qual relaciona-se ao procedimento midiático que se utiliza deste contexto simbólico, somente em nível de aparência, proporcionando seu esvaziamento e consequente “*desencantamento do mundo*”.

Tal cenário condiz com a atual condição contemporânea, na qual se opera, juntamente com a obliteração do espaço, a obsolescência do corpo (HILLMAN, 1993, p.51) e a sobrevalorização da imagem e da mídia (sobretudo a eletrônica) como espaço (ciberespaço) dos acontecimentos sociais, políticos e econômicos. Entretanto, a presença do imaginário como elemento constitutivo de vínculos no âmbito do espaço *virtual* não se apresenta como pertinente, em geral, nos estudos de comunicação.

Referências

- AUGÉ, M. **Não-Lugares. Introdução a uma antropologia da supermodernidade**. Campinas: Papyrus, 1994.
- BAITELLO, N. **Tempo lento e espaço nulo. Mídia primária, Secundária e Terciária**. Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/tempolento.pdf>. Acesso em: 10 de agosto de 2003.
- _____ **A Era da Iconofagia: ensaios de comunicação e cultura**. São Paulo: Hacker, 2005.
- _____ **Flussers Völlerei**. Köln: Walther König/Vilém Flusser Archiv, 2007.
- _____ **Corpo e Imagem: comunicação, ambientes e vínculos**, in: RODRIGUES, D. (org.) Os valores e as atividades corporais. São Paulo: Summus, 2008.
- _____ **Vínculo**, in: **Dicionário de Comunicação**. MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). São Paulo: Paulus, 2009.
- _____ **A Serpente, a Maçã e o Holograma: Esboços para uma Teoria da Mídia**. São Paulo: Paulus, 2010.
- _____ **O pensamento sentado: sobre glúteos, cadeiras e imagens**. São Leopoldo: Ed. Unisinos, 2012.
- BAUMAN, Z. **Modernidade líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2001.
- _____ **Vida Líquida**. Rio de Janeiro: J. Zahar, 2007.
- BYSTRINA, I. **Semiotik der Kultur**. Tübingen, Stauffenburg, 1989
- CASSIRER, E. **A Filosofia das Formas Simbólicas, vol. 2: o pensamento mítico**. São Paulo: Martins Fontes, 2004.
- CAZELOTO, E. **Inclusão digital: uma visão crítica**. São Paulo: SENAC, 2008.
- _____ **Comunidades Virtuais e redes sociais: uma abordagem materialista sobre o modo de vinculação online**, in: V Simpósio Nacional da Associação Brasileira dos Pesquisadores em Cibercultura, 2011, Florianópolis. Anais do V Simpósio da Abciber, 2011.
- CONTRERA, M. **O Mito na Mídia: a presença de conteúdos arcaicos nos meios de comunicação**. São Paulo: Annablume, 2000.

_____ **Mídia e pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia.** São Paulo: Annablume; Fapesp, 2002.

_____ **Vínculo Comunicativo, in: Dicionário de Comunicação.** MARCONDES FILHO, Ciro. (Org.). São Paulo: Paulus, 2009.

_____ **Mediosfera: meios, imaginário e desencantamento do mundo.** São Paulo: Annablume, 2010.

_____ **Mimese e Mídia – novas formas de mimese ou uma consciência hipnógena?, in: BORNHAUSEN, D.A.; MIKLOS, J. E SILVA, M.R. (Org.) CISC 20 anos: Comunicação, Cultura e Mídia.** São José do Rio Preto: Bluecom, 2012.

DURAND, G. **O imaginário: ensaio acerca da filosofia da imagem.** São Paulo: Difel, 2004.

FLUSSER, V. **Filosofia da Caixa Preta.** São Paulo: Hucitec, 1985.

_____ **Da Religiosidade: A literatura e o senso da realidade.** São Paulo: Escrituras, 2002.

HILLMAN, J. **Cidade & Alma.** São Paulo: Studio Nobel, 1993.

HOUAISS, A. **Dicionário Eletrônico da Língua Portuguesa.** São Paulo: Objetiva, 2001.

HUIZINGA, J. **Homo Ludens: o jogo como elemento da cultura.** São Paulo: Perspectiva, 1990.

KAMPER, D. **O Trabalho como Vida.** São Paulo: Annablume, 1997.

_____ **Sete Princípios Rejeitados sobre Arte, Terror e Civilização.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/janus.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (a).

_____ **O Medial, o Virtual e o Telemático.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/medial.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (b).

_____ **Sobre o futuro da visibilidade.** Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/iv1_futurovis.pdf>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (c).

_____ **Corpo.** Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/iv1_futurovis.pdf>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (d).

_____ **Imagem.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/imagemkamper.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (e).

_____ **Fantasia.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/fantasia.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (f).

_____ **Loucura.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/loucura.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (g).

_____ **A imanência dos media e a corporeidade transcendental.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/imanencia.pdf>>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (h).

_____ **O Corpo Vivo, o Corpo Morto.** Disponível em: <http://www.cisc.org.br/portal/biblioteca/iv2_corpovivo.pdf>. Acesso em: 10 de agosto de 2003 (i).

_____ **Minha escrivantina, o campo de neve em vinte e três sentenças.** Disponível em: <<http://www.cisc.org.br/html/uploads/minha%20escrivantina,%20o%20campo%20de%20neve.pdf>>. Acesso em: 20 de outubro de 2006.

KAMPER, D. e WULF, C. **Looking Back on the End of the World.** Nova Iorque: Columbia UP, 2001.

MELMAN, C. **O homem sem gravidade - gozar a qualquer preço.** Rio de Janeiro: Cia. de Freud, 2003.

MIKLOS, J. Ciber-religião: **A construção de vínculos religiosos na cibercultura.** Aparecida: Ideias & Letras, 2012.

MORIN, E. **O paradigma perdido.** Lisboa: Europa-América, 1985.

_____ **Cultura de massas no séc. XX. 2 vols.** Rio de Janeiro: Forense-Universitária, 1990.

_____ **Introdução ao pensamento complexo.** Lisboa: Instituto Piaget, 1995.

PETERNÁK, Miklós. **“We shall survive in the memory of others” Vilém Flusser.** Berlin: Universität der Künste, 2010.

PROSS, H. **Medienforschung.** Darmstadt: Carl Habel, 1971.

_____ **Estructura Simbolica del Poder.** Barcelona: Gustavo Gili, 1980.

PROSS, H. e BETH, H. **Introducción a la Ciencia de la Comunicación.** Barcelona: Anthropos, 1987.

ROMANO, V. **El tempo y el espacio em la comunicación. La razón pervertida.** Hondarribia: Hiru, 1999.

SAMSONOW, E. **Was ist anorganischer Sex wirklich.** Köln: W.König, 2005.

SILVA, M.R. **Na órbita do imaginário. Comunicação, imagem e os espaços da vida.** São José do Rio Preto: Bluecom, 2012 (a).

_____ **“De Babel a Cidade do Céu: a vertical, do mito a imagem”, in: BORNHAUSEN, D.A.; MIKLOS, J. E SILVA, M.R. (Org.) CISC 20 anos: Comunicação, Cultura e Mídia.** São José do Rio Preto: Bluecom, 2012 (b).

TRIVINHO, E. **O mal estar da teoria.** Rio de Janeiro: Quartet, 2001.

VIRILIO, P. **O Espaço Crítico e as Perspectivas do Tempo Real.** Rio de Janeiro: Editora 34, 1993.

ZIELINSKI, S. **Arqueologia da Mídia. Em busca do tempo remoto das técnicas do ver e do ouvir.** São Paulo: Annablume, 2006.