



COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: UMA VISÃO PSICANALÍTICA

COMMUNICATION AND TECHNOLOGY: A PSYCHOANALYTIC VISION

COMUNICACIÓN Y TECNOLOGÍA: UNA VISIÓN PSICOANALÍTICA

Gloria Sadala¹

RESUMO:

Este artigo aborda o deslocamento da comunicação para o âmbito tecnológico observado na contemporaneidade. Ao lado dos benefícios evidentes resultantes do progresso tecnológico, apresentamos as perplexidades diante dos possíveis efeitos do excesso, das mudanças rápidas e da globalização sobre os sujeitos imersos neste mar de informação. Utilizamos para este estudo conceitos e operadores do campo da psicanálise.

Palavras-chave: Comunicação; Tecnologia; Psicanálise.

ABSTRACT:

This article approaches the displacement of communication to the technological scope observed in the contemporary world. Along with the obvious benefits arising from the technological progress, we present the perplexities before the possible effects of excess, rapid changes and globalization on the subjects drowning in information overload. Concepts and operators of the psychoanalysis field have been used for this study.

Key-words: Communication; Technology; Psychoanalysis.

RESUMEN:

En este artículo se describe la dislocación de la comunicación para el alcance tecnológico observado en la contemporaneidad. Además de los evidentes beneficios que se derivan de los avances tecnológicos, nos enfrentamos con la perplejidad de los posibles efectos del exceso, de los cambios rápidos y de la globalización en los ciudadanos inmersos en este mar de información. Utilizamos en ese estudio, conceptos y operadores del campo del psicoanálisis.

Palabras-clave: Comunicación; Tecnología; Psicoanálisis.

¹ Doutora em Comunicação e Cultura pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (2001), Mestre em Psicologia pela Universidade Federal do Rio de Janeiro (1986) e Psicologia pela Universidade Santa Úrsula (1972). Atualmente é Coordenadora, Professora e Supervisora do Curso de Mestrado Profissional em Psicanálise, Saúde e Sociedade da Universidade Veiga de Almeida, Coordenadora do Curso de Especialização em Teoria Psicanalítica e Prática Clínico-Institucional, Professora e Supervisora do Curso de Graduação em Psicologia na Universidade Veiga de Almeida, Professora do Curso de Especialização em Psicologia Clínica da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro. Coordena Grupo de Pesquisa cadastrado no CNPq cujo tema é "Adolescência e Contemporaneidade". E-mail: gloriasadala@uva.br

1 COMUNICAÇÃO E TECNOLOGIA: UMA VISÃO PSICANALÍTICA

O sentido primeiro da comunicação é fazer saber. As ações empreendidas visando tal objetivo tornam comum um saber e, para isso, recursos diversos são utilizados, desde a palavra falada e escrita até os recursos técnicos disponíveis na atualidade, como por exemplo, a linguagem computacional. Observa-se que, no curso de seu desenvolvimento, a comunicação foi ampliada, valorizada e emparelhada com a técnica, o que nos leva a refletir sobre os efeitos de seu uso nos sujeitos nela envolvidos.

Colocando-se a comunicação como uma questão fundamentalmente social, deparamo-nos com diversos sistemas cujo objetivo principal, sob este ponto de vista, é viabilizar as trocas em nível social. Dentre todos esses sistemas de comunicação ressalta-se a fala como o mais importante.

A linguagem humana, em estreita ligação com o pensamento, utiliza-se da fala no seu percurso de constituição à expressão. Por meio das palavras tentamos desvendar a natureza das coisas e é por seu intermédio que algo da verdade pode se evidenciar para cada um de nós. Eis a vertente reveladora da palavra que pode se assentar no campo da comunicação.

Se a comunicação pretende tornar comum alguma coisa, são necessárias regras de conformidade. Fala, escrita, gestos, apertos de mão, acenos de cabeça fazem o intercâmbio social. No entanto, no mundo contemporâneo, a comunicação se inseriu cada vez mais no sistema tecnológico.

Conceituar comunicação como “compartilhar elementos de comportamento, ou modos de vida, pela existência de conjuntos de regras” (CHERRY, 1971, p. 27), levou a estabelecer como cerne no estudo sobre comunicação, o exame dos signos nela utilizados, assim como das regras que se exercem sobre os signos e sobre aqueles que os utilizam. Analisar os vínculos comunicativos através da medição do conteúdo de informação de sinais colocou-se como meta no campo da comunicação, desde a telegrafia até a telecomunicação. E assim os sinais estabeleceram-se como preocupação principal, em detrimento das questões relativas ao significado, mesmo no que dizia respeito ao valor para cada pessoa em particular.

O enfoque matemático, quantitativo, que foi então valorizado, não considerava a natureza escorregadia da palavra. É muito superficial a idéia de que as palavras são símbolos de coisas e relações. Seu significado depende de sua situação num contexto, da experiência lingüística do falante e do ouvinte. Inclusive não há possibilidade de duas pessoas usarem as palavras da mesma maneira. Por esta razão, se distingue palavras-tipos, entendidas como conceitos lingüísticos, organizadas nos dicionários e palavras-eventos, correspondendo a enunciados particulares, num contexto e numa determinada ocasião. De um modo geral, os lingüistas não focalizam para estudo, enunciados particulares de um falante, mas sim características gerais, invariantes comuns a um grupo significativamente numeroso.

Ao falar, podemos transgredir algumas regras de sintaxe, normas entre emissor e receptor, e, além disso, a peculiaridade do falante é impressa no seu vocabulário, ritmo, certas construções gramaticais. No entanto, devem permanecer regras comuns para que a comunicação não seja totalmente destruída.

Uma comunicação que tenha como meta somente a quantidade cada vez maior de exemplares vendidos, a crescente audiência, o ineditismo das reportagens e a ampliação gradativa das redes, deixa pouco espaço para as particularidades do sujeito.

Tomemos o conceito de notícia para exemplificar. No campo da comunicação, notícia é uma informação nova e para avaliar a novidade nela contida, toma-se como parâmetro o número de vezes anteriormente circulado. Recursos estatísticos são utilizados, incluindo cálculo de probabilidade e porcentagem. No entanto, em tais procedimentos, tudo aquilo que diz respeito aos sujeitos na sua particularidade fica excluído. Vigora o critério quantitativo para se estabelecer o que é novidade, mesmo sabendo-se que o novo para um sujeito não resulta do fato de ter ouvido algo pela primeira vez. Note-se que, neste momento, estamos falando do *novo* no sentido de descoberta, daquilo que, uma vez desvelado, pode causar uma mudança na posição subjetiva, em sua própria vida e no mundo em que está inserido. A psicanálise, dentro de seus pressupostos, aponta uma visão oposta à comunicação, que é a possibilidade do novo surgir da repetição. Mas esse novo, como descoberta do sujeito, não parece estar incluído nas metas da comunicação contemporânea. Consumir informações vigora como objetivo principal e todo o consumo derivado da conjugação da ciência com o capitalismo leva a um certo apagamento do sujeito.

Será que podemos dizer que o excesso de informação do mundo contemporâneo é uma forma de responder às metas quantitativas desde há muito tempo colocadas pela comunicação?

Segundo Vaz, os dados disponibilizados por Ramonet a respeito da quantidade de informação para um indivíduo nos dias de hoje evidenciam a tentativa de transmitir a informação *toda*. São impressas 20 milhões de palavras de informação técnica, a cada dia, em livros, revistas, disquetes, etc. (VAZ, 2000, p. 1).

Paulo Vaz em seu texto “*Esperança e excesso*” (2000) aponta que experimentamos, com o excesso, redução da diferença em relação ao custo, tempo e espaço. A globalização também se refere a um excesso de informação, num mínimo de tempo, numa redução das distâncias. É um excesso de eficiência, talvez como resposta ao otimismo imperante em nossa civilização cujo empuxo é seguir em frente, sempre avante, não parar, escalar novos degraus, progredir.

Se por um lado, a Internet representa no mundo moderno, uma comunicação rápida e eficiente, por outro, constitui-se como o paradigma do excesso no atual estágio da comunicação. Coloca-se como meta o máximo de usuários, sites, informação e dinheiro. A proposta é colocar *tudo* disponível para o sujeito que, no entanto, só pode navegar sozinho.

A direção tecnológica é característica do pensamento contemporâneo. Se há benefícios evidentes em função das novas descobertas, não sabemos exatamente os efeitos do excesso, das mudanças rápidas e da globalização sobre os sujeitos imersos neste mar de informação. A comunicação contemporânea, caracterizada pelo excesso, pela pressa e pela globalização estará a serviço da liberdade do sujeito ou do seu controle?

Segundo Deleuze, encontramos-nos numa crise generalizada de todos os meios de confinamento, desde a família até a prisão. É o fim das sociedades disciplinares, com o subsequente estabelecimento das sociedades de controle (DELEUZE, 1992, p. 221-222). A avaliação contínua e as avaliações das universidades no Brasil são um testemunho vivo desta passagem. O controle passa a ser a forma de comunicação por excelência.

O controle tornou-se ainda mais possível graças à tecnologia e se constatamos que esta assumiu um papel preponderante no mundo contemporâneo, fica a perplexidade quanto às nossas relações sociais e nossa liberdade.

Para Baudrillard, somos prisioneiros da espiral comunicativa, da qual não podemos escapar (SFEZ, 1994, p. 9). A comunicação tornou-se cada vez mais regida pela tecnologia, entendendo-se esta como um sistema social relacionado ao controle social.

Tecnologia implica uma visão de mundo relacionada à eficácia e à utilidade (D'AMARAL, 1995, p. 77). A visão técnica do mundo, da ciência e da linguagem está expressa pela palavra tecnologia, que assim escandida, evidencia o *logos*, indicando o *discurso da técnica*, discurso característico da contemporaneidade.

Paulatinamente, a ciência uniu-se mais ao eficaz e produtivo, intensificando seus laços com os interesses técnicos já estabelecidos anteriormente. Os meios científicos e técnicos tem contribuído significativamente para transformações nas práticas sociais, surgindo, em consequência, novas formas de relações. Sfez apresenta a definição de *tautismo*, neologismo por ele formado a partir da contração de tautologia (*o repito logo provo* reinante na mídia) com autismo (isolamento quase autista a que pode levar o sistema de comunicação).

Segundo Sfez (1994, p.13), a comunicação contemporânea tem uma dimensão de aprisionamento, deixando muitas vezes de ser meio de conhecimento ou filtro para considerar nossas relações sociais e com o mundo, para ser geradora de uma única apreensão da realidade.

Com a comunicação pretende-se a completude: informar tudo, a todos, a todo momento. Se vivemos uma crise de valores, uma impossibilidade de unificação, uma queda de ideais, é justamente agora que mais se fala em comunicação. Desapareceram os meios de unificação que anteriormente agregavam os indivíduos, como Deus, a Nação, etc. Além disso, as mudanças contínuas, as descobertas novas ininterruptas e a aceleração tecnológica determinam uma dispersão das informações que quase afogam o sujeito neste mar de conhecimentos. Impõem-se, então, algumas tarefas para a comunicação. Surge o ímpeto de preencher o vazio deixado pela queda dos elementos unificadores. Torna-se também necessário localizar e reunir tudo aquilo que fica disperso pelas análises resultantes das especializações que se estabeleceram nos diferentes campos do saber.

Há produções culturais que representam respostas aos desafios e provocações de uma determinada época. Os filmes de arte podem ser assim considerados.

Tomemos o filme “Denise está chamando” para pensarmos o campo da comunicação contemporânea. Este filme apresenta seus personagens em constante comunicação através de telefone, secretária eletrônica, internet e assim tomam conhecimento dos episódios que ocorrem na vida de cada um, sem conseguirem concretizar os encontros combinados virtualmente. Combinam, mas não efetivam suas festas, suas comemorações, nem suas relações sexuais. Neste paradoxo de busca e inibição, se desenvolve o filme.

Não se trata aqui de nos colocarmos numa contraposição aos progressos da ciência e da comunicação. Interessa-nos tratar do avesso da comunicação, daquilo que não é contabilizado, não é calculado estatisticamente, que se situa no *entre* desta *comunicação*. É nosso objetivo apontar que o discurso da ciência e da tecnologia, assim como as novas formas de comunicação produzem efeitos sobre o sujeito.

Parece que o homem está sempre ameaçado por aquilo mesmo que produz, ou seja, pelo resultado do seu próprio pensamento. Os frutos da grande variedade de atividades humanas, de modo imprevisível e com muita rapidez, voltam-se contra o próprio homem. Isso parece constituir uma das principais vias do drama da existência humana contemporânea. E, desta forma, o homem vive mergulhado cada vez mais no medo. Medo da bomba atômica, medo da manipulação resultante dos avanços da medicina, medo inclusive dos efeitos da globalização que tem determinado desequilíbrios econômico-financeiros através dos quais sentimos um controle à distância. Todos esses medos resumem-se no medo do que um outro ser humano possa trazer de surpresa e mal estar.

O fenômeno Internet é um exemplo do processo de diferenciação e transformação na sociedade. Essa rede mundial, que cresce dia-a-dia, permitindo uma nova forma de comunicação e aproximação, faz parte do domínio do espaço virtual.

E o que é virtual?

Usualmente, emprega-se o termo virtual para se referir à ausência de existência, o que coloca o fenômeno virtual na ordem das ilusões, do imaginário. No entanto, a etimologia da palavra virtual nos remete ao latim *virtualis* que se relaciona à força e potência. Pierre Levy em seu livro *O que é o virtual?* (1996) concebe o virtual como um modo de ser fecundo e poderoso capaz de movimentar processos de criação, tendo apenas uma pequena afinidade com o ilusório e o falso.

Se tomarmos como foco as relações entre as pessoas, diremos que são sempre virtuais. A dimensão do não-encontro é permanente, pois o outro cumpre sempre uma função na fantasia do sujeito, função essa desconhecida para ambos, o que muitas vezes é causa de fracasso nas relações. É esta dimensão que nos permite duvidar da possibilidade da comunicação transparente, pretendida por Searle e muitos outros.

Desde a entrada na linguagem, o sujeito esforça-se por dizer tudo, tarefa impossível que o leva a constatar sempre mais uma vez a falta, a solidão, a incompletude. É tentador, portanto, as possibilidades que se apresentam na comunicação contemporânea de poder se comunicar com todos a todo instante. É a miragem do todo, do completo que se coloca no deserto solitário do sujeito que está em busca daquilo que lhe falta.

Se entendemos o virtual como possibilidade de criação, podemos fazer um paralelo com o campo psíquico. Nele nada se apreende sem haver uma transformação. Trabalho da linguagem que permitiu a Freud formular o conceito de *realidade psíquica*. Apreendemos o mundo através da linguagem e com ela nossa presença nele é possível. Assim, a comunicação humana é dinâmica, cheia de meandros, interpretações, tensões, metamorfoses e invenções. O psiquismo transforma o exterior em interior e vice-versa, trabalho realizado através dos princípios do funcionamento psíquico. Neste ponto, estamos nos referindo à formulação freudiana a respeito dos dois modos de funcionamento do psiquismo – processo primário e processo secundário – que permitem a circulação, transformação, expressão e troca entre o sujeito e o mundo.

Podemos conceber a realidade psíquica como realidade virtual, como força, potência do ser humano, onde há muitas possibilidades de criação e transformação. A idéia de realidade psíquica como possibilidade do sujeito se situar no mundo, na cultura, permite-nos supor que novas formas de sintoma surgem nos diferentes estágios da sociedade quando não há um lugar reservado para a particularidade do sujeito. A psicanálise acolhe os restos, as sobras, aquilo que não é assimilável e que ao sujeito retorna para alguma metabolização. O que retorna ao sujeito, nele se estabelece como sintoma, ou seja, como expressão daquilo que não lhe foi possível elaborar em seu campo psíquico. Assim, deparamo-nos na clínica psicanalítica com sintomas a serem decifrados, os quais a ciência não consegue explicar totalmente, a tecnologia não tem como tratar e a comunicação é impotente para silenciar.

Na tecnologia vigora, como o próprio termo o designa, um discurso da técnica (tecnologia/logos). Na atualidade, há determinadas práticas sociais que tem a tecnologia como um elemento de seu discurso legitimador. Há um totalitarismo exercido por sujeitos sobre outros sujeitos mediados muitas vezes por tecnologias.

Aqui a comunicação não é mais do que a repetição imperturbável do mesmo (tautologia), no silêncio de um sujeito-morto, ou surdo-mudo, encerrado em sua fortaleza interior (autismo), captado por um Grande todo que o engloba e dissolve até torná-lo o menor de seus átomos paradoxais. Dou a essa totalidade sem hierarquia, a esse autismo tautológico, o nome de tautismo, neologismo que condensa totalidade, autismo e tautologia. (SFEZ, 1994, p. 77)

Na mídia podemos observar a tautologia usada como meio de verificação: se repito, provo. O receptor fica numa posição passiva, de aceitação de tudo o que lhe é transmitido pela comunicação e assim se exerce o totalitarismo do *tautismo*.

Se o autismo, clinicamente, corresponde a um autofechamento, o *tautismo* relaciona-se a uma comunicação vazia com confiança restrita ao todo-poderoso computacional.

Há, na atualidade, muitas manifestações práticas do *tautismo*. A criança, desde cedo, depara-se com o apelo da televisão e juntas vão passar grande parte do dia. Os adolescentes promovem seus encontros através do *lcq* pelas madrugadas. Realidade construída à distância. As máquinas transmitem mensagens de todos os lugares.

Imagens incessantes são veiculadas. Neste rumor permanente da comunicação contemporânea, o sujeito pode ficar mudo, inibido em seu ato, numa fala vazia, que não o leva a criar nem transformar, mas apenas a repetir o que é ouvido.

Na época em que vivemos, dá-se uma preferência à imagem sobre a coisa, à cópia frente ao original, à representação ante à realidade. Assim, nas sociedades onde as modernas condições de produção imperam, há um gradativo acúmulo de espetáculos, onde aquilo que era vivido diretamente passou a ser representação. Em nossa cidade do Rio de Janeiro, nas obras arquitetônicas atuais da Barra da Tijuca, aparece uma característica que pode ilustrar esta prevalência da cópia e da imagem. Réplica da Estátua da Liberdade de Nova York, réplica da torre Eiffel e réplica das colunas romanas na composição de um Centro Empresarial. Sinal dos

tempos? Volta ao passado? Distanciamento de valores próprios, das imagens que retratam nossa brasilidade? Empréstimo de culturas mais poderosas para através delas chegar à cota de consumo pretendida? Segundo Debord, o espetáculo não é apenas um conjunto de imagens, é uma visão de mundo, uma relação social mediada por imagens (DEBORD, 1997, p. 14). O espetáculo pode ser concebido como a afirmação da vida humana em simples aparência, é uma negação da vida.

Já falamos na perda da unidade do mundo e na fragmentação presente na contemporaneidade. A própria separação do trabalhador dos produtos por ele produzidos mostram a correlação entre técnica e isolamento. Tentar a unidade pela comunicação passa a ser tarefa da direção do sistema que, isoladamente, tenta cumprir sua missão.

A alienação do espectador em favor do objeto contemplado (o que resulta de sua própria atividade inconsciente) se expressa assim: quanto mais ele contempla, menos vive; quanto mais aceita reconhecer-se nas imagens dominantes da necessidade, menos compreende sua própria existência e seu próprio desejo. Em relação ao homem que age, a exterioridade do espetáculo aparece no fato de seus próprios gestos já não serem seus, mas de um outro que os representa por ele. É por isso que o espectador não se sente em casa em lugar algum, pois o espetáculo está em toda parte. (DEBORD, 1997, p. 24)

O espetáculo desvela o mundo da mercadoria, esta antiga sedutora, peça fundamental do consumo, cujo movimento também responde pelo afastamento dos homens entre si e pelo afastamento em relação ao seu próprio desejo.

A mercadoria esteve ligada desde sempre a um processo de desenvolvimento quantitativo, embora isto tenha se evidenciado pelas condições do grande comércio que substituiu o artesanal e pela acumulação de capitais. O espetáculo traduz este momento em que a mercadoria ocupou a vida social em sua totalidade. A mercadoria situa-se no campo da ilusão, sendo o espetáculo sua manifestação mais geral. E o consumidor pode ser descrito como um consumidor de ilusões.

A reinserção do desejo no campo da comunicação pode contribuir para que o sujeito ocupe um lugar para além de consumidor. Para isso, não pode se restringir a ver, contemplar, ouvir. É preciso ter voz. Fala plena. Fala em ato. Fala capaz de criar e transformar.

O homem moderno, muitas vezes, é por demais espectador. No entanto, esta posição não atende ao apelo da cultura, no que esta requer de trabalho na sua construção. A cultura representa o poder de generalização, engloba as representações do vivido. Nela se busca a unidade perdida. Faz coexistir a tradição e a inovação. Mas para isso é preciso a inclusão do tempo e da história, o que requer uma comum ação a partir da linguagem. Para fazer saber – sentido primeiro da comunicação – não se pode excluir o sujeito e seu desejo. É preciso garantir o lugar da fala, retornando a palavra não para apenas representar, mas para agir, fazer, fazer saber.

A tecnologia se estende também para o campo da obra de arte, fazendo jus à sua concepção de visão de mundo. Fala-se de arte tecnológica, artes interativas, as quais se colocam como a única arte possível, considerando-se as condições da época em que vivemos. É posta em cena uma nova estética, a estética da interatividade mediada pelas máquinas.

Tradicionalmente, a arte centrou-se na representação das coisas, situando-se, então, no patamar das aparências. As artes digitais se dizem preocupadas com os sistemas interativos e com a transformação. Na verdade, sempre houve interatividade, mesmo num grau mínimo. O que as artes interativas trazem de novo é a visibilidade da interatividade e, de braços dados com a tecnologia, o espectador fica permanentemente em movimento (MIRANDA. In: *Ars telemática*, 1998, p. 192).

Será a arte interativa um meio da técnica ainda criar mais técnica?

Podemos concluir que a inserção gradativa da comunicação no sistema tecnológico carrou mudanças significativas. Nesta perspectiva, o sujeito da comunicação passou a ser considerado, muitas vezes, apenas como consumidor de informações e as possibilidades de transformação ficaram assim minimizadas. Da comum ação *para fazer saber*, sentido primeiro da comunicação, passou-se à ação comum de *saber usar*.

Esse espaço poético, onde impera a palavra certa, espaço onde tudo é “protegido”, onde se inventou Deus, que nos inventou a nós, que inventamos a técnica, que nos reinventa outra vez, soa assim na lição poética de Manoel de Barros: prefiro as máquinas que servem para não funcionar; quando cheias de areia, de formiga e musgo – elas podem um dia milagrar de flores. (MIRANDA. In: *Ars telemática*, 1998, p. 223).



REFERÊNCIAS

- BADIOU, A. **Onde estamos com a questão do sujeito**. Letra Freudiana, Rio de Janeiro, ano. 16, n. 22, p. 27-44, 1997. Número Especial: Colóquio Psicanálise e Filosofia: sujeito e linguagem.
- BAUDRILLARD, J. **Simulacros e simulações**. Lisboa: Relógio d'Água, 1991.
- BORDIEU, P. **O poder simbólico**. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2000.
- CHERRY, C. **A comunicação humana**. São Paulo: Cultrix, 1971.
- D'AMARAL, M. T. **Comunicação e linguagem: uma investigação filosófica**. 1975, Dissertação (Mestrado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1975.
- _____. **Fundamentos científicos da comunicação?** Tese (Concurso de professor titular) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1987.
- _____. **O homem sem fundamentos**. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1995.
- _____. O vigor da cultura comunicacional: o paradoxo moderno contemporâneo. In: **Contemporaneidade e novas tecnologias**. Rio de Janeiro: Sette Letras, 1996. p. 9-26.
- DEBORD, G. **A sociedade do espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.
- DELEUZE, G. **Conversações (1972-1990)**. Rio de Janeiro: Ed. 34, 1992.
- _____. **A lógica do sentido**, 3. ed. São Paulo: Perspectiva, 1994.
- FEATHERSTONE, M. **Cultura de consumo e pós-modernismo**. São Paulo: Studio Nobel, 1995.
- FREITAS, N. M. M. **Comunicação e psicanálise**. São Paulo: Escuta, 1992.
- FREUD, S. Cinco conferências sobre psicoanálise (1910). In: **Obras Completas de Sigmund Freud**. 2. ed. Buenos Aires: Amorrortu, 1986. v. 11.
- GUIMARÃES, N. A. **A escrita e o virtual**. 1999. Tese (Doutorado) – Universidade Federal do Rio de Janeiro, Rio de Janeiro, 1999.
- GURGEL, I. **Consumismo: um novo sintoma?** (o inconsciente consumista). n.8 Salvador: Agente, 1997.
- LACAN, J. A ciência e a verdade (1966). In: **Escritos**. Rio de Janeiro: Zahar, 1998.
- LÉVY, P. **O que é o virtual?** Rio de Janeiro: 34 Letras, 1996.

MIRANDA, J. B. de. Da interactividade. Crítica da Nova Mimesis Tecnológica. In: **Ars telemática**. Lisboa: Relógio D'Água, 1998. p. 179-233.

SADALA, M. G. S. Consumo, parceiro nos sintomas contemporâneos. **Latusa**. Rio de Janeiro, n. 3, p. 43-49, abr. 1999.

_____. O discurso e seu avesso. In: **Jornadas de Formações Clínicas do Campo Lacaniano**, 1, (Mesa-redonda). Rio de Janeiro: dez. 1999.

SFEZ, L. **Crítica da comunicação**. São Paulo: Loyola, 1994.

SILVESTRE, M. **Amanhã, a Psicanálise**. Rio de Janeiro: Zahar, 1987.

THOMPSON, J. B. **A mídia e a modernidade**: uma teoria social da mídia. 2. ed. Petrópolis: Vozes, 1999.

VAZ, P. Esperança e excesso. In: COMPOS, 9, 2000. **Anais...** 2000. CD-ROM

_____. **O inconsciente artificial**. São Paulo: Unimarco, 1997.

Artigo:
Recebido em: 29/04/2009
Aceito em: 20/06/2009