UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

CECÍLIA CREMA PIMENTA

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: O PARADIGMA DE MCLUHAN
NA COMPREENSÃO DA INTERNET

CURITIBA
2008

CECÍLIA CREMA PIMENTA

OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: O PARADIGMA DE MCLUHAN
NA COMPREENSÃO DA INTERNET

Monografia apresentada à disciplina de Trabalho de Conclusão de Curso II como requisito parcial à conclusão do Curso de Comunicação Social com habilitação em Jornalismo, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná.

Orientador: Professor Carlos Alberto Martins da Rocha.

CURITIBA
2008

O mundo é o que você pensa dele.
Portanto, pense nele de um jeito
diferente e sua vida mudará.

Paul Arden

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	4
2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UM RESGATE HISTÓRICO	6
2.1 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	9
2.2 O ALFABETO FONÉTICO	9
2.3 AS ESTRADAS	11
2.4 A PRENSA DE GUTENBERG, O LIVRO E O JORNAL	13
2.5 O TELÉGRAFO	15
2.6 O RÁDIO	16
2.7 A TELEVISÃO	17
3 AS TEORIAS POR TRÁS DA POLÊMICA: DESVENDANDO MCLUHAN	19
3.1 O MEIO É A MENSAGEM	19
3.2 MEIOS QUENTES E MEIOS FRIOS	23
3.3 ALDEIA GLOBAL	25
4 OS NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: A ERA DO COMPUTADOR	28
4.1 A ERA ELETRÔNICA	28
4.2 OS NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	29
4.3 A INTERNET	30
5 CONCLUSÃO	36
REFERÊNCIAS	38

1 INTRODUÇÃO

“O mundo digital pode estar conectado a uma rede, ser inicializado e ter placa de som, mas é surdo para a história”. O dono desta frase é Steven Johnson, um dos mais influentes pensadores do ciberespaço segundo as publicações *Newsweek* e *New York Magazine*. Mas não são as opiniões dessas respeitadas revistas norte-americanas que me fazem incluir as palavras de Johnson no início deste Trabalho de Conclusão de Curso, mas sim a simplicidade com que ele expressa o tema em questão.

Depois de muito pensar em como discorrer sobre o assunto com exatidão, optei por emprestar o ponto de vista deste pensador. Afinal, nada mais jornalístico do que construir um raciocínio a partir dos relatos e opiniões alheias. Mas de que forma as palavras podem sintetizar o tema deste trabalho?

Objetivamente, porque revelam uma lacuna teórica no campo da Comunicação Social, apontando com clareza a falta de ligação entre as mídias digitais e a história. Mostram, inclusive, a necessidade de completar a linha histórica cronológica das mídias, que estagnada desde o advento da televisão precisa ser completada com urgência.

Ao partir do princípio de que não se pode avaliar a relevância de uma mídia sem ter com o que compará-la, proponho a construção do restante desta linha histórica com base no paradigma do teórico canadense Herbert Marshall McLuhan. Preocupado em reconstruir as relações entre os meios de comunicação e a história do homem, McLuhan mostra que o entendimento da maneira como os meios moldam nossas vidas físicas e psíquicas provém diretamente da comparação entre fatos passados e presentes.

Ao escrever *Understanding Media (Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem)* McLuhan deixa isso evidente, já que agradece à velocidade da informação elétrica pela possibilidade de reconhecer os padrões e os contornos formais da mudança e do desenvolvimento das mídias e, por conseqüência, dos homens. Desta forma, este trabalho representa um esforço de construção de uma cronologia histórica mais completa dos meios de comunicação – desde os meios arcaicos até os digitais.

A maneira como pretendo alcançar este objetivo é ela mesma cronológica. Início o trabalho com um breve resgate de alguns acontecimentos que impulsionaram a formulação das teorias de McLuhan, em especial aqueles situados no século XIX e no início do século XX.

Na seqüência, exploro os principais conceitos e argumentos presentes na obra mcluhiana, com destaque para a distinção entre *meios quentes e meios frios*, o conceito de *aldeia global* e a máxima '*o meio é a mensagem*'.

E, finalmente, avanço na construção da linha cronológica até as mídias digitais, mostrando a maneira como é operada a relação entre os novos meios de comunicação e o homem e de que forma pode ser (idealmente) construída.

2 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: UM RESGATE HISTÓRICO

No livro *Understanding Media (Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem)* o teórico canadense Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) lança luz sobre a cronologia histórica dos meios de comunicação. Entretanto, mais do que os argumentos explorados na obra, o que chama atenção é o paradigma por trás de cada uma das idéias defendidas pelo autor.

O paradigma referido acima descreve e analisa os meios de comunicação através de um prisma histórico, relacionando a história de cada um às mudanças sociais vivenciadas pelo homem. Como aponta Luiz Costa Lima, o primeiro brasileiro a abordar a cultura de massa num curso universitário, McLuhan pensa em termos de estágios que se sucedem e ultrapassam:

São eles em número de três: 1) etapa primitiva, pré-tecnológica, inter-relacionamento dos sentidos, correspondente tanto ao período épico das civilizações antigas quanto ao tempo vivido pelos primitivos contemporâneos; 2) etapa tipográfica, ênfase na linearidade e perspectivas visuais, período pós-renascentista ou, grosso modo, capitalista, próprio das nações desenvolvidas, que explicaria a defasagem em que, paradoxalmente, estas se encontram para responder aos dilemas da era eletrônica; 3) etapa de reenvolvimento verbovocovisual, produzida pelo avanço tecnológico. (LIMA, 2005, p. 150).

Esta divisão, como fica evidente, é organizada com base na evolução tecnológica que um meio de comunicação apresenta em relação àquele que o antecede. Ou seja, baseia-se no conceito de tecnologia e em tudo que este representa. Como define Renato Ortiz (1991, p. 27), no livro *Cultura e Modernidade*, a tecnologia é a exposição racional e sistemática das operações técnicas realizadas para a manutenção de um sistema coeso e equilibrado. Assim, a partir do momento em que o sistema apresenta debilidades, é hora de buscar novas técnicas capazes de gerar novas tecnologias. É justamente com esse propósito que McLuhan traça sua linha histórica dos meios de comunicação.

E para compreender melhor a construção do raciocínio mcluhiano, é importante entender também o conceito *tecnologia* e a sua evolução ao longo da história dos homens. Para tal, são fundamentais as observações feitas pelo teórico André Lemos (2002), no livro *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*, cujo conteúdo sintetiza de forma objetiva o olhar humano sobre a

tecnologia e as modificações cognitivas, políticas, culturais e sociais que esta ajudou a implantar.

Antes de dar início ao resgate histórico, é essencial lembrar que “cada sistema técnico é expressão de relações específicas entre a ciência, a filosofia, a sociologia, a economia e a política” (LEMOS, 2002, p. 42). Assim, os aspectos sociais devem ser levados em conta nas análises de cada uma das etapas históricas aqui elencadas, para que se tenha um panorama suficientemente abrangente sobre a relação entre a tecnologia e o homem.

Como aponta Lemos (2002), o surgimento da tecnologia remonta à pré-história: com o aparecimento da técnica, pela primeira vez na história, o homem modifica seu meio ambiente e consegue inserir-se na natureza como um agente ativo. Nesta etapa, a tecnologia ainda é apenas uma imitação do natural, nos moldes cedidos por deuses ancestrais. E é neste momento que o paradoxo entre o sagrado e o profano toma corpo: ao mesmo tempo em que o homem deseja inserir-se na natureza, acredita que esta é um privilégio divino, restrito apenas às entidades divinas e proibido aos meros mortais.

Na pré-história a tecnologia é marcada por uma vontade do sujeito de aproximar-se da natureza, mas ainda sem interferir em seu curso. Ele é apenas um “imitador”, cujo objetivo principal é obter representações do divino. Em síntese, a magia pode ser considerada uma técnica, talvez a técnica por excelência das sociedades tradicionais. (LEMOS, 2002).

Ao avançar às primeiras civilizações, em especial aos gregos, percebe-se uma mudança do homem em relação à técnica. Nesta fase, ele se preocupa em achar explicações racionais em relação à ciência e à técnica. Mesmo sem dispor de métodos científicos consistentes, constrói uma nova filosofia capaz de investir à *tekhne*¹ valores como investigação e demonstração.

É na Grécia Clássica que o homem deixa de ser intuitivo para agir de maneira investigativa, mas é em Roma que consegue estender de uma maneira uniforme e duradoura esse novo modo de encarar a natureza. No entanto, em ambas as sociedades, o sujeito ainda se defronta com o paradoxo formado pelo sagrado e profano. “Influenciado pelos gregos, o simbolismo da técnica no Império

¹ *Tekhnè* é um conceito filosófico que visa descrever as artes plásticas, o saber fazer humanos em oposição a outro conceito chave, a *phusis*, ou o princípio de geração das coisas naturais. O conceito de *tekhne* é, assim, fruto de uma primeira filosofia da técnica que visa distinguir o fazer humanos do fazer da natureza. (LEMOS, 2002, p. 28).

Romano vai situar-se no mesmo registro, isto é, como atividade profana ligada ao medo da transgressão da ordem divina.” (LEMOS, 2002, p. 46).

A Idade Média é o período que sucede as primeiras civilizações. Neste momento histórico, pela primeira vez, a técnica não remete mais à natureza, mas sim ao próprio ser humano. Ao contrário do que muitos historiadores afirmam, longe de ser “a idade das trevas”, a Idade Média é marcada como uma época de intensa atividade técnica. Prova disso é: 1) a implantação de sistemas técnicos baseados no empirismo e na quantificação matemática; 2) o surgimento da divisão do tempo; e 3) a dissociação completa entre técnica e natureza, ou seja, a criação de uma maneira tecno-científica de pensar na qual um raciocínio laico e secularizado rege as constatações.

No Renascimento, o homem materializa no maquinismo a visão formulada durante a Idade Média, fazendo surgir o sistema biela-manivela, a bússola, a pólvora e a imprensa. Mais uma vez, o homem alcança um feito inédito e faz nascer um sistema técnico inovador “na medida em que todas as invenções são complementares umas das outras”. (LEMOS, 2002, p. 48).

A inovação mais importante, no entanto, diz respeito à razão. Diferentemente de épocas anteriores, no Renascimento o sujeito passa a valorizar a fascinação pela descoberta científica e a considerar-se plenamente capaz de utilizar uma técnica laica e secularizada. O homem coloca-se no centro do universo inteligível, superando de vez a perspectiva teocêntrica da ciência e da tecnologia.

Na Modernidade, esta visão amadurece e origina a tríade metal, carvão e máquina à vapor – mais tarde substituída por outra formada por síntese química, petróleo e eletricidade. É neste ponto em que os homens passam a articular técnica, trabalho e economia política: pela primeira vez na história, a tecnologia influencia largamente o modo de produção dos bens e, conseqüentemente, as relações econômicas e a formação social delas derivadas.

Como aponta Lemos (2002, p. 50), acontece, nesta fase, a ampliação da aplicação técnica a todos os domínios da vida social. Isso inclui a também nova influência da técnica nas esferas culturais e históricas: na Modernidade, o homem passa a enxergar a tecnologia como um agente social capaz de modificar a maneira como o indivíduo e os grupos dos quais faz parte enxergam e constroem a cultura. Um exemplo disso é a revolução causada pela utilização da tecnologia de Gutenberg, que mais adiante iremos abordar em detalhes.

Este resgate histórico é muito importante para que não se enxergue o panorama tecnológico descrito por McLuhan com olhos no passado ou, ainda mais grave, com olhos do futuro. Com base nesse pressuposto, posso começar a reconstrução da linha cronológica histórica dos meios, pinçando, de acordo com a obra do teórico canadense, os acontecimentos que mais marcaram a história dos *media*.

2.1 OS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

A história dos meios de comunicação é a história dos homens. Afirmando isso porque desde sempre o homem apresentou a necessidade de transmitir mensagens a seus pares e fazer-se entender (o comportamento dos ancestrais da espécie *homo sapiens* comprova isso).

Dessa forma, construir uma linha cronológica dos meios de comunicação é um esforço de pesquisa minucioso, de acompanhamento da história do homem e dos acontecimentos que demonstram a sua vontade e necessidade de comunicar-se. A questão não se resume a pinçar da história as evoluções tecnológicas que, em determinados momentos, revolucionaram o modo como se realiza e compreende o processo comunicacional, mas sim relacioná-las aos comportamentos humanos e às esferas econômica, social e cultural do mundo em que vivemos.

Daqui para frente, portanto, o assunto será abordado desde o período que vai da invenção do alfabeto fonético até o estabelecimento da televisão. Não retrocedo ou avanço na análise por duas razões: 1) este panorama é grande o suficiente para proporcionar o entendimento das teorias de McLuhan; e 2) o momento de dar seqüência à linha cronológica dos meios de comunicação chegará mais tarde, no terceiro capítulo deste trabalho.

2.2 O ALFABETO FONÉTICO

O primeiro alfabeto surgiu por volta de 4.000 a.C., na Mesopotâmia. Era composto por pictogramas, desenhos que traduziam de forma simplificada os

objetos e as ações e relações do homem. Na esteira do alfabeto pictórico, quase dois mil anos mais tarde, surge o alfabeto fonético, que, diferentemente da escrita pré-alfabética, com seus inumeráveis signos de difícil assimilação, podia ser apreendido em poucas horas. (MCLUHAN, 1964, p. 102).

É justamente a facilidade com que o alfabeto fonético pode ser ensinado e aprendido que o caracteriza como um *media* revolucionário, no sentido de imprimir à vida dos homens profundas mudanças no modo como se relacionam com o ambiente onde estão inseridos e com os demais sujeitos com quem interagem.

Com o alfabeto fonético, pela primeira vez na história, os homens foram capazes de se comunicar por meio de uma mesma tecnologia. Como observa McLuhan, “tem havido muitas espécies de escrita, pictóricas e silábicas, mas só há um alfabeto fonético”. (MCLUHAN, 1964, p. 102). Com a possibilidade de uma comunicação mais abrangente, vieram conseqüências sociais e culturais.

O alfabeto fonético é responsável por uma clara divisão da experiência sensorial dos sujeitos. Isto porque, ao utilizar letras semanticamente destituídas de significado, deixa de lado as experiências e relações reais a partir das quais construíam seus raciocínios, relacionando-se com correspondentes a sons também semanticamente sem significação. McLuhan propõe um elucidativo exercício:

Suponhamos que em lugar de ostentar as listras e estrelas, tivéssemos de escrever as palavras “bandeira americana” num pedaço de pano e exibi-lo como pavilhão nacional. Embora transmitissem o mesmo significado, o efeito seria bem diferente. Traduzir o rico mosaico visual de listras e estrelas para a forma escrita significaria privá-la da maior parte de suas qualidades de experiência e de imagem corporada, embora o vínculo literal abstrato permanecesse quase o mesmo. (MCLUHAN, 1964, p. 101).

É a partir do alfabeto fonético que o homem constrói uma nova configuração social e cultural, afastando-se das sociedades tribais e inserindo-se nas sociedades civilizadas. Passa a atuar como indivíduo capaz de, sozinho, elaborar mensagens, agora destacadas do inconsciente semântico coletivo. Passa também a depender menos do som, do tato e do paladar, visto que não há mais a necessidade de sua presença física para o sucesso da comunicação.

Socialmente, o alfabeto fonético institui uma forma de vida linear, homogênea e contínua: os sujeitos passam a utilizar a mesma ferramenta para comunicar-se, fazendo isto em padrões de tempo e espaço uniformes, independente

dos passados tribais aos quais pertenciam anteriormente. “O alfabeto fonético, com apenas poucos sinais, pode abranger todas as línguas.” (MCLUHAN, 1964, p. 107).

Culturalmente, distancia o homem de seus pares, fazendo com que atue cada vez mais individualmente. “Se o homem ocidental sofre a dissociação de sua sensibilidade interna pelo emprego do alfabeto, também conquista a liberdade pessoal de dissociar-se do clã e da família”, aponta McLuhan (1964, p. 107).

2.3 AS ESTRADAS

À primeira vista, pode parecer inapropriado considerar as estradas um meio de comunicação. Acostumados a considerar meios de comunicação apenas tecnologias capazes de transportar conteúdos noticiosos ou publicitários, esquecemos que muitas outras estruturas correspondem ao conceito de *media* disseminado por McLuhan, o qual utilizo neste trabalho.

Segundo este conceito, “o *media* não se limita aos estereotipados meios de comunicação de massa como o rádio; o *media* é qualquer extensão do corpo humano – roda como extensão do pé, computador como extensão do sistema nervoso central – ou forma de organização social e interação – língua, estradas, moeda.”² (ALEXANDROVA, p. 4). A estrada é, portanto, um meio de comunicação porque é uma organização social que permite interação.

Enquanto o alfabeto fonético rompeu a barreira do tribalismo e inseriu na vida do homem a individualidade, a homogeneidade e a continuidade, a estrada aumentou a velocidade com que a comunicação se dava entre dois agentes e exponenciou as características do alfabeto fonético, criando os grandes impérios. “Parece bastante óbvio que os meios técnicos de aceleração acabem com a independência das aldeias e das cidades-estados.” (MCLUHAN, 1964, p. 111).

Desta mudança, surgiu uma nova forma de organização social: a estrutura centro-margem. Se antes os homens realizavam todas as suas ações dentro dos muros das cidades-estados, com a orientação centro-margem passaram a

² Tradução própria.

comunicar-se com sociedades até então estranhas e desconhecidas. A estrada é responsável, portanto, pelo início da comunicação entre os diferentes povos:

A alteração dos agrupamentos sociais e a formação de novas comunidades ocorre com a aceleração do movimento da informação, por meio das mensagens em papel e do transporte rodoviário. Esta aceleração significa mais controle a maiores distâncias. Historicamente, representou a formação do Império Romano e o desmantelamento das cidades-estado do mundo grego. (MCLUHAN, 1964, p. 109).

A perda do Egito pelo Império Romano e a conseqüente falta de suprimento de papiro, no entanto, culminam na decadência da estrada como *media*. Ela é excluída da estrutura social e se torna um elemento marginal, pouco ou nada utilizado nos séculos que sucedem à queda de Roma e correspondem ao período feudal da Idade Média.

Mas com o movimento da informação sob forma impressa, voltaram à ativa a roda e a estrada. “Na Inglaterra, a pressão da imprensa gerou as estradas pavimentadas do século XVIII, com as conseqüentes modificações industriais e populacionais.” (MCLUHAN, 1964, p. 121). Mas não foram apenas as estradas de terra e as estradas pavimentadas que voltaram a fazer parte das estruturas sociais.

Data deste mesmo período o surgimento das estradas de ferro, inovações tecnológicas que elevaram a graus antes inimagináveis as potencialidades da estrada enquanto *media*. A expansão da rede ferroviária e a melhoria dos serviços subvertem os padrões vigentes até então: a invenção do trem revoluciona a concepção de espaço e de tempo. Para o historiador Renato Ortiz “os homens deste meado do século intuem que certas noções, tradicionalmente enraizadas em suas mentes, tornam-se agora fluidas, fugidias. Dentro da nova ordem social o espaço é representado como algo que começa a se desagregar”. (ORTIZ, 1991, p. 222).

Vê-se que com a estrada de ferro nada liga os intervalos existentes de uma rota, a não ser a visão panorâmica do que se descortina lá fora, longe dos sentidos ainda afinados com um sistema técnico que mantinha contato estreito com a terra firme. O homem, acostumado a coordenar e dominar cada uma das etapas de seu descolamento, percebe-se inserido em um sistema sobre o qual não tem controle. O tempo não é mais o mesmo: ele passa mais rápido. O espaço não é mais o mesmo: as distâncias a serem percorridas são mais curtas.

A estrada de ferro também cria um novo centralismo político e novas proporções e formas urbanas: o centro consegue ramificar-se de maneira mais eficaz e alcançar até mesmo a margem mais distante; a cidade se divide entre a produção, o consumo e o domicílio. (MCLUHAN, 1964, p. 124). E essas mudanças refletem também no modo como as esferas urbanas e não-urbanas interagem:

O desenvolvimento das estradas aproximou a cidade do campo. Quando as pessoas começaram a falar em “dar um giro pelo campo”, a estrada já substituía o campo. Com as auto-estradas, a estrada se tornou um muro entre o homem e o campo. Veio então o período da auto-estrada como cidade, uma cidade esticando-se de maneira contínua pelo continente e dissolvendo as cidades existentes nesses conglomerados espichados que tanto aborrecem seus habitantes hoje. (MCLUHAN, 1964, 113).

A estrada é, portanto, o primeiro *media* a acelerar o transporte de informação entre os homens. Se o alfabeto fonético criou a possibilidade de uma comunicação uniforme e homogênea, a estrada viabilizou esta comunicação, criando as condições práticas para que as mensagens escritas pudessem circular entre as mais diferentes cidades e civilizações.

2.4 A PRENSA DE GUTENBERG, O LIVRO E O JORNAL

Na trilha do alfabeto fonético, surge a palavra impressa. Viabilizada por Gutenberg³, foi a primeira mecanização de um artesanato completo e tornou possível todas as mecanizações subseqüentes experimentadas pela indústria e pelos meios de comunicação. No início, era muito mais propagada para realizar o desejo das elites européias de lerem obras antigas e medievais do que pela necessidade de escrever livros novos. “Até 1700, mais de 50 por cento de todos os livros impressos eram clássicos ou medievais.” (MCLUHAN, 1964, p. 195).

Com o advento da imprensa, no entanto, a palavra impressa liga-se de maneira mais forte à novidade. Se com o livro ela estava presa a enredos e histórias do passado, com os jornais passa a retratar o cotidiano dos indivíduos, como aponta McLuhan:

³ Johannes Gensfleisch zur Laden Zum (no Brasil, João Gutenberg), engenheiro alemão que, no século XV, inventou a prensa tipográfica.

Sob condições de consciência jornalística tão rudimentares, a principal função de um jornal era a de corrigir rumores e informes pessoais. (...) Logo a imprensa começou a perceber que as notícias deviam não apenas ser registradas mas também captadas – e, até, em verdade, fabricadas. (MCLUHAN, 1964, p. 240).

Esta dupla aplicação da palavra impressa resulta em uma espécie de disputa entre o livro e o jornal, dois meios de comunicação que apesar de transmitirem o mesmo conteúdo (a palavra impressa) propagam mensagens completamente diferentes. Assim, o público letrado se divide entre o livro como forma privada e confessional que induz “ao ponto de vista” e o jornal como forma confessional de grupo que conduz à participação comunitária.

É desta dualidade que resultam as transformações sociais trazidas pelo livro e pelo jornal, as mensagens desses *media*. Ao oscilar entre o ponto de vista linear, homogêneo e particular embutido nas obras literárias e os mosaicos sociais construídos nas páginas dos jornais, os indivíduos retiram desses dois meios a essência da transformação trazida pela palavra escrita: a especialização. Seja em meio a um pensamento individual e uniforme ou imerso em dezenas de sub-tópicos distribuídos quase que aleatoriamente em uma página de papel amarelado, o homem se vê obrigado a especializar-se para absorver os conteúdos das novas mídias.

Se com a escrita fonética o indivíduo universalizou os sons em símbolos, nesta etapa surge um desafio justamente oposto: criar uma linguagem capaz de transmitir fielmente a realidade com a qual o sujeito se relaciona diretamente. Parte-se da universalização para a especialização e fragmentação da linguagem. Segundo McLuhan, isto ocorre porque “a imprensa exige a faculdade visual nua e isolada, não a sensorialidade unificada”. (MCLUHAN, 1964, p. 346)

Na esteira, aparecem fenômenos sociais como o nacionalismo, o industrialismo e os mercados de massa. O nacionalismo, uma manifestação paradoxal de um sujeito que se especializa na transmissão de conteúdos, representa o esforço social dos homens em unificar as populações por meio de agrupamentos vernáculos e lingüísticos. “A tribo, forma prolongada de família de parentesco consangüíneo, explode com a imprensa, sendo substituída por uma associação de homens homogeneamente treinados para serem indivíduos.” (MCLUHAN, 1964, 202).

E do sentimento nacionalista deriva um interesse em transpor às relações econômicas a homogeneização, uniformidade e linearidade propiciadas pela palavra impressa. Surgem daí as linhas de montagem e os mercados padronizados, características marcantes e bases do industrialismo e dos mercados de massa.

Fica evidente, dessa forma, que a prensa de Gutenberg e a conseqüente palavra impressa exponencializam os efeitos sociais do alfabeto fonético, levando-os à economia, esfera até então imune às evoluções dos meios de comunicação de massa. Da palavra impressa, do livro e do jornal surgem as bases para o que mais tarde viria a se constituir a sociedade Moderna: a homogeneização, a uniformidade, a linearidade, a perspectiva, a especialização, a fragmentação.

2.5 O TELÉGRAFO

Em meados do século XVIII, a sociedade sente a necessidade de transportar com maior rapidez e agilidade informações determinantes para o sucesso da produção industrial. A palavra impressa, intimamente ligada às estradas, já não consegue mais acompanhar o ritmo dos acontecimentos. Dependente de meios físicos como o papel e as ferrovias, ela estava sempre ao lado do mensageiro quando a necessidade pedia que estivesse à frente deste.

Para modificar este quadro, surge o telégrafo. Através de ondas sonoras e impulsos elétricos, este invento consegue enviar e receber conteúdos quase que instantaneamente, sem a necessidade do deslocamento espacial. Mensagens, informações e notícias passam a ser transmitidas a longas distâncias sem que fossem precisos meios físicos para suportá-las e sujeitos para transportá-las.

“Foi com o advento do telégrafo que a mensagem começou a viajar mais depressa do que o mensageiro”, observa McLuhan (1964, p. 108). As conseqüências desta mudança, como aponta o teórico canadense, são várias. Primeiramente, elimina-se o tempo e o espaço na apresentação das informações. Se antes um mensageiro precisava percorrer milhares de quilômetros durante dias para entregar uma informação ao receptor, com o telégrafo em questão de minutos um dado é pulverizado nas mais variadas direções.

Deriva desta característica pulverizadora do meio a alteração da estrutura centro-margem, tão comum à sociedade literatizada. Com o telégrafo, a informação deixa de estar concentrada em um único local: os grandes centros urbanos continuam gerando mais conteúdos, mas estes conseguem chegar às demais comunidades quase que simultaneamente à sua produção.

“Com o telégrafo, termina aquela separação de interesses e aquela divisão de faculdades (...). Com o telégrafo vieram a insistência e a totalidade integrais”, aponta McLuhan (1964, p. 284). Na trilha da insistência e da totalidade integrais, sem as barreiras do tempo e do espaço e livre da estrutura centro-margem de distribuição das informações, a sociedade inicia um processo de retribalização, que irá se fortalecer ainda mais com a invenção do rádio.

2.6 O RÁDIO

Se o telégrafo data de meados do século XVIII, o rádio surge no início do século XIX, e carrega consigo as características do telégrafo, potencializando-as de forma exponencial. Ele quebra em pedaços ainda menores as barreiras criadas pelo tempo e pelo espaço; reorganiza os processos comunicativos e substituiu os grandes centros da informação por pequenas células geradoras de dados capazes de representar as mais diferentes comunidades; e induz a humanidade à formação de uma única tribo.

As características do rádio que o fazem portador dessas transformações derivam do fato de ser o primeiro meio eletrônico a estender para fora do corpo humano a capacidade cerebral e nervosa do sujeito. Antes dele os meios de comunicação estendiam apenas partes do homem: a fala como extensão da boca, o alfabeto fonético como extensão do ouvido, a palavra escrita como extensão dos olhos e assim por diante.

É o rádio que atua pela primeira vez como um mediador de um contato em profundidade entre o homem, o ambiente e os demais agentes sociais. McLuhan observa que:

O rádio provoca uma aceleração da informação (...). Reduz o mundo a uma aldeia e cria o gosto insaciável da aldeia pelas fofocas, pelos rumores e pelas picuinhas pessoais. Mas ao mesmo tempo em que reduz o mundo a dimensões de aldeia, o rádio não efetua a homogeneização dos quarteirões da aldeia. Bem ao contrário. (MCLUHAN, 1964, p. 342).

A não homogeneização das diversas tribos que compõe a aldeia global é um ponto importante a ser analisado quando se fala do rádio. Há um perigo em apontar que este *media* retribaliza a sociedade sem explicar no que consiste, exatamente, esta retribalização. Ao propagar as mesmas mensagens originadas pelos centros e pelas margens para os centros e para as margens, e estender a capacidade cerebral e nervosa do sujeito, o rádio coloca todos os homens sob as mesmas informações. Simplificando: o rádio coloca todos os homens sob as mesmas experiências midiáticas, o que resulta numa descentralização do poder comunicacional e, conseqüentemente, político, social e cultural e na pluralização das tribos, os pequenos centros de referência dos sujeitos.

O rádio é, portanto, o primeiro meio eletrônico que restaura a sensibilidade tribal da humanidade. Depois de séculos pautado por atitudes homogêneas, lineares, fragmentadas e especializadas – cujas origens remontam à criação do alfabeto fonético e se arrastam até a criação da palavra impressa –, o homem se vê inserido em um ambiente eletrônico que representa seu sistema nervoso e o conecta com as sensações e percepções dos demais sujeitos com quem convive. Em poucas palavras, o rádio retribaliza a humanidade, inicia seu sistema nervoso nos processos de participação dos *media* e prepara os homens para o que viria a ser a maior mudança sensorial já vista pelo indivíduo: o advento da TV.

2.7 A TELEVISÃO

Como a grande maioria dos meios de comunicação, a televisão surgiu como um meio secundário, num momento histórico em que o rádio ocupava o *spot* refletor das atenções comerciais e intelectuais da sociedade. Em pouco tempo, no entanto, transformou-se na potência midiática com maior influência na experiência sensorial do ser humano. Isso porque, com suas características inovadoras, fez um verdadeiro arrastão nos paradigmas vigentes até então. Por mais avanços que o rádio possa ter

oferecido para o meio comunicativo, a TV trouxe consigo demandas e experiências cognitivas nunca vistas anteriormente.

Por ser um meio frio (termo melhor explicado posteriormente, no próximo capítulo), a TV cria um novo gosto por experiências em profundidade. Diferente do rádio, que traz um conteúdo completo e finalizado, pronto para ser absorvido pelo sistema nervoso do homem, a TV desperta no indivíduo a necessidade de transpor à tela suas impressões pessoais, de completar as lacunas do conteúdo que recebe. Ou seja, exige do sujeito uma participação contínua na formação da informação:

A TV é um meio frio, participante. Quando aquecida por dramatizações e aguilhoadas, seu desempenho decresce, porque passa a oferecer menos oportunidade à participação. O rádio é um meio quente. Quando intensificado, seu desempenho é melhor. Não convida seus usuários ao mesmo grau de participação. O rádio pode servir como cortina sonora ou como controle do nível de ruído (...). A TV não funciona como pano de fundo. Ela envolve. É preciso estar com ela. (MCLUHAN, 1964, p. 350).

Dessa necessidade deriva um novo comportamento do homem em relação aos demais meios de comunicação e em relação à própria sociedade. O sujeito não se interessa mais por experiências parciais e fragmentadas, como as proporcionadas pela linear e homogênea palavra impressa. Ele parte para uma incessante busca por experiências profundas e integrais, capazes de envolver seu sistema nervoso e cobri-lo de intensas provas cognitivas e sensórias.

Com a TV, termina de vez a *Era das experiências fragmentadas* e dos meios de comunicação cujas representações se restringem a apenas uma extensão do homem. Com a TV, inicia-se a *Era da experimentação integral*, que por sua vez é o ponta-pé inicial para a *Era da convergência dos media*.

3 AS TEORIAS POR TRÁS DA POLÊMICA: DESVENDANDO MCLUHAN

No capítulo anterior, resgatei a história social de alguns meios de comunicação, pinçando da obra de Marshall McLuhan os *media* cujas características modificaram de forma significativa a maneira como o homem se relaciona com o meio ambiente onde está inserido e com os demais agentes que dele fazem parte. Também levei em consideração o fato de que “os pontos de ruptura, que dificilmente podem ser datados com precisão, implicam a precipitação de elementos anteriores”. (ORTIZ, 2005, p. 13).

Sabe-se que qualquer *media* influencia a sociedade, mesmo que de maneira reduzida ou quase imperceptível aos olhos de seus contemporâneos. Com base nisso, reforço que escolhi meios cujas influências são mais profundas e cujas características mudaram arraigados paradigmas sociais. Digo isso porque, daqui em diante, irei expor e analisar os conceitos e as teorias formuladas por McLuhan, salientando que é preciso ter em mente as características dos meios de comunicação citados no capítulo anterior e as mudanças sociais que provocaram como premissa fundamental para a compreensão deste trabalho.

3.1 O MEIO É A MENSAGEM

A primeira teoria de McLuhan que irei expor e analisar é aquela que o tornou mundialmente conhecido. Em poucas palavras, pode ser resumida na máxima “O Meio é a Mensagem”. Formulada no início da década de 1960, esta teoria causou um verdadeiro furor no meio acadêmico porque deslocou o objeto de estudo do conteúdo para o *media* propriamente dito.

Antes de McLuhan, teóricos como os matemáticos Shannon e Waever⁴, o funcionalista Lazarsfeld⁵ e os frankfurtianos Horkheimer e Benjamin⁶ preocupavam-

⁴ Claude Shannon e Warren Weaver formularam as bases da Teoria Matemática da Comunicação Social, segundo a qual pesquisas quantitativas e dados matemáticos são formas viáveis de descobrir maneiras aplicáveis para evitar ruídos técnicos e semânticos nas mensagens transmitidas pelos meios de comunicação.

se com o conteúdo das mensagens transmitidas pelos meios de comunicação, praticamente ignorando a influência política, cultural e social das próprias estruturas dos meios. Assim, quando o canadense apontou no cenário acadêmico com um trabalho focado puramente nos *media*, houve um estranhamento.

McLuhan passou a defender com mais entusiasmo suas idéias, trazendo para dentro de sua obra fatos históricos, análises psicológicas e mesmo notícias capazes de validar sua proposição. E é justamente a partir desses pequenos recortes que irei expor e analisar a máxima “O Meio é a Mensagem”, seguindo o modo mcluhiano de formular teorias e conceitos.

Para começar a análise da teoria, acredito que seja importante observar o título do livro *O Meio são as Massa-gens*, onde McLuhan apresenta a síntese gráfica das idéias englobadas na máxima “O Meio é a Mensagem”. Em inglês, com as palavras *The medium is the mas-sage*, o título propõe um trocadilho que resume quatro pontos cruciais desta teoria, como conta Eric McLuhan⁷:

Na verdade, o título foi um erro. Quando o livro veio da gráfica, ele tinha a palavra “*Massage*” na capa, como ainda tem. O título era para ser lido *The Medium is the Message*, mas o editor cometeu um erro. Quando Marshall McLuhan viu a troca de palavras exclamou “Deixe isso quieto! É ótimo e acerta bem no ponto”. Agora há quatro possíveis interpretações para a última palavra do título, todas elas de acordo com o conteúdo da obra: “*Message*” e “*Mess Age*”, “*Massage*” e “*Mass Age*”.⁸ (MCLUHAN, p. 1).

Apoiada nas referências acima citadas, irei trabalhar a máxima “O Meio é a Mensagem”. Começarei com a primeira vertente: *The medium is the message*.

Para McLuhan, não são os conteúdos veiculados em um *media* que influenciam a sociedade, seja de maneira positiva ou negativa. Para ele, a verdadeira influência dos meios de comunicação advém da própria natureza dos

⁵ Paul Lazarsfeld, juntamente com os teóricos B. Berelson, Nathan Leites, Leo Lowenthal e H. Lasswell, faz parte de uma das mais influentes correntes de pesquisadores da sociologia da comunicação de orientação americana cujo objeto de estudo são as funções dos meios de comunicação. É um funcionalista cujos trabalhos mais célebres são *The People's Choice* (1944), *Radio Listening in América* (1948) e *Voting* (1954).

⁶ Max Horkheimer e Walter Benjamin fazem parte da Escola de Frankfurt, corrente teórica que estudou os conteúdos de diversos meios de comunicação como a imprensa e o rádio e realizou duras críticas à qualidade das mensagens produzidas, classificando as manifestações culturais modernas e pós-modernas como produtos de uma indústria cultural.

⁷ Eric McLuhan é filho de McLuhan, editor do jornal *McLuhan Studies* e diretor do *The McLuhan Program in Culture and Technology* da Universidade de Toronto.

⁸ Tradução própria.

meios “pois a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, rapidez ou modelo que introduz nos assuntos humanos”. (MCLUHAN, 1969, p. 19). Dito de outra forma, “as sociedades sempre foram moldadas, mais pela natureza dos meios que os homens usam para comunicar-se que pelo conteúdo da comunicação.” (MCLUHAN, 1969, p. 36).

Depois dessa afirmação, instantaneamente me pergunto: por quê? Segundo McLuhan, há várias razões. A primeira é o fato do conteúdo de um *media* sempre ser o meio que o precede. Ou seja, as inovações trazidas por um *media* não têm relação com o seu conteúdo porque este é formado por antigos pressupostos. O teórico canadense utiliza o exemplo da luz elétrica para validar seu argumento:

Neste passo, o exemplo da luz elétrica pode mostrar-se esclarecedor. A luz elétrica é informação pura. É algo assim como um meio sem mensagem, a menos que seja usada para explicitar algum anúncio verbal ou algum nome. Este fato, característico de todos os veículos, significa que o “conteúdo” de qualquer meio ou veículo é sempre um outro meio ou veículo. O conteúdo da escrita é a fala, assim como a palavra escrita é o conteúdo da imprensa e a palavra impressa é o conteúdo do telégrafo. (MCLUHAN, 1969).

A segunda razão consiste no fato do próprio meio de comunicação ser uma extensão do homem, da natureza dos *media* de estender membros e capacidades humanas. Todos os meios agem sobre os sujeitos de maneira total, o que obriga os indivíduos a reajustarem seus sentidos a cada nova interferência de um *media* (MCLUHAN, 1969, p. 54). É justamente no momento em que o sujeito trabalha pelo reequilíbrio de suas estruturas cognitivas que o meio exerce sua influência e transmite sua mensagem. “Os meios, ao alterar o meio ambiente, fazem germinar em nós percepções sensoriais de agudeza única. O prolongamento de qualquer de nossos sentidos altera nossa maneira de pensar e de agir – o modo de perceber o mundo.” (MCLUHAN, 1969, p. 69). Da alteração na maneira como o sujeito enxerga o ambiente onde está inserido advém a mudança no modo como ele age socialmente, o que natural e conseqüentemente modifica as estruturais sociais.

Isso porque, como aponta o teórico, a experiência de uma pessoa é sempre superior à sua compreensão, e é a experiência, mais do que a compreensão, que influencia o comportamento, especialmente nas questões coletivas que dizem respeito aos meios e à tecnologia. Assim, “O Meio é a Mensagem” porque os indivíduos não experimentam os conteúdos transmitidos pelos *media*, mas sim as estruturas técnicas, simbólicas e cognitivas por eles carregadas.

Ainda no que se refere à maneira como os meios influenciam os sujeitos, acredito que seja importante explorar algumas reações humanas diante deste processo. Segundo McLuhan, as pessoas, com exceção dos artistas, não conseguem perceber as modificações que um *media* proporciona até que este se torne obsoleto e seja substituído por outro, mais novo. Para ele, “quando uma nova tecnologia golpeia uma sociedade, a reação mais natural é agarrar-se ao período imediatamente precedente por sua imagem confortadora e familiar.” (MCLUHAN, 1971, p. 126).

Dessa forma, McLuhan caracteriza a relação entre os *media* e os homens como um processo de sofrimento, cujas manifestações são dores reflexas e dores fantasmas. Estas são dores causadas por algo que deixou de existir materialmente, mas que psicologicamente ainda se faz presente (como quando se perde uma perna em um acidente de carro, mas ainda consegue-se sentir coceira nas solas dos pés), enquanto aquelas são dores causadas por um órgão profundamente colocado, mas sentidas por partes superficiais.

À primeira vista, pensar na relação entre os homens e os *media* como algo doloroso parece inadmissível. Afinal, a todo momento o sujeito se relaciona com os meios de comunicação. No entanto, quando se analisa esta questão friamente, como o fez McLuhan, as observações passam a fazer sentido, principalmente quando se pensa na relutância que as pessoas manifestam ao se verem às voltas com novas tecnologias e novos *media*. Foi assim com a imprensa – “mal compreendida e mal aplicada, não era raro que o comprador de um livro impresso o levasse a um copista para copiá-lo e ilustrá-lo” (MCLUHAN, 1964, p. 198) –, com o rádio, com a televisão, com o computador.

Com a primeira vertente da máxima “O Meio é a Mensagem”, o arranjo *The medium is the message*, McLuhan deixa claro que o conteúdo do meio é irrelevante no processo de transformação social que as novas tecnologias empreendem e que o verdadeiro agente desse processo é a natureza do próprio *media*. Também reforça que, por uma limitação cognitiva e psicológica, os não-artistas são incapazes de compreender as modificações causadas pelos novos meios de comunicação, sentindo as chamadas dores reflexas e dores fantasmas.

Apesar de Eric McLuhan relacionar as vertentes aos pares *message* e *message* e *massage* e *massage*, acredito que por uma simples aproximação gráfica, farei diferente. Na minha percepção, a vertente *massage* dialoga diretamente com o que

acabo de expor. Isso porque, assim como “O Meio é a Mensagem”, a mensagem do meio se torna a mensagem que este produz nos sentidos do indivíduo. E é dessa mensagem que derivam os efeitos e as mudanças que os novos meios de comunicação implantam nos homens e nas sociedades.

Para finalizar a análise, apresentarei as duas vertentes restantes, *mess age* e *mass age*. Pouco exploradas nas obras de McLuhan, dizem respeito ao caráter caótico e massivo dos meios de comunicação. O autor, diferente dos frankfurtianos, não gasta seu tempo construindo críticas aos novos meios. Pelo contrário, crê nos benefícios das inovações por estes proporcionadas aos homens.

McLuhan não nega que a incompreensão da natureza dos *media* provoca um caos social potencializado pela magnífica extensão global que os meios alcançam. E mantém-se lúcido ao responsabilizar o homem, não os meios, pelas *mess age* e *mass age*. Ao evocar também estes dois aspectos na máxima “O Meio é a Mensagem” o autor constrói um panorama completo de sua teoria, cujo resumo versa mais ou menos assim: a despeito do conteúdo, a natureza dos meios de comunicação representa sua verdadeira mensagem e massageia os homens, que ao incompreender o caráter da influência social dos *media* acaba por contribuir para a instauração de uma era caótica e massiva.

3.2 MEIOS QUENTES E MEIOS FRIOS

Em um artigo publicado no site *McLuhan Global Research Network*⁹, o comunicador Larry Press admite que, para ele, a diferenciação entre os meios quentes e frios não é elucidativa o suficiente. “Eu devo estar perdendo alguma coisa aqui, porque a distinção era tão clara para McLuhan”, desabafa Press (1995, p. 17). Realmente, para compreender esta classificação de McLuhan é necessário abstrair-se de algumas observações feitas pelo autor ao longo de suas obras e manter-se focado apenas nos dois conceitos principais: *hot medium* e *cool medium*.

Como em nenhuma parte de seus livros McLuhan define claramente os conceitos acima citados, empresto do *Glossary of McLuhan Terms and Concepts* as

⁹ Instituto criado para apoiar pesquisas relacionadas ao trabalho de Marshall McLuhan.

definições dos conceitos de meios quentes e meios frios. Segundo ele, um meio quente é “aquele que inibe o envolvimento do usuário”¹⁰ (ALEXANDROVA, p. 3), enquanto um meio frio é “aquele que requer a participação do usuário”¹¹ (ALEXANDROVA, p. 2).

Seguindo esta lógica, irei expor algumas idéias do teórico canadense. A primeira é a relação entre os meios quentes e os meios frios. McLuhan acredita que “qualquer meio quente permite participação inferior ao meio frio, como uma conferência permite participação menor que o seminário e o livro menor que o diálogo.” (MCLUHAN, 1969, p. 22).

Para ele, os meios quentes dispõem de uma estrutura pouco aberta à participação do homem como um sujeito construtivo durante a formulação da mensagem, ou seja, acredita que as estruturas dos meios quentes funcionam por si mesmas e requerem poucos esforços do indivíduo para a absorção dos efeitos midiáticos. Em contrapartida, os meios frios exigem do sujeito uma participação ativa durante todo o processo de construção da mensagem: os efeitos da natureza dos *hot medium* enquanto mensagem só se fazem presentes quando há a participação ativa do indivíduo.

Para exemplificar essa observação, recorro a um trecho do livro *Understanding Media*, onde McLuhan expõe os resultados de um revelador estudo desenvolvido com universitários de Toronto, no Canadá:

A estudantes universitários agrupados ao acaso, foi fornecida uma mesma informação, ao mesmo tempo, referente à estrutura das línguas pré-letradas. Um grupo foi informado pelo rádio, outro pela TV, outro por uma conferência e um outro por escrito. Excetuando este último, todos os demais grupos receberam a informação através do mesmo locutor e das mesmas frases, sem perguntas, debates ou uso do quadro-negro. Em seguida, cada grupo teve meia hora para expor a questão, ao que se seguiu o preenchimento do mesmo questionário. Qual não foi a surpresa dos experimentadores ao verificarem a superioridade do grupo da TV e do rádio, em relação aos dois outros – com a singularidade de que o grupo da TV estava *bem* (grifo do autor) acima do grupo do rádio! Como nada havia sido feito para enfatizar este ou aquele meio, a experiência foi repetida com outros grupos organizados ao acaso. Mas desta vez, cada um dos meios podia lançar mão de todos os seus recursos próprios para expor a questão. No rádio, e na TV, o material foi dramatizado com muitos recursos auditivos e visuais. O conferencista utilizou ao máximo o quadro-negro e as discussões em classe. A forma impressa foi adornada com o emprego imaginativo da fotografia e do *layout* da página, de modo a acentuar todos

¹⁰ Tradução própria.

¹¹ Tradução própria.

os pontos importantes na leitura. Como a experiência já fora feita uma vez, os meios foram intensificados a um alto grau. Ainda desta vez, a televisão e o rádio apresentaram resultados bem superiores em relação à conferência e à leitura, Mas, para nova surpresa dos pesquisadores, desta vez o rádio superou bastante a televisão. Passou-se algum tempo até que o óbvio se manifestasse: a TV é um meio frio, participante. Quando aquecida por dramatizações e aguilhoadas, seu desempenho decresce, porque passa a oferecer menos oportunidades à participação. O rádio é um meio quente. Quando intensificado, seu desempenho é melhor. Não convida seus usuários ao mesmo grau de participação. O rádio pode servir como cortina sonora ou como controle do nível de ruído: é assim que o adolescente o utiliza para desfrutar de uma certa intimidade. A TV não funciona como pano de fundo. Ela envolve. É preciso estar com ela. (MCLUHAN, 1964, p. 350).

Das formulações sobre meios quentes e meios frios, é importante ter em mente que “a forma quente exclui, a fria inclui”. (MCLUHAN, 1969, p. 22). Isto porque esta classificação demonstra de que forma cada um dos meios atua na transmissão de sua mensagem, ou seja, na impressão de sua natureza nas estruturas políticas, culturais e sociais das comunidades onde estão inseridos. Assim, mais do que uma mera dicotomia entre os vários meios que estudou, McLuhan pretendeu, com esta classificação, criar um mecanismo que tornasse mais fácil a análise das mensagens dos meios, a análise de suas naturezas.

3.3 ALDEIA GLOBAL

A última teoria de McLuhan que exponho e analiso é a Aldeia Global. Apresentada pela primeira vez no livro *The Gutenberg Galaxy* (A Galáxia de Gutenberg), engloba as duas teorias acima explanadas – a máxima “O Meio é a Mensagem” e os conceitos *hot medium* e *cool medium* – e por essa razão ficou para o final deste capítulo.

Antes de iniciar a análise propriamente dita, acredito que seja válido explorar três conceitos que definem as etapas pelas quais os homens passaram antes de finalmente construir a Aldeia Global: *tribal structure*, *dtribalization* e *retribalization*. Isso porque, como o próprio McLuhan aponta em suas obras, o estágio da Aldeia Global é resultado de diversas evoluções na natureza dos meios, o que evoca um aspecto histórico importante para a compreensão da teoria.

O primeiro estágio é representado pelo conceito *tribal structure*, segundo o qual “a interação social é caracterizada pelo intenso mútuo-envolvimento dos membros da comunidade, oposta à identidade privada e individual característica da cultura literária mergulhada na tecnologia mecânica.”¹² (ALEXANDROVA, p. 6). Correspondem a esta etapa comunidades de tradição oral, como algumas tribos africanas que ainda utilizam a fala como principal meio de comunicação. (MCLUHAN, 1964).

O segundo é representado pelo conceito *dtribalization*: “este é o colapso da estrutura tribal, consequência da introdução da cultura literária e das tecnologias mecânicas nas sociedades e culturas.”¹³ (ALEXANDROVA, p. 2). Como fica evidente na própria definição, diz respeito ao surgimento e implantação da prensa de Gutenberg, quando o homem introduz a palavra escrita impressa como principal meio de comunicação, transformando a linearidade, a uniformidade, a homogeneidade, a individualidade e a fragmentação em aspectos comportamentais vigentes.

O terceiro e último estágio corresponde ao conceito *retribalization*, que representa “o resgate das estruturas e padrões tribais em uma sociedade sob a influência dominante da tecnologia mecânica e, simultaneamente, sob a nova influência da energia elétrica”¹⁴ (ALEXANDROVA, p. 5) e caracteriza o cenário onde McLuhan enxerga a Aldeia Global, teoria que irei trabalhar daqui em diante.

Como se pode observar nos conceitos trazidos para explicitar as etapas que antecederam e caracterizam a formação da Aldeia Global, esta teoria tem como problemática central a maneira como o homem se relaciona com seus pares. A preocupação de McLuhan quando aborda esta questão é descobrir se o indivíduo mantém-se conectado aos demais; de que forma faz isso; e qual a influência desta relação para a construção dos aspectos políticos, culturais e sociais das comunidades onde está inserido.

À primeira questão, McLuhan responde afirmativamente quando aponta a Era Elétrica como responsável pela formação da Aldeia Global e pela reaproximação dos homens enquanto indivíduos que trocam experiências e comunicam-se sobre os acontecimentos que os atingem enquanto seres que

¹² Tradução própria.

¹³ Tradução própria.

¹⁴ Tradução própria.

compartilham uma mesma sociedade. Segundo ele, após a inserção da prensa de Gutenberg e a conseqüente individualização dos processos educativos e comunicativos, os meios eletrônicos recolocam os homens em contato uns com os outros, como numa grande aldeia global:

O alfabeto (e a sua extensão na tipografia) tornou possível a difusão da energia que é o conhecimento e rompeu os elos do homem tribal, fazendo-o explodir em aglomerações de indivíduos. Agora, a escrita elétrica e a velocidade despejam sobre ele, instantânea e continuamente, os problemas de todos os outros homens. Ele se torna tribal novamente. A família humana volta a ser uma tribo. (MCLUHAN, 1964, p. 196).

Mas, diferentemente das tribos pré-letradas, a tribo elétrica envolve todos os homens em um único contexto. E é justamente neste ponto que reside a resposta para o questionamento de McLuhan sobre a forma como os homens passam a se relacionar na Aldeia Global. Para o teórico, “ação e reação ocorrem quase ao mesmo tempo”, o que faz com que “na era da eletricidade, quando nosso sistema nervoso central estendeu-se tecnologicamente, envolvendo-nos com toda a humanidade, incorporando-a em nós, participamos necessariamente, em profundidade, das conseqüências de cada um de nossos atos.” (MCLUHAN, 1969, p. 17).

Quando os meios eletrônicos colocam todos os homens em contato uns com os outros, e fazem isso de maneira que suas ações e reações sejam quase que imediatas, a influência social dessa relação só pode ser a formação da Aldeia Global. Assim, a Aldeia Global é o espaço onde os homens estão interligados de forma integral, por meio de meios de comunicação que propagam seus impulsos nervosos e trazem respostas quase que instantaneamente. Mais que isso, a Aldeia Global também é um modo de vida no qual os *media* eletrônicos despertam nos sujeitos uma empatia com seus pares, seja por tornar conhecidos os problemas das mais remotas comunidades ou por implantar uma nova forma de comunicação, pautada em impulsos elétricos imediatos capazes de levar mensagens individuais que representam ao mesmo tempo um e todos os homens.

4 OS NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO: A ERA DO COMPUTADOR

Depois de construir uma linha histórica que abrange desde o alfabeto fonético até a televisão, e com base nestes fatos históricos analisar três teorias essenciais para a compreensão do trabalho de McLuhan – a máxima “O Meio é a Mensagem”, os conceitos *hot medium* e *cool medium* e o conceito Aldeia Global –, é hora de aplicar o paradigma mcluhiano na análise dos novos meios de comunicação. Farei isso também de uma forma cronológica, ou seja, irei expor e analisar os novos meios de comunicação de acordo com a ordem em que foram inseridos massivamente na sociedade.

4.1 A ERA ELETRÔNICA

Antes de iniciar este trabalho, acredito que seja importante entender o contexto em que esses novos *media* surgiram: a Era Eletrônica. Isso porque, como o próprio McLuhan aponta, é com base nos ambientes e preceitos introduzidos por meios como o telégrafo, o rádio e a televisão que os homens são impulsionados a criar novas mídias capazes de aprofundar ainda mais o modo de vida eletrônico.

Por modo de vida eletrônico, entende-se uma vida que rompe com os paradigmas mecânicos e abre espaço para as novidades velozmente trazidas pelos impulsos elétricos dos *media*. Nesse sentido, o importante é:

Compreender que os sistemas de informação elétrica são ambientes vivos no sentido orgânico completo. Eles alteram nossos sentimentos e nossas sensibilidades, especialmente quando não atendidos. (...) Uma vez que os novos ambientes de informação são extensões diretas de nosso próprio sistema nervoso, eles possuem uma relação muito mais profunda com nossa condição humana que o antigo ambiente “natural”. (MCLUHAN, 1971, p. 37).

Com essa observação, McLuhan coloca em pauta uma questão central para a compreensão da Era Eletrônica: a criação de um ambiente que estende o sistema nervoso do homem e, por consequência, cria um modo de vida que o emerge profunda e completamente nas questões do mundo e dos demais sujeitos. Evidencia

também o papel da informação na construção do sistema elétrico: uma vez que embute o termo informação no próprio nome do sistema, deixa claro que o papel dos sistemas elétricos é transportar informações, conhecimento.

Dessa forma, diferente dos meios de comunicação mecânicos, os *media* contemporâneos à Era Elétrica – e dela também fundadores e mantenedores – não criam e comercializam mercadorias materiais. Em vez de criarem livros, jornais e revistas, os meios elétricos criam mensagens telegráficas, *spots* de rádio e *talk shows*, e mostram que “à medida que a automação avança, vai ficando claro que a informação é o bem de consumo mais importante e que os produtos ‘sólidos’ são meramente incidentais no movimento informacional.” (MCLUHAN, 1964, p. 234).

Do fato dos meios de comunicação eletrônicos transportarem informação pura deriva outra característica da Era Eletrônica: a velocidade com que as mensagens dos *media* alcançam seus públicos. Velocidade esta que cria, por sua vez, o todo integral da consciência particular e pública no qual o homem está emerso. Como já coloquei, “vivemos hoje na Era da Informação e Comunicação, porque os meios elétricos criam, instantaneamente e constantemente, um campo total de eventos interagentes do qual todos os homens participam.” (MCLUHAN, 1964, p. 278).

Assim, pode-se afirmar que a Era Eletrônica se caracteriza pela profundidade, intensidade e velocidade com que envolve os homens uns nos outros. Do rompimento com os paradigmas mecânicos surge o transporte puro de informações completas e fluídas, e a conseqüente formação de um homem interligado aos demais de maneira intensa, visto que compartilha com toda a humanidade uma extensão de seu “sistema nervoso”.

4.2 OS NOVOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Inseridos no ambiente acima descrito surgem os novos meios de comunicação. Defino como novos *media* os meios de comunicação que surgiram após a televisão, sempre apoiados em tecnologias da computação. Esta definição, no entanto, não se baseia apenas em uma linha cronológica dividida pelos recursos empregados para a criação e produção dos meios. Mais do que isso, baseia-se

também nas influências sociais que os meios imprimem nas comunidades onde atuam. E, por este critério, o que caracteriza os novos *media* é a maneira como reúnem em si características midiáticas antes apresentadas de forma isolada, acelerando os processos comunicacionais ao mesmo tempo em que os torna mais plenos e complexos.

O princípio das mídias que se seguiram à televisão, como já disse, são as tecnologias da computação. Por essa razão, há uma característica que todas elas compartilham: a expansão do sistema nervoso do homem. Se o telégrafo, o rádio e a TV levam o sistema nervoso do sujeito para fora de seu corpo, são as novas mídias que o expandem.

Como aponta McLuhan, “muitas pessoas já indicaram que a revolução do computador é maior que a da roda em seu poder de remodelar a visão humana e sua organização. Enquanto a roda é uma extensão do pé, o computador dá-nos o mundo onde a mão do homem jamais pôs o pé.” (MCLUHAN, 1971, p. 53). Trocadilhos à parte, o autor canadense traz à tona uma questão importante para a compreensão das características das novas mídias: evidencia a ampliação do modo de vida elétrico a dimensões até então inimagináveis aos homens contemporâneos à televisão.

É justamente por estender a atuação do homem a limites cada vez maiores que os novos meios de comunicação potencializam as características da segunda fase da Era Eletrônica – a fase digital, uma seqüência da analógica (BERMEJO, p. 4). À fase digital da Era Eletrônica correspondem, portanto, os novos meios de comunicação.

Mas quais são os novos meios da comunicação? Para Larry Press, são aqueles que lançam mão da *net* para transportar informação¹⁵. Seguindo essa classificação, irei restringir a análise dos novos meios de comunicação à Internet, visto que somente este *media* conseguiu impactar de maneira significativa o cotidiano dos homens elétricos após a televisão e tornarem-se efetivamente meios de comunicação de massa.

4.3 A INTERNET

¹⁵ Instituto criado para apoiar pesquisas relacionadas ao trabalho de Marshall McLuhan.

Para falar sobre a Internet, antes é necessário compreender o elemento que a torna um meio de comunicação social: a interface. “Em seu sentido mais simples, a palavra se refere a softwares que dão forma à interação entre usuário e computador. A interface atua como uma espécie de tradutor, mediando entre as duas partes, tornando uma sensível para a outra.” (JOHNSON, 2001, p. 17).

É a interface, portanto, que decifra os zeros e uns programados nos *hardwares* e *softwares* dos computadores, transformando-os em imagens inteligíveis aos usuários desse *media*. Imagens essas que, como afirma Johnson, são a base do enorme poder do computador digital e, conseqüentemente, da Internet:

Um computador (...) é um sistema simbólico sob todos os aspectos. Aqueles pulsos de eletricidade são símbolos que representam zeros e uns, que por sua vez representam simples conjuntos de instrução matemática, que por sua vez representam palavras ou imagens, planilhas e mensagens de e-mail. O enorme poder do computador digital contemporâneo depende dessa capacidade de auto-representação. (JOHNSON, 2001, p. 18).

Ao analisar as relações acima expostas, pode-se afirmar que da mesma forma como a Internet é o meio de comunicação inserido dentro do computador, a interface é o meio dentro da Internet.

Um meio que teve seu início no final da década de 1960, quando o engenheiro Doug Engelbart delineou o mapeamento de bits, componente-chave do espaço-informação, segundo o qual “os dados, pela primeira vez, teriam uma localização física – ou melhor, uma localização física e uma localização virtual: os elétrons em vaivém pelo processador e sua imagem espelhada na tela.” (JOHNSON, 2001, p. 21). A interface nasceu com a manipulação direta dos dados até então escondidos por trás de comandos indiretos levados ao sistema por meio de *tags*.

Todas as evoluções que a interface experimentou nos anos seguintes estão, de alguma forma, relacionadas ao mapeamento de bits. Da mesma forma como o alfabeto fonético influenciou (e ainda influencia) toda a história da escrita e da prensa de Gutenberg, o modelo lançado por Engelbart se faz presente em todos os projetos que ajudaram a formular o que hoje conhecemos como interface.

Prova disso são os dois modelos criados pelos engenheiros Steven Jobs e Bill Gates para o computador *Macintosh* e para o sistema *Windows*, respectivamente. O primeiro mapeou bits e transformou-os, por meio de uma metáfora inventiva, em elementos que até hoje permeiam as telas de nossos

computadores: menus, ícones, pastas, lixeiras (JOHNSON, 2001, p. 41). O segundo, por sua vez, transformou zeros e uns em janelas sobrepostas que viriam a contribuir para a hegemonia da *Microsoft* no mundo digital.

Assim, pode-se afirmar que a interface faz mais do que permitir o acesso a editores de texto e jogos em terceira dimensão: ela viabiliza a comunicação por meio do computador. E como a Internet é o meio de comunicação dentro do computador, é através da interface que o homem utiliza os computadores como meios de comunicação. Por mais óbvia que essa afirmação possa soar, é muito importante observá-la porque ela revela de que maneira os homens constroem os processos comunicacionais no mundo dos bits. Como Johnson observa:

Nosso único acesso a esse universo paralelo de zeros e uns se dá através do conduto da interface do computador, o que significa que a região mais dinâmica e inovadora do mundo contemporâneo só se revela para nós através dos intermediários anônimos do design de interface. (...) Os vitorianos tinham escritores como Dickens para facilitar seu trânsito em meio às revoluções tecnológicas da era industrial, escritores que traçavam mapas romanescos do território novo e ameaçador e das relações sociais que ele produzia. Nossos guias para as cidades virtuais do século XX vão prestar um serviço comparável, só que desta vez a interface – não o romance – será seu meio. (JOHNSON, 2001, p. 21).

Fica evidente que a interface viabiliza a comunicação dos homens na Internet, já que é ela quem transforma o mundo virtual dos zeros, uns e bits em estruturas palpáveis à compreensão humana. E da mesma forma que a definição das ondas sonoras influencia a compreensão das mensagens radiofônicas, derivam da relação entre a interface e a Internet todas as questões cognitivas e simbólicas que envolvem o uso da Internet como *media*.

Para compreender as características da Internet como meio de comunicação, é importante ter em mente que ela fala através de uma voz emprestada. Enquanto a televisão fala por si mesma, mostra-se imediatamente em sua tela chamuscada, a Internet precisa de uma estrutura entre o meio e a mensagem (a interface) capaz de traduzir para uma linguagem humanamente compreensível as mensagens do meio.

Dessa forma, mais do que analisar a Internet simplesmente como uma estrutura oriunda de sistemas programados por engenheiros da computação, é preciso vê-la como um meio que fala através de outro meio – a interface – e que,

justamente por essa razão, cria uma a linguagem muito própria, imagética: a linguagem do mundo virtual.

A Internet, como já apontei anteriormente, é um novo meio de comunicação porque reúne em si características midiáticas antes isoladas em diversos *media*. Isso porque dispõe de uma estrutura entre o meio e a mensagem – a interface – capaz de coordenar e relacionar tais características de forma humanamente inteligível. Como aponta Larry Press em uma releitura da obra de McLuhan, “eu acredito que McLuhan não teria visto a Internet como um meio de comunicação, mas como uma justaposição de vários meios.”¹⁶ (PRESS, p. 1).

É notável que a Internet justapõe os recursos lingüísticos e comunicacionais de diversos *media* – ela reúne texto, voz, imagem, animação, vídeo, simulador executável, etc. Essa afirmação faz ainda mais sentido quando se olha para os sites que hoje povoam a *net*.

O portal de informação Folha Online (www.folha.uol.com.br), versão virtual do jornal Folha de São Paulo, é um exemplo disso. Basicamente construído a partir de *hard news*, como a grande maioria dos sites noticiosos, este portal utiliza todos os recursos acima citados para dar vida a cada nova informação que leva ao conhecimento do público. Como este portal, a grande maioria dos sites que povoa a *net* justapõe as linguagens e os recursos dos meios de comunicação que antecederam a Internet para atrair a atenção do público e transmitir dados e informações.

A justaposição que marca a Internet é um elemento inerente ao meio. Da mesma forma que um homem utiliza todos os seus sentidos para tentar localizar-se em meio a uma floresta desconhecida, a Internet lança mão de todos os recursos comunicacionais a que tem acesso para transmitir seus conteúdos. E dessa característica deriva outra, talvez ainda mais intensa: a descentralização.

A Internet, ao contrário dos outros meios de comunicação, não delega papéis definidos aos agentes que através dela se comunicam. Emissores e receptores se alteram entre os dois pólos do processo comunicacional, atuando hoje como criadores da informação e amanhã como expectadores.

A descentralização, que fique claro, não ocorre apenas ao nível individual. Empresas e nações também oscilam entre as os dois pólos, visto que ao mesmo

¹⁶ Tradução própria.

tempo em que divulgam notas oficiais em seus canais de comunicação estão sujeitas a incontáveis manifestações midiáticas formuladas por pessoas comuns, seja através de um comentário num blog ou mesmo num vídeo no *You Tube*.

Da justaposição das mídias e da descentralização dos papéis no processo comunicacional surge uma terceira característica da Internet: a reestruturação das escalas de tempo e espaço. Como aponta McLuhan, “os meios elétricos (...) antes abolem do que aumentam a dimensão espacial. Graças à eletricidade, em toda parte retomamos os contatos pessoa a pessoa como se atuássemos na escala da menor das aldeias.” (MCLUHAN, 1964, p. 287). A Internet, o mais avançado dos meios elétricos, leva essa afirmação às últimas conseqüências. Sem depender de deslocamentos físicos, com a Internet os sujeitos conseguem se comunicar com seus pares em tempo real, sem precisar sair de casa. “Agora formamos comunidades de interesses comuns, não localizações comuns”¹⁷, coloca Press.

Neste ponto, surge a pergunta: dadas essas características estruturais, qual é a mensagem da Internet? Para responder a questão, resgato novamente a máxima mcluhiana segundo a qual “O Meio é a Mensagem”. Como já vimos anteriormente, a mensagem de um *media* é determinada por suas características estruturais e pelas conseqüentes implicações sociais, políticas e culturais que delas derivam.

No caso da Internet, a mensagem é justamente a integração dos diversos *media* até então existentes em processos comunicacionais descentralizados e imediatos. A Internet imprime nas sociedades onde atua uma maneira multiangular de ver o mundo, ou seja, uma forma de ver a vida através de diversos recursos comunicacionais e lingüísticos, e através também das percepções dos mais variados agentes sociais, políticos e culturais. “A Internet (...) reúne muitos meios e oferece oportunidade para pessoas de diferentes mundos se encontrarem, encontrarem os trabalhos umas das outras e comunicarem-se quando isso acontece”¹⁸, resume Press.

Acredito que ela oferece também uma chance para a sociedade pensar de maneira integral, já que reúne em si os demais meios de comunicação e uma gama muito maior de agentes sociais. Pode-se esperar da Internet uma era de *cross-*

¹⁷ Tradução própria.

¹⁸ Tradução própria.

reference, na qual os agentes e os meios de comunicação irão atuar em conjunto para a formulação de conteúdos cada vez mais abrangentes e representativos.

A Internet, ao contrário de ser uma mídia que exclui os *media* já existentes, será alavanca a potencialização das mensagens de cada um dos meios de comunicação antecessores. Ela reúne todos os aparatos comunicacionais em si, despertando nos homens um olhar novo sobre as potencialidades de cada um deles.

5 CONCLUSÃO

Da mesma forma como iniciei esse trabalho, irei terminá-lo: emprestando do teórico Steven Johnson (2001) um pensamento. Para ele, “a explosão de tipos de meios de comunicação no século XX nos permite, pela primeira vez, apreender a relação entre a forma e o conteúdo, entre o meio e a mensagem. (...) Não se pode avaliar a influência de uma mídia quando não se tem com que compará-la.” (JOHNSON, 2001, p. 9). Foi justamente essa comparação entre os meios de comunicação presentes na obra de McLuhan que permitiu a construção de uma linha cronológica que remonta a história dos *media* desde o advento do alfabeto fonético até a Internet.

Ao longo desse processo, fica evidente que os meios de comunicação alteram a sociedade muito mais pela maneira como transmitem os conteúdos do que pelos conteúdos propriamente ditos. É o pensamento que McLuhan concentra na máxima “O Meio é a Mensagem”. Ficam evidentes também as diferentes reações que os meios de comunicação despertam nos homens ao transmitirem suas mensagens. No capítulo dois, onde analiso os conceitos *hot medium* e *cool medium*, percebe-se que cada um dos meios de comunicação abordados neste trabalho exige dos sujeitos reações sensórias e comportamentos bastante particulares, diferenciados.

Da análise dos meios de comunicação que antecederam a Internet, dos conceitos propagados por McLuhan e da forma como ele os aprofunda em suas obras, surgem os subsídios para o estudo da Internet. De forma breve, abordei três características desse *media* que considero essenciais para o esclarecimento de sua função social: a justaposição de meios, a descentralização das emissões e a reformulação das escalas tempo e espaço.

Dessas três características retiro os argumentos que me permitem afirmar que a Internet reorganiza todo o universo comunicacional dos homens, ao passo que inclui todos os meios de comunicação em seu próprio universo e embute novos valores aos próprios meios quando estes atuam de forma isolada. O mais importante, no entanto, é entender de que forma estes conhecimentos sobre os meios de comunicação ajudam os homens a compreender melhor a sociedade onde vivem, e mesmo as sociedades das quais não fazem parte.

A pergunta que fica é: de que maneira os meios de comunicação, e em especial a Internet, irão contribuir para a construção de uma comunicação mais eficiente, mais humana? Para responder esta pergunta, que permeia todos este trabalho, citarei Dominique Wolton. Aparentemente muito distante das análises de McLuhan, teórico que se pauta nos aspectos tecnológicos dos meios de comunicação, Wolton compartilha com a visão mcluhiana uma preocupação com outros dois aspectos referentes aos *media*: as dimensões culturais e sociais. E é justamente nestas duas dimensões que reside a resposta para a construção de processos comunicacionais mais humanizados.

Como Wolton aponta, “em uma sociedade onde a informação e a comunicação são onipresentes, o desafio não diz respeito à aproximação dos indivíduos e das coletividades, mas, ao contrário, à administração de suas diferenças; não à celebração de suas semelhanças, mas àquela muito mais complexa, à de suas alteridades.” (WOLTON, 2003, p. 9). Para vencer este desafio, é essencial estar atento às dimensões culturais e sociais dos meios de comunicação, apenas reveladas quando estamos cientes das verdadeiras mensagens que imprimem nos homens e na sociedade.

Dessa forma, concluo que a grande importância do trabalho de McLuhan, e do paradigma comunicacional que ele deixou como legado, é abrir os olhos dos homens para a verdadeira mensagem social e cultural que cada um dos meios traz à sociedade, sem deixar-se enganar pelos conteúdos dos *media*.

REFERÊNCIAS

ALEXANDROVA, Lyanne. *Glossary of McLuhan Terms and Concepts*. Disponível em: <http://www.utoronto.ca/mcluhan/images/Fellows/lynneresource_mcluhanglossary.pdf>. Acesso em: 10/10/2008.

BERMEJO, Álvaro. *Communication in Evolution: Social and Technological Transformation*. Disponível em: <http://www.mcluhan.utoronto.ca/article_communicationevolution.htm>. Acesso em: 10/10/2008.

DOHERTY, Michael E. *Marshall McLuhan Meets William Gibson in "Cyberspace"*. Disponível em: <<http://www.ibiblio.org/cmcmag/1995/sep/doherty.html>>. Acesso em: 10/10/2008.

JOHNSON, Steven. *Cultura da Interface – Como o Computador Transforma Nossa Maneira de Criar e Comunicar*. Rio de Janeiro: Zahar, 2001.

LE MOS, André. *Cibercultura, tecnologia e vida social na cultura contemporânea*. Porto Alegre: Sulina, 2002.

LIMA, Luis Costa. *Teoria da Cultura de Massa*. São Paulo: Paz e Terra, 2005.

MCLUHAN, Marshall. *Guerra e Paz na Aldeia Global*. Rio de Janeiro: Record, 1971.

_____. *O Meio são as Massa-gens*. Rio de Janeiro: Record, 1969.

_____. *Os Meios de Comunicação Como Extensões do Homem*. São Paulo: Cultrix, 1964.

ORTIZ, Renato. *Cultura e Modernidade*. São Paulo: Brasiliense, 1991.

PRESS, Larry. *McLuhan Meets the Net*. Disponível em: <<http://som.csudh.edu/cis/lpress/articles/macl.htm>>. Acesso em: 10/10/2008.

WOLTON, Dominique. *Internet, e depois? Uma teoria crítica das novas mídias*. Porto Alegre: Sulina, 2003.