

## Elementos para a análise do Imaginário na cibercultura

Resumo: Este artigo propõe alguns elementos que possibilitem uma compreensão da noção de Imaginário no contexto contemporâneo da cibercultura. A ideia defendida é que a análise da relação entre Imaginário e redes telemáticas deve partir da constatação da vigência de um processo de *complexificação*, o que acaba por revelar o papel complementar da chamada “mídia interativa” face à “mídia de massa”. O referencial teórico tem como base as concepções de Imaginário de Cornelius Castoriadis e Bronislaw Baczko.

Palavras-chave Comunicação; Cibercultura; Imaginário.

### 1. Introdução: Imaginário/Imaginários

Esse artigo parte de uma inquietação surgida no debate acadêmico. Em uma apresentação, realizada em um evento científico, um pesquisador<sup>1</sup> da área de comunicação afirmou categoricamente que “o Twitter decidiu a última eleição presidencial no Brasil”. As questões que imediatamente saltam aos olhos são: como podemos fazer esse tipo de afirmação? Que elementos teóricos e empíricos podem baseá-la?

Não bastasse a baixa penetração da Internet no Brasil, há indícios relevantes (CAZELOTO; BREDARIOLI, 2008) de que a maior parte dos usuários da Internet subutilizam esse meio em termos de participação política ou mesmo de exercício da cidadania. Há uma diferença substancial entre o potencial (comunicativo, cultural, político, econômico) da Internet e seu uso concreto, ou seja, entre o que as pessoas reais *poderiam fazer* e o que realmente *fazem* na rede.

O uso que pesquisadores acadêmicos fazem, provavelmente, não é um padrão que possa ser compreendido como o uso *geral* da Internet no Brasil. Na verdade, faz pouco sentido pensar em um *uso geral*, independente de contextos socioeconômicos e culturais concretos.

Atribuir o resultado de uma eleição presidencial ao *Twitter* é algo que, no mínimo, precisa ser argumentado, principalmente em um país em que a Internet está longe de ser um elemento fundamental da construção do Imaginário nacional.

Nesse artigo, quero propor alguns elementos que possibilitem uma forma de compreensão da noção de Imaginário no contexto contemporâneo da cibercultura, a fim de contribuir para a realização de pesquisas que tentem interpretar o papel desempenhado pelas redes de comunicação

---

<sup>1</sup> A identidade do pesquisador não é relevante no contexto deste trabalho. Sua fala, na verdade, indica tendência expressiva no estudos contemporâneos sobre a Internet. Tomarei essa afirmação como paradigmática desta tendência.

digitais na sociedade. A ideia que defendo é que a análise da relação entre Imaginário e redes telemáticas deve partir da constatação da vigência de um processo de *complexificação*, o que acaba por revelar, do ponto de vista do Imaginário instituído, o papel complementar da chamada “mídia interativa” face à “mídia de massa”.

A noção de Imaginário possui diferentes matrizes, baseadas nas obras de autores como Jacques Lacan, Gilbert Durand, Bronislaw Baczko e Cornelius Castoriadis. Cada um destes autores percebe o Imaginário não apenas a partir de perspectivas distintas, mas também com objetivos teóricos (e políticos) diferentes. A perspectiva que irei adotar insere-se na “linhagem” de Baczko e Castoriadis sem implicar nenhum julgamento sobre a validade das demais, mas apenas pelo entendimento de que esse quadro teórico fornece conceitos e abordagens mais compatíveis aos meus objetivos. É importante, no entanto, frisar uma diferença fundamental entre esses dois autores: enquanto Castoriadis constrói uma teoria “geral” do Imaginário como pré-condição socialmente herdada para o agir humano, Baczko preocupa-se com aquilo que denomina “Imaginário Social”, ou seja, as representações e significações que são produzidas e circulam em uma dada coletividade *sobre si mesma*..

O elemento que me parece central na abordagem desses autores é uma certa noção subjacente de “dinâmica social” que move suas interpretações. Para ambos, o Imaginário é uma construção social em permanente transformação, *ao mesmo tempo causa e resultado das práticas cotidianas*<sup>2</sup>.

Por isso, nessa perspectiva, o Imaginário não é apenas um conjunto de imagens socialmente partilhadas, mas a condição de possibilidade para a construção de imagens dotadas de sentido. Grosso modo, podemos compreender essa concepção de Imaginário como um conjunto de *significados* que entram em relação com certos *significantes* a partir de condições históricas e sociais. Isso significa que, a rigor, não é possível circunscrever ou delimitar o Imaginário, muito menos reduzi-lo às imagens produzidas. A relação entre Imaginário e imagens, a partir dos pressupostos aqui desenhados, é sempre historicamente contingente. Para Castoriadis, esses “significados” organizam-se hierarquicamente como *valores*, como inclinações “pré-simbólicas”, capazes de informar os modos de perceber e representar o real. Já em Baczko, o Imaginário Social *expressa-se* em discursos (ideologias e utopias), em símbolos e rituais socialmente compartilhados, mas não se confunde com esses.

Em ambos os casos, o Imaginário, portanto, não se esgota nos signos produzidos. De fato, ele (o Imaginário) “circula” socialmente a partir dos signos e se modifica permanentemente a partir deste mesmo processo de circulação. Em outros termos, o Imaginário transforma-se a partir dos signos que produz. A circulação social de signos é uma das maneiras possíveis de se compreender

<sup>2</sup> É assim que Castoriadis, por exemplo, considera o Imaginário como um “instituinte-instituído”. Recursivamente, o Imaginário produz a sociedade que o produz.

aquilo que denominamos “comunicação”.

Assim, deste ponto de vista, *a comunicação é, a um só tempo, partilha e construção do Imaginário*. Desta forma, podemos concluir que o Imaginário é historicamente construído pela vivência do cotidiano em comum mas, no interior desta experiência vivida, os modos de comunicação desempenham um papel de grande relevância. Essa relevância não limita-se ao mero papel de “meio” de circulação, mas refere-se ao fato de que os modos de comunicação interferem ativamente no Imaginário produzido. O que quero dizer é que os elementos que constituem o processo social de circulação de signos (a comunicação) não são neutros nem transparentes em relação ao Imaginário: características deste processo (e de seus elementos) impõem-se como *condições de possibilidade* para o Imaginário.

O que são esses elementos? São instâncias materiais e institucionais nas quais os significados adquirem sua consistência como fato social. Poderíamos chamá-los de “contexto” mas, para frisar o caráter de realidade historicamente construída desses elementos, prefiro denominá-los “tecnologias da comunicação”. Por “tecnologias da comunicação” quero identificar *um conjunto de elementos (estratégias, regras, instituições e aparatos) que inscrevem historicamente o processo comunicacional em um contexto concreto*<sup>3</sup>. As tecnologias da comunicação alteram a circulação social de signos e, portanto, a construção do Imaginário<sup>4</sup>.

Para evitar mal entendidos, é importante ressaltar que as “tecnologias da comunicação” não se confundem com aqueles aparatos tecno-científicos que, tradicionalmente, os estudos do campo comunicacional consideram “meios de comunicação” ou a mídia (como o rádio, a TV ou os jornais impressos). Da forma como a concebo, essas tecnologias referem-se a conjunto de elementos presentes em modos de comunicação mediados ou não-mediados por dispositivos tecno-científicos, incluindo a incluindo a fala, os gestos<sup>5</sup>, as representações pictóricas e qualquer outra forma social de organização da circulação de sentidos.

Certamente uma categorização dessa amplitude incorre no problema de sua excessiva generalidade, mas ela é acionada, no contexto desta argumentação, com o objetivo de sustentar um argumento preciso: na construção social do Imaginário convergem de maneira indiscernível várias

---

<sup>3</sup> Há analogias possíveis entre esta noção de “tecnologias da comunicação” e o conceito de “campo”, oriundo da sociologia de Pierre Bourdieu, principalmente na forma como Adriano Duarte Rodrigues (1990) busca construir o conceito de “campo dos *media*”. Creio, no entanto, que a ideia de “tecnologias da comunicação”, da maneira como a utilizo, é mais abrangente e inclui os modos de comunicação não-mediados, o que é fundamental para minha argumentação sobre o Imaginário.

<sup>4</sup> É nesse sentido que Juremir Machado da Silva (2006) constrói sua concepção dos meios de comunicação como “tecnologias do Imaginário”. De minha parte, prefiro falar em “modos de comunicação” (e não de “meios”) porque, como se verá adiante, a comunicação não-mediada tecnologicamente joga um papel extremamente relevante na construção do Imaginário.

<sup>5</sup> A rigor, poderia se reservar o termo “técnica” para as dimensões da troca simbólica em que não competem equipamentos eletro-mecânicos. Creio, no entanto, que o uso indistinto da noção de “tecnologia”, no contexto deste trabalho, tem a vantagem de sublinhar a *continuidade* entre os diversos modos de comunicação, colaborando para romper com a distinção acadêmica entre mídia e comunicação.

tecnologias da comunicação, sempre de maneira tensa e cumulativa. O Imaginário constitui-se a partir do cruzamento destas tecnologias na experiência cotidiana, de forma que não é possível, empiricamente, atribuir o conteúdo deste Imaginário a fontes específicas<sup>6</sup>.

## 2. A complexificação do Imaginário

Por ser um fenômeno humano que se densifica nos contextos sociais e tecnológicos, o Imaginário pode ser compreendido no devir histórico como a resultante instável e indeterminável de um processo de *complexificação crescente da comunicação*. Entendo por “complexificação” o jogo de relações de tensão permanentemente modificado pelo surgimento de novos elementos e pela transformação interna dos elementos já dados. Assim, a comunicação (processo social de circulação de signos), é permanentemente transformada não apenas pelo surgimento de novos “meios”, mas por inovações que ocorrem em meios já existentes<sup>7</sup>. Não se trata de dizer, como McLuhan (1969), que o “conteúdo” de um meio é outro meio. Trata-se de constatar que o Imaginário “alimenta-se” dos significados socialmente partilhados, independentemente de sua origem, ainda que essa origem não seja neutra em relação ao significado que põe em circulação.

A inovações que transformam a comunicação, é bom frisar, não são apenas de ordem tecnológica, mas incluem formas de propriedade e gestão, marcos regulatórios, instituições, desenvolvimentos estéticos etc. Assim, a comunicação se transformou (com repercussões no Imaginário) tanto pela invenção do transistor quanto pelo surgimento dos canais internacionais de televisão ou pela privatização dos serviços de telefonia na América Latina. A invenção da representação pictórica em perspectiva altera o Imaginário tanto quanto a colocação de um satélite em órbita. Cada uma destas transformações altera o jogo de relações entre todos os elementos, reconfigurando a própria comunicação e, portanto, transformando o Imaginário.

Do ponto de vista da compreensão do Imaginário, qual a implicação desta forma de conceber a comunicação? Se, como afirmo anteriormente, o Imaginário é contruído pela comunicação, sob a influência ativa das tecnologias comunicacionais, o que emerge é um Imaginário que se complexifica, permanentemente em transformação no devir histórico, *mas firmemente ancorado nos movimentos do social*. O surgimento de uma lei para regulamentar a propriedade dos meios de comunicação, uma inovação tecnocientífica ou mesmo a ampliação da oferta de mensagens ocasionada pelo desenvolvimento econômico de um país reverberam na constituição do Imaginário<sup>8</sup>.

---

<sup>6</sup> Essa distinção, no entanto, é possível e tem a sua utilidade do ponto de vista analítico.

<sup>7</sup> A questão da “inovação” na história das tecnologias comunicacionais foi bem abordada por Brian Winston (1998)

<sup>8</sup> Um exemplo interessante vem do mercado publicitário no Brasil. Segundo Rocha (2010), o desenvolvimento da publicidade brasileira, com sua ênfase quase monopolística na televisão, foi resultado direto de políticas desenvolvidas durante o regime militar. Esse desenvolvimento, no entanto, criou as condições para uma acumulação

Além disso, o Imaginário surge como hibridização de tecnologias de comunicação que incluem os chamados “meios” e as trocas “não mediadas”<sup>9</sup>. A noção de complexificação implica que cada elemento transformado atua sobre todos os demais (evidentemente, em proporções e intensidades distintas que, a rigor, não podem ser apreendidas empiricamente, mas apenas supostas e percebidas em seus efeitos). Assim, o Imaginário constitui-se a partir das tensões entre conversas cotidianas, símbolos e ritos coletivos, transmissões radiofônicas, tecnoimagens, interações telemáticas etc. Tudo isso ocorre ao mesmo tempo, de maneira indiscernível do ponto de vista da experiência cotidiana individual. Daí a impossibilidade de compreender a comunicação a partir das teorias “transmissionistas”<sup>10</sup>, que não levam em consideração a infinita multiplicidade<sup>11</sup> de relações que se estabelecem em cada contexto, a cada momento. Não há um Imaginário produzido pela TV ou pela Internet: o que, fenomenologicamente, aparece na experiência cotidiana é o *continuum* da comunicação, constituído pela percepção conjunta de todas as tecnologias que cruzam os indivíduos, da fala ao ciberespaço. Cada “meio” colabora nessa construção partilhada com um aporte específico, a partir de um “lugar” específico. Esse “lugar” não é apenas técnico, mas inclui interesses empresariais e profissionais, poderes e contra-poderes. Além disso, esse “lugar” é ele mesmo previamente “Imaginado”, ou seja, constrói-se a partir da representação que cada grupo faz de si mesmo e do social.

### 3. O Imaginário na Internet

O caráter “imaginado” dos “lugares” sociais ocupados pelos meios de comunicação é outro aspecto que deve ser levado em consideração para a compreensão do Imaginário: a mesma imbricação tensa entre os modos de comunicação comparece *na construção* das mensagens e representações que constituem aquilo que se conhece como “conteúdo” da comunicação. Isso porque, como sustentei anteriormente acompanhando Castoriadis, o Imaginário é um instituinte/instituído, ou seja, ele cria a comunicação ao mesmo tempo em que é criado por ela. Os signos que circulam em uma determinada tecnologia comunicacional resultam da vigência de um Imaginário que não se reduz a nenhuma tecnologia em particular, mas que é um “momento” específico do “Imaginário” geral. Para exemplificar, é possível argumentar que os conteúdos que circulam pela Internet sejam produzidos a partir de significados sobre a própria Internet (sobre o

---

de capitais no setor, o que possibilitou o investimento em aprimoramento técnico constante, colocando a publicidade brasileira entre as mais importantes do mundo. O mesmo não se deu, por exemplo, com o cinema nacional. Assim, vê-se como decisões governamentais baseadas em interesses pontuais terminam por imprimir uma certa orientação à comunicação, o que reverbera na constituição do Imaginário.

<sup>9</sup> Em alguma medida, toda troca comunicacional é mediada, uma vez que se dá a partir de linguagens e de suportes, mesmo que se trate de um contexto interpessoal sem a presença de aparatos tecno-científicos.

<sup>10</sup> Para uma visão sobre as chamadas teorias transmissionistas da comunicação veja-se Wolf (1999).

<sup>11</sup> Isso não significa que a comunicação seja um processo totalmente caótico ou aleatório; É possível identificar tendências e linhas de força dominantes embora as resultantes da hibridização sejam, por princípio, indetermináveis.

que ela é ou deveria ser, sobre quem a faz ou deveria fazer). É assim que, por exemplo, a Internet é socialmente vista como um meio “democrático” e quem a utiliza parte dessa “expectativa imaginada”.

Isso implica que, do ponto de vista do Imaginário, não é possível considerar nenhuma relação de equivalência entre uma tecnologia comunicacional específica e seu conteúdo. Cada tecnologia não faz senão expressar o Imaginário “geral” no contexto de seu modo de produção, a partir de estratégias, dispositivos tecno-científicos e interesses particulares. É como se esse “Imaginário geral” fosse atualizado em cada ato de fala concreto, a partir das determinações estruturais de seu contexto.

Do ponto de vista mais empírico, cada tecnologia concreta compartilha seus conteúdos com todas as demais para a construção do *continuum* comunicacional que constitui uma certa “paisagem midiática”. Os exemplos de constituição dessa hibridização são abundantes e frequentes: são os “bordões” humorísticos e publicitários da TV e do Rádio que invadem a fala cotidiana, as celebridades do cinema que estão nas capas das revistas, os efeitos sonoros do rádio que aparecem na televisão e a lista poderia seguir por páginas a fio.

Levar em conta o poder instituinte do Imaginário, ou seja, sua capacidade de intervir e modular a percepção do real e do agir humano, é relevante para um dimensionamento mais realista do papel ocupado pela internet na cultura contemporânea. Do ponto de vista do Imaginário, talvez estejamos mais longe da “morte da cultura de massa” do que se pode imaginar.

É notável como os horizontes da paisagem midiática surgem com muita clareza demonstrando mais a complexificação do que o surgimento de uma nova cultura. Essa complexificação pode ser capturada pela análise do uso concreto que se faz das tecnologias digitais de comunicação.

Vejam, como sintoma e exemplo, a lista do *trend topics* do Twitter no Brasil em uma semana escolhida aleatoriamente. De 06 a 12 de maio de 2010<sup>12</sup>, os termos mais repetidos nessa plataforma foram:

1. **Lacraia** (sobre a morte de uma dançarina de funk)
2. **#menoscormaisrock** (“protesto” de internautas contra a banda pop teen Restart)
3. **#felizdiadasmaes** (mensagens para o dia das mães, comemorado em 08 de maio)
4. **Martha Graham** (sobre o logotipo do Google, transformado para homenagear a dançarina)
5. **Higienópolis** (protestos contra a decisão do Governo do Estado de São Paulo de desistir da construção de uma estação do metrô no bairro).
6. **#welcometobrazilmiley** (sobre a visita da atriz e cantora por teen Miley Cyrus ao Brasil)
7. **#orgulhodesernordestino** (sobre o empate entre os times de futebol Flamengo e Ceará que

<sup>12</sup> Disponível em <http://www.terra.com.br/noticias/infograficos/twitter-tts-brasil/index.htm>. Último acesso em 27/06/2011.

implicou vantagem para esse último).

8. **Woody Allen** (sobre declarações elogiosas ao escritor Machado de Assis feitas pelo cineasta americano)

9. **#pavaopavaozinho** (Sobre o lançamento de CD da cantora e pastora evangélica Fernanda Brum.

10. **#lelisblood** (protestos contra o uso de peles animais nas coleções da marca Le Lis Blanc).

Percebe-se que, dos dez temas elencados, cinco referem-se diretamente a pessoas que ganharam notoriedade a partir de sua exposição nas mídias “massivas” (televisão, rádio e cinema) (itens 1, 2, 6, 8 e 9) e três eventos que ganharam repercussão pela chamada “grande imprensa” (5, 7 e 10).

Em um arco de tempo mais amplo, a ferramenta de busca Google divulgou o relatório *Zeitgeist*<sup>13</sup>, com os termos mais procurados pelos usuários ao redor do mundo em 2010. No Brasil, os termos foram (em ordem de número de buscas):

1. Larissa Riquelme;
2. Formspring;
3. Justin Bieber;
4. BBB 2010;
5. Enem 2010;
6. Restart;
7. hotmail.com.br;
8. Luan Santana;
9. Assistir filmes online;
10. globo.com.br.

A presença de termos de busca oriundos do universo das mídias convencionais é igualmente marcante. Dos 10 mais acionados, apenas dois (“Enem 2010” e “hotmail.com.br”) não se referem às chamadas “mídias de massa”.

Talvez não seja possível medir a força do “agendamento” (Wolf, 1999, p. 144-147) que a mídia massiva exerce sobre o conteúdo da Internet, mas, certamente, ela não é desprezível. É evidente que os usuários acabam por transformar os conteúdos a partir de sua experiência e interesse pessoais<sup>14</sup> mas, pelo menos desde a consolidação dos chamados “estudos da recepção” em comunicação, sabemos que os “usuários” de qualquer meio sempre fizeram isso. A novidade é que, com a Internet, ampliou-se o potencial de repercussão de conteúdos da mídia massiva de maneira inédita, o que pode indicar não o arrefecimento da cultura de massa, mas, de alguma forma, o seu fortalecimento.

Cultura de massa e cultura digital se complementam não apenas no nível dos conteúdos, mas também no seu processo de produção. Cada vez mais, os meios “tradicionais” incorporam a linguagem e a estética das produções “caseiras” que circulam pela internet, simulam “hiperlinks” e retransmitem mensagens postadas pela internet como uma forma de “interatividade”. Do outro lado, produções “profissionais”, usando recursos da grande mídia são cada vez mais comuns no ciberespaço. As empresas ocupam espaço na cena telemática, criando mecanismos de emissão mais

<sup>13</sup> Disponível em <http://www.google.com.br/intl/pt-BR/press/zeitgeist2010/regions/br.html>. Último acesso em 27/06/2011.

<sup>14</sup> Esse é o fenômeno que André Lemos (2005) tentou capturar com a expressão “remix”.

eficientes e fragmentados, ainda que consigam uma expressiva visibilidade graças aos mecanismos de repercussão típicos da rede. Um exemplo interessante é o comercial “Eduardo e Mônica”, da empresa de telefonia Vivo. A peça, produzida por dois ícones da cultura de massa (a agência de publicidade África e a produtora de cinema O2 filmes) conseguiu quase 1,8 milhão de visualizações no YouTube em menos de 24 horas<sup>15</sup>.

Nada do que foi exposto nega que a chamada “cultura digital” possua especificidades de natureza ou de grau. É empiricamente observável que a Internet está sendo usada para fins distintos da mera repercussão ou comentário dos temas expostos pela agenda midiática tradicional e esse uso, pelo menos a princípio, confere à telemática uma relativa autonomia. A troca simbólica que acontece pela rede, além de alimentar os circuitos massivos, é capaz de mobilizar grupos e discursos para além desses circuitos. O que não se pode é superestimar essa autonomia e confundí-la com uma “liberdade irrestrita”, como se a Internet fosse um mundo comunicacional à parte (e que, ao fim, implicaria apenas alienação e autismo). A questão é que apenas uma pesquisa empírica de profundidade poderia, de alguma forma, identificar qual é o “uso concreto médio” que se faz da Internet, entendendo-se esse “uso” como os hábitos de navegação estabelecidos em determinada população ou região. Como hipótese, apoiada nas pesquisas citadas e em outros estudos, é absolutamente legítimo aventar que, nas condições socioculturais do Brasil, o uso da Internet como “caixa de ressonância” da mídia convencional é a regra, e não a exceção.

#### **4. Elementos para a compreensão do Imaginário na cibercultura**

Pelo que foi exposto anteriormente, é possível levantar algumas hipóteses sobre o modo como pode proceder a pesquisa acerca do Imaginário na cibercultura. Ressalto que os caminhos aqui aventados não excluem outras perspectivas, metodologias ou referenciais teóricos, embora certamente, sirvam como parâmetro para a autocrítica da pesquisa, no que tange à validade de sua abordagem. Essas hipóteses são:

*1. A pesquisa deve focar a experiência concreta vivida, e não as características dos meios particulares:*

A paisagem midiática, que é constituinte do mundo cotidiano de uma grande parte da humanidade, resulta da complexidade de relações estabelecidas entre um número crescente de elementos. O Imaginário que se constrói, por implicação, a partir destas relações complexas não pode ser reduzido a nenhum de seus componentes em particular. A pesquisa sobre o Imaginário na cibercultura é, antes de tudo, uma reflexão sobre a construção social do Imaginário a partir da

<sup>15</sup> Disponível em: <http://uoltecnologia.blogosfera.uol.com.br/2011/06/09/eduardo-e-monica-vivo-nega-que-tenha-copiado-ideia-de-comercial-do-dia-dos-namorados-feito-ha-11-anos>. Último acesso em 11/07/2011.

paisagem comunicacional vigente em um certo contexto.

*2. O contexto local não-mediado é extremamente relevante:*

O Imaginário sempre se constrói com a forte presença de elementos locais (que consideramos, aqui, parte integrante das tecnologias de comunicação não-mediadas por dispositivos tecno-científicos, como a fala e o gestual) e nunca exclusivamente a partir da paisagem midiática. A conversa cotidiana e as relações interpessoais estabelecem parâmetros para a construção do Imaginário.

*3. Embora constitua-se teoricamente como uma unidade, o Imaginário apresenta-se como fragmentário.*

A grande influência dos contextos locais, referida anteriormente, implica uma imensa diversidade de relações potenciais e um alto grau de indeterminação, ou seja, um caráter eminentemente fragmentário do “Imaginário”, embora, a princípio, possam ser detectadas tendências majoritárias, inclinações e reiteraões dotadas de sentido. São essas tendências, redutíveis a valores e representações, que constituem um dos objetos privilegiados da pesquisa empírica.

*3. O Imaginário é uma construção coletiva, marcada por elementos de ordem emocional.*

A forte presença do elemento local ainda torna o estudo do Imaginário na cibercultura imbricado com estudo das *vinculações* mediadas pelos aparatos telemáticos. Isso porque os significados são partilhados no interior de grupos sociais e apenas neles podem produzir efeitos. Assim, ocorre um outro nível de análise possível, para além do indivíduo, que é o nível da experiência coletiva. A ampliação deste nível e sua reflexividade (o grupo que vê a si mesmo a partir de construções do Imaginário) podem ser apreendidas nas formulações de Baczkó acerca do “Imaginário Social”.

*4. As tecnologias comunicacionais não são neutras em relação ao Imaginário*

Cada tecnologia comunicacional em particular imprime suas próprias características ao Imaginário socialmente produzido. Essas características não são apenas tecnológicas e nunca aparecem “puras”, mas hibridizadas como todas as demais, tecendo redes de cooperação e conflito de topologia indeterminável *à priori*.

*5. O Imaginário é um produto histórico.*

Isso implica que ele é derivado de condições sociais, econômicas e culturais específicas, assim como é sensível a transformações tecnológicas. Assim, o Imaginário abre-se para ser

compreendido a partir de metodologias diacrônicas, a partir de um ponto de vista que compreenda suas transformações internas, como as análise genealógica e o materialismo histórico, por exemplo.

## 5. Conclusão

Essas hipóteses não têm a intenção de “legislar” sobre a pesquisa do Imaginário, mas de levantar questões epistemológicas e teóricas que permitam a construção de pesquisas que não se deixem fascinar pelo objeto estudado, possibilitando uma autocrítica atenta e vigilante.

Fatos sociais (como uma eleição presidencial) que se pretendam explicar a partir de teorias sobre a influência da mídia não podem isolar meios específicos, atribuindo-lhes um papel de onópólio sobre a construção só Imaginário. Essa abordagem poderia significar um retorno às antigas teorias manipulatórias transmissionistas, com uma roupagem de interatividade *high-tech*, mas que, no fundo, estão fechadas à complexidade da construção social do Imaginário.

Isso não significa que nenhuma pesquisa seja possível e que toda afirmação seja contextual e provisória (o que remeteria as ciências sociais ao pesadelo relativista do pós-modernismo teórico), mas que critérios abrangentes permanecem como um excelente guia para o olhar do pesquisador, em meio a complexidade da paisagem midiática contemporânea.

Para finalizar, parece-me inegável que a Internet ocupe e venha a ocupar cada vez mais intensamente um papel central na dinâmica da comunicação e, por consequência, na própria tessitura do social. Mas, certamente, ela não é a explicação para tudo.

## Referências.

CAZELOTO, Edilson. BREDARIOLI, Claudia. “Internet na periferia: entre o potencial e o uso concreto”. **Galáxia**. Vol. 8. N. 16. São Paulo, 2010, p. 79-90. Disponível em:

<http://revistas.pucsp.br/index.php/galaxia/article/view/1920/1186>. Último acesso em: 11/07/2011.

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

BACZKO, Bronislaw. **Los imaginarios sociales**. Memorias y esperanzas colectivas. Buenos Aires: Nueva Visión, 2003.

LEMONS, André. **Cibercultura remix**. São Paulo, Itaú Cultural, 2005. Disponível em <http://www.facom.ufba.br/ciberpesquisa/andrelemons/remix.pdf>. Último acesso em 11/07/2011.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. São Paulo:

Cultrix, 1969.

ROCHA, Maria Eduarda da Mota. **A nova retórica do capital:** a publicidade brasileira em tempos neoliberais. São Paulo: EDUSP, 2010.

RODRIGUES, Adriano Duarte. **Estratégias da comunicação.** Lisboa: Editorial Presença, 1990.

SILVA, Juremir Machado da. **As tecnologias do imaginário.** Porto Alegre: Sulina, 2006.

WINSTON, Brian. **Media, Technology and Society.** A history: from the Telegraph to the Internet. Routledge: London; New York, 1998.

WOLF, Mauro. Teorias da comunicação. Lisboa: Editorial Presença, 1999.