

McLuhan entre conceitos e aforismos

Adriana Braga

Introdução

Em *McLuhan Misunderstood: setting the record straight*, Robert Logan (2011) aproveita o ensejo do centenário do nascimento do famoso comunicólogo canadense para fazer uma série de esclarecimentos acerca dos muitos pontos controversos desta multifacetada obra. Apontado por alguns como o “oráculo da era elétrica”, McLuhan foi também detratado por muitos como “determinista tecnológico,” tendo mesmo tido sua seriedade acadêmica questionada. Afinal, sua atitude provocativa, expressa em frases como “Eu não necessariamente concordo com tudo o que digo”, e “você acha que minha falácia está completamente errada?”, McLuhan construiu uma trajetória ímpar no contexto das ciências sociais e humanas entre os anos 1960 e 1970. Seus “*oneliners*”, aforismos curtos e mordazes, trouxeram *insights* desconcertantes e formulações complexas sobre temas então incipientes, mas que se tornariam centrais na agenda de pesquisa em comunicação 40 anos mais tarde. Assim, considero importante levar em consideração a obra deste pensador irreverente e original, cujas ideias continuam a influenciar teoricamente uma sociedade que constantemente se redefine por meio de suas tecnologias de comunicação.

Recentemente, a obra de McLuhan tem sido objeto de releituras. Quando foi escrita, em meados dos anos 1960, a televisão era em preto e branco, o mundo estava dividido pela Guerra Fria e a ideia do mundo do futuro como uma “aldeia global”, onde cada pessoa poderia estar interligada a cada outra por meios de comunicação parecia utópica demais, otimista demais para um planeta que parecia sempre às vésperas da guerra atômica. Com o mundo digital contemporâneo, as outrora

estranhas ideias de McLuhan sobre o futuro da comunicação ganharam o *status* de “profecias”, e sua obra passou novamente a ser lida e valorizada.¹ O objetivo deste artigo é discutir alguns elementos da teoria McLuhaniana sobre as consequências sociais da introdução de uma nova tecnologia de comunicação, aplicando-a ao estudo da interação social em ambientes digitais.

Compreendendo McLuhan

Herbert Marshall McLuhan (1911-1980), acadêmico canadense, foi um dos autores fundadores dos modernos estudos da mídia. McLuhan se tornou uma figura de destaque na cultura *pop* nos anos 1960 com a publicação de seu livro *Understanding Media: the extensions of men*, em 1964, lançado no Brasil em 1967 com o título *Os Meios de Comunicação como extensões do homem*, com tradução de Décio Pignatari, edição que se encontra em catálogo até hoje. A expressão “aldeia global” foi descrita em 1959, e aparece em seu livro *A Galáxia de Gutenberg*, de 1962, no qual McLuhan estuda os efeitos psicológicos e cognitivos da imprensa sobre os membros da sociedade.

O que McLuhan entende por meio pode ser definido como tecnologia. Cada ferramenta ou técnica permite que o corpo humano estenda suas capacidades. Um martelo estende o poder da mão, a roda estende a habilidade do pé, etc. Um meio de comunicação seria mais uma dessas extensões técnicas. Cada uma das tecnologias produz um *bias* sobre o mundo da vida, sobre a organização das sociedades, propondo uma ideologia, uma visão de mundo específica. Assim, a invenção da escrita teria permitido a criação dos impérios, como a máquina a vapor possibilitou a expansão capitalista, como a eletricidade possibilita a aldeia global.

Em suas teorizações, sustentou que cada meio diferente é uma extensão dos sentidos, que afeta o indivíduo e a sociedade de maneiras distintas; além de classificar alguns meios de “quentes” – mídias que engajam os sentidos da pessoa em alta-intensidade, de modo exclusivo, como a tipografia, rádio e filme – e outros de “frios” – mídias de resolução ou intensidade mais baixas, que requer mais interação do/a espectador/a, como o telefone e a televisão. Enquanto muitos de seus enunciados e teorias foram considerados impenetráveis e mesmo absurdos, a mensagem central de McLuhan, que para entender o mundo de hoje, é indispensável estudar os processos da mídia, permanece mais verdadeiro na era eletrônica.

Entre conceitos e aforismos

O meio é a mensagem

O aforismo mais famoso de McLuhan, o aparente paradoxo de que “o meio é a mensagem”, é um bom ponto de partida para compreender o universo digital (a

maior parte da obra de McLuhan é anterior às primeiras experiências com computadores em rede). Esta frase curta é falsamente simples, e carrega vários sentidos. O primeiro é a noção de que, independente do conteúdo ou “mensagem” explícita, um meio tem seus efeitos peculiares na percepção das pessoas constituindo-se em uma “mensagem” em si mesmo. Por exemplo, existe algo de revolucionário no telefone, algo que transforma radicalmente a relação dos seres humanos com o tempo e com o espaço. Tal dimensão, a “mensagem do meio” – aquilo que o telefone *faz* com a comunicação humana – não se encontra no “conteúdo” ou na “mensagem” de nenhum telefonema particular. Neste sentido, McLuhan chamava de “sonambulismo de nossos dias” a obsessão crítica com os “conteúdos” das mídias e o esquecimento sobre o *bias* colocado pelo próprio meio. Para ele, os programas veiculados na TV são como um pedaço de carne suculento oferecido ao cão de guarda, enquanto o ladrão rouba a casa. Nesta célebre metáfora, o cão de guarda seria a consciência e a atenção conscientes, entretidas com o conteúdo midiático (capítulo de novela, telejornal, entrevistas, seriados, futebol...), enquanto não se questiona sobre o fato de que todos estes produtos são parte de uma mesma “atividade” para a audiência, isto é, sentar e assistir TV.

Outro sentido deste aforismo é de que um meio transforma o seu conteúdo: um mesmo filme exibido na TV ou no cinema, por exemplo, resulta em experiências bastante diferentes para quem assiste. O mal-estar recorrente de espectadores/as frente a adaptações literárias para o cinema ou versões em livro de filmes consagrados é outro exemplo. O que este segundo sentido salienta é, portanto, que cada tecnologia traz consigo um *bias* (para usar o termo de Harold Innis, mentor de McLuhan), que condiciona o sentido do que é transmitido por meio dele. E este condicionamento do sentido faz com que cada meio seja, ele mesmo, parte do campo significativo.

Um terceiro sentido foi sugerido pelo próprio McLuhan e consiste em um novo aforismo: “toda nova tecnologia cria um novo ambiente”. O telefone celular fez com que as pessoas pudessem ser encontradas em qualquer parte, não somente “em casa” ou “no escritório”, lugares onde havia telefones fixos. O *e-mail*, acoplado a telefones com acesso à internet, fez com que mensagens de texto complexas, com arquivos anexos pudessem ser recebidas em tempo real, em qualquer lugar. Ou seja, com essas tecnologias, noções como “ambiente de trabalho” e “tempo livre” ficam radicalmente transformadas. Com elas, muitas pessoas podem trabalhar em suas casas, fazendo contatos e reuniões *on-line*, bem como se divertir em frente ao computador em horário de trabalho. Em contrapartida, assumem uma sobrecarga de tarefas, que fazem com que as ideias de “fim de semana” seja uma lembrança distante dos tempos pré internet. Além disso, no contexto da internet, surgiu uma série de novos “ambientes”, como salas de bate-papo, jogos coletivos de computador com milhares de pessoas de todo o mundo interligadas simultaneamente, redes sociais ou listas de *e-mail*. Cada uma destas tecnologias cria “ambientes” para suas

atividades, “lugares” simbólicos onde pessoas interagem e ação social acontece. Uma trilha bastante promissora para explorar as muitas internets dentro da internet: os ambientes digitais.

O usuário é o conteúdo

Este aforismo complementa o anterior, e antecipa em quase 20 anos o resultado das pesquisas de recepção midiática. Como “o meio é a mensagem”, este aforismo também é um aparente paradoxo. “O usuário é o conteúdo” se considerarmos que cada membro/a da “audiência” de um meio incorpora o que lê, vê e/ou ouve de acordo com seu conhecimento de fundo, de acordo com suas próprias categorias e sistemas de valores, e faz do “conteúdo” algo que sirva e se relacione com suas próprias necessidades e capacidades. Comentando sobre este aforismo, Logan (2011) ressalta com certa ironia que em cinco palavras, McLuhan conseguiu expressar um sentimento o qual um teórico pós-moderno levaria um ensaio inteiro.

Os estudos de recepção midiática e etnografias da recepção (Jacks, 1996; Barbero, 1987) desde o início dos anos 1980, superaram os temores apocalípticos (correntes na época de McLuhan) sobre os “efeitos da mídia”. De propaganda subliminar à manipulação ideológica, o espectro dos malefícios atribuídos aos meios de comunicação de massa esbarrou sistematicamente em um obstáculo empírico: as pessoas. Fora dos laboratórios e das amostras, as pessoas que assistiam ao discurso dos meios de comunicação de massa pensavam por conta própria e faziam sentido do que viam e ouviam. A teoria da comunicação dominante até meados dos anos 1980 creditava grande poder aos meios, pressupondo uma “audiência” passiva e dominada. Somente com a realização de pesquisas do ponto de vista das pessoas e do uso que fazem dos meios de comunicação disponíveis é que este paradigma foi relativizado. Mas a frase de McLuhan já fora publicada ainda nos anos 1960, antecipando esta posição em cerca de 20 anos.

Neste sentido, Levinson (2001) comenta que na internet, este aforismo de McLuhan passa do sentido metafórico para o literal. Afinal, qualquer atividade *online* deixa “rastros”, produz “conteúdos” mais ou menos evidentes, assinados ou não, registros de sites, palavras-chave, links. Para Levinson (2001: 40), a consideração de que o usuário é o conteúdo implica em assumir, ao mesmo tempo, que:

- Os seres humanos servem como (determinam o) conteúdo de todas as mídias pela sua capacidade de interpretar tudo o que se manifesta;
- O ser humano “viaja através” de um meio eletrônico como televisão, rádio ou telefone e, assim, torna-se o seu “conteúdo”;
- Os seres humanos literalmente criam a maior parte dos conteúdos dos meios interativos mais antigos (carta ou telefone, p. ex.) e a maior parte dos conteúdos na internet.

De fato, tecnologias como Twitter, blogs e Facebook deram uma nova dimensão à ideia de “audiência ativa”. Uma de suas consequências – notável quando se fala que o usuário é o conteúdo é a organização em redes sociais de grupos de fãs de séries de livros e filmes, que passam a produzir e distribuir seus próprios livros apócrifos, no fenômeno denominado “fan-fiction” (Hellerson e Busse, 2006).

A teoria tetrádica

A noção mais funcional às condições da era digital parece ser a publicada postumamente *tetrad theory* ou teoria tetrádica (McLuhan e McLuhan, 1988: 129). No final de sua vida, McLuhan e seu filho Eric empreenderam um projeto de renovação de *Understanding Media*, de 1964; o resultado inesperado foi *As Leis da Mídia: a nova ciência*, de 1988, publicado depois da morte de McLuhan, em 1980.

A teoria tetrádica prevê quatro efeitos provenientes da introdução de um novo meio no contexto social:

- a amplificação de alguns aspectos da sociedade;
- o envelhecimento (obsolescência) de aspectos da mídia dominante antes da emergência do novo meio;
- a proeminência de aspectos tornados obsoletos previamente; e
- a revitalização de mídias em consequência do pleno desenvolvimento do potencial do novo meio.

De acordo com Horrocks (2001), é possível ver cada um dos efeitos previstos por McLuhan na sociedade contemporânea como resultado da entrada em cena do computador ligado à internet. Nesse sentido, a mídia em questão teria:

- ampliado a participação do público em um meio de comunicação a considerar a promoção da interatividade entre os/as participantes em nível global, atividade meramente sugerida com relação à televisão;
- eclipsado as funções do telefone, do fax, da máquina de escrever, do pincel, do papel, do CD, entre outros;
- reinventado a carta escrita no formato do *e-mail*; e
- revitalizado o telefone celular com o desenvolvimento das redes *wireless* (Horrocks, 2001).

Colocando todo o foco no conteúdo e praticamente nenhum no meio, segundo essa teoria, perderíamos a chance de perceber e influenciar no impacto das novas tecnologias na humanidade, e portanto, estaríamos despreparados/as para as revolucionárias transformações ambientais induzidas pelas novas mídias.

Na tentativa de desenvolver a teoria proposta por McLuhan, o pesquisador americano Neil Postman elaborou uma reflexão sobre a ideologia da tecnologia do computador, em uma visão muito particular, que vai além de uma discussão baseada nos conteúdos veiculados e práticas surgidas, mas apresenta as ambiguidades

da tecnologia. Em tempos de entusiasmo no meio acadêmico, motivado pelas possibilidades comunicacionais abertas pela tecnologia do computador no campo das mídias, Neil Postman lançou, no início dos anos 1990, um livro importante para os estudos da Comunicação, chamado *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*.

Ambientes digitais: explorando as internets

Tanto a teoria de McLuhan quanto a abordagem crítica de Postman corroboram resultados de pesquisa etnográfica em ambientes digitais. A emergência dos protocolos VoIP e da chamada web 3.0 demonstraram que existem muitas “internets” dentro da internet. *E-mail*, YouTube, Skype, Facebook, mensageiro instantâneo, jogos *multiplayer on-line* e listas de discussão, por exemplo, são estruturas completamente distintas, que promovem práticas sociais distintas e que precisam ser adequadamente estudadas, sendo assim difícil considerar “a internet” como algo monolítico, somente como um novo meio de comunicação. Como McLuhan previra, o conteúdo de um meio consiste nos meios anteriores. Assim, o rádio incorporou o jornal; a televisão incorporou o rádio e o cinema, e a internet incorporou todos os meios anteriores. O efeito de “revitalização” de meios anteriormente obsoletos é particularmente agudo nas dinâmicas de interação social e organização de grupos e comunidades em ambientes digitais nas chamadas “redes sociais”.

O processo de interação social ocorrente nos ambientes proporcionados pela internet é recente, e parte de estratégias individuais e grupais adquiridas por apropriação e adaptação de regras já estabelecidas, próprias de outros contextos relacionais. Tais estratégias são aplicadas atendendo a demandas da situação.

Nos contextos relacionais tradicionais, as pessoas agem visando determinada impressão no interior de seu grupo de convivência cotidiana. Existe toda uma regulação tácita que cria expectativas de práticas sociais entre os indivíduos. Nas comunicações mediadas por computador, improvisa-se diante de situações inesperadas, adaptando-se modelos de outros contextos interacionais.

Considerando que “o meio é a mensagem”, isto é, que cada tecnologia configura o campo de significados em que está inserida, criando assim um novo “ambiente” (mental, moral e material), é importante destacar a configuração específica que organiza os novos ambientes digitais. É a situação social que demanda um ambiente para a sua ocorrência. As atividades *on-line* se limitam a condições práticas de uso. E assim, o meio é mensagem.

Considerações finais

A perspectiva McLuhaniana parece ser um aporte promissor para a compreensão de fenômenos comunicacionais recentes, evidenciando seu potencial heurístico e

inovador mais de 30 anos depois da morte de seu enunciador. Na ordem da interação digital, há um uso interessado das diferentes estruturas da web, a propósito das diferentes demandas de cada situação social. A internet parece apresentar características de várias mídias, aquelas utilizadas para o estabelecimento de relações interpessoais e as de massa. Ao exercerem as atividades *on-line*, participantes demonstram plena competência social e tecnológica na escolha e manejo de diferentes meios e ambientes conforme a demanda específica de cada situação. Entretanto, independente dos detalhes da comunicação que se estabelece nesses ambientes, utilizam-se meios que carregam e dispersam lógicas provenientes de suas características técnicas, de suas condições de produção. A partir do uso, o usuário torna-se conteúdo, e o meio torna-se mensagem, sentido, significado.

Adriana Braga

Professora da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio)
adrianabraga@puc-rio.br

Nota

1. No Brasil, pesquisadores/as têm se dedicado a obra de McLuhan, como Pereira (2006), Martino (2008), e outros.

Referências bibliográficas

- HELLEKSON K. e BUSSE, K. *Fan Fiction and Fan Communities in the Age of the Internet*. Jefferson, North Carolina: McFarland & Company, 2006. p. 41–59.
- HORROCKS, Christopher. *Marshall McLuhan and Virtuality*. Cambridge: Icon Books, 2001.
- JACKS, Nilda. Tendências latino-americanas nos estudos da recepção. In: *Revista FAMECOS* n. 5. Porto Alegre: Editora PUCRS, 1996.
- LEVINSON, Paul. *Digital McLuhan: a guide to the information millennium*. Londres: Routledge, 2001.
- LOGAN, Robert. McLuhan Misunderstood: Setting the Record Straight. In: *Figure/Ground - McLuhan Legacy Network* (<http://figureground.ca/2011/02/01/the-mcluhan-legacy-network/>) Canadá, 2011.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús. *De los medios a las mediaciones*. México: G. Gilli, 1987.
- MARTINO, Luiz C. Pensamento comunicacional canadense: as contribuições de Innis e McLuhan. *Comunicação, Mídia e Consumo*, vol. 5, n. 14, ESPM, São Paulo, 2008, p. 123-148.
- MCLUHAN, H. M. *Understanding Media: The Extensions of Man*. New York: The New American Library, 1964.
- _____. *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press, 1962.
- _____. e FIORE, Q. *The Medium is the Massage: An Inventory of Effects*. New York: Bantam Books, 1967.
- _____. e MCLUHAN, E. *Laws Of Media: The New Science*. Toronto: University of Toronto Press, 1988.

PEREIRA, Vinícius. Marshall McLuhan, o conceito de determinismo tecnológico e os estudos dos meios de comunicação contemporâneos. In: *UniRevista*, São Leopoldo, Unisinos, 2006. v.1, n. 3.

POSTMAN, Neil. *Tecnopólio: a rendição da cultura à tecnologia*. São Paulo: Editora Nobel, 1994.

Resumo

Este ensaio tem por objetivo apresentar e discutir alguns conceitos e aforismos célebres da obra de Marshall McLuhan, cotejando-os ao contexto recente da internet. Após ter causado muita polêmica durante sua vida, e depois de um período de relativo esquecimento após sua morte em 1980, a obra de McLuhan tem sido recentemente revalorizada, dada a potencialidade de seu quadro teórico para os fenômenos contemporâneos de comunicação. Serão discutidos os aforismos “o meio é a mensagem”, “o usuário é o conteúdo” e a teoria tetrádica.

Palavras-chave

Marshall McLuhan; Teoria da comunicação.

Abstract

McLuhan between concepts and aphorisms

This essay wishes to present and discuss some of the famous concepts and aphorisms in Marshall McLuhan's work, relating them to the context of the Internet. McLuhan's work has been very controversial during his lifetime, and fell into a certain obliviousness after his death in 1980, but in recent times it has been recovered due to its analytic potential for understanding contemporary media phenomena. The aphorisms “the medium is the message” and “the user is the content”, as well as the tetrad theory will be analyzed.

Keywords

Marshall McLuhan; Communication theory.