

UEM

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO
MESTRADO**

WILLIAM ROBSON CAZAVECHIA

**A EDUCAÇÃO PARA *ALÉM DA SALA DE AULA* NO PENSAMENTO
DO INTELLECTUAL HERBERT MARSHALL McLUHAN (1911-1980)**

WILLIAM ROBSON CAZAVECHIA

**MARINGÁ
2017**

2017

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO
MESTRADO**

**A EDUCAÇÃO PARA *ALÉM DA SALA DE AULA* NO PENSAMENTO
DO INTELLECTUAL HERBERT MARSHALL McLUHAN (1911-1980)**

WILLIAM ROBSON CAZAVECHIA

**MARINGÁ
2017**

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DE MARINGÁ
CENTRO DE CIÊNCIAS HUMANAS, LETRAS E ARTES
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM EDUCAÇÃO
ÁREA DE CONCENTRAÇÃO: EDUCAÇÃO
MESTRADO**

**A EDUCAÇÃO PARA *ALÉM DA SALA DE AULA* NO PENSAMENTO
DO INTELLECTUAL HERBERT MARSHALL MCLUHAN (1911-1980)**

Dissertação apresentada por William Robson Cazavechia, ao Programa de Pós-Graduação em Educação da Universidade Estadual de Maringá, para banca examinadora, como um dos requisitos para a obtenção do título de Mestre em Educação.

Área de Concentração: EDUCAÇÃO.

Orientador:

Prof. Dr. Cezar de Alencar Arnaut de Toledo.

**MARINGÁ
2017**

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Biblioteca Central - UEM, Maringá, PR, Brasil)

C386e Cazavechia, William Robson
A educação para além da sala de aula no
pensamento do intelectual de Herbert Marshall
McLuhan (1911-1989) / William Robson Cazavechia. --
Maringá, 2017.
166 f.

Orientador: Prof. Dr. Cezar de Alencar Arnaut de
Toledo.

Dissertação (mestrado) - Universidade Estadual de
Maringá, Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes,
Programa de Pós-Graduação em Educação, 2017.

1. McLuhan, Marshall, 1911-1989. 2. McLuhan,
Marshall, 1911-1989 - Educação e comunicação. 3.
Intelectuais - Século XX. 4. Comunicação. 5.
Educação. I. Toledo, César de Alencar Arnaut de,
1957-, orient. II. Universidade Estadual de Maringá.
Centro de Ciências Humanas, Letras e Artes. Programa
de Pós-Graduação em Educação. III. Título.

CDD 23.ed. 370.1

GVS-003755

WILLIAM ROBSON CAZAVECHIA

**A EDUCAÇÃO PARA ALÉM DA SALA DE AULA NO PENSAMENTO DO
INTELECTUAL HERBERT MARSHALL McLUHAN (1911-1980)**

BANCA EXAMINADORA

Prof. Dr. César de Alencar Arnaut de Toledo – *Orientador* – UEM

Prof. Dr. Oriomar Skalinski Junior – UEPG

Prof. Dr. Cássia Regina Dias Pereira – UEM

31/03/2017

Dedico este trabalho a todos que de alguma
maneira perturbam o espetáculo.

AGRADECIMENTOS

Ao meu orientador, professor Dr. Cezar de Alencar Arnaut de Toledo.

Ao Hugo Alex da Silva e Márcia Galvão pela amizade e profissionalismo com que sempre me atenderam.

Aos Professores que compõem o corpo docente do Programa de Pós-Graduação em Educação da UEM.

À Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (CAPES) pelo financiamento da pesquisa.

E a todas as pessoas que até aqui estiveram comigo.

Costuma-se dizer que a televisão alterou nosso mundo. (Raymond Williams)

CAZAVECHIA, William Robson. **A EDUCAÇÃO PARA ALÉM DA SALA DE AULA NO PENSAMENTO DO INTELLECTUAL HERBERT MARSHALL MCLUHAN (1911-1980)**. 167 f. Dissertação (Mestrado em Educação) – Universidade Estadual de Maringá. Orientador: Cezar de Alencar Arnaut de Toledo. Maringá, 2017.

RESUMO

Análise do pensamento do intelectual Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) sobre a educação, entendida como processo de direcionamento moral e cultural, em consonância com os interesses de grupos hegemônicos, especificamente nos Estados Unidos entre as décadas de 1950 e 1960. A análise foi desenvolvida partir de um aparato crítico marxiano. Tal exigência se apresenta como própria de uma abordagem abrangente quanto aos procedimentos da pesquisa bibliográfica em História da Educação. Embora não se trate de uma pesquisa documental, o levantamento bibliográfico é histórico e sua análise tem na historicidade as categorias que lhe definem o cariz. McLuhan foi um intelectual. A partir dessa categoria de análise, o autor canadense foi analisado em suas relações sociais na sociedade do capitalismo tardio. O objetivo da análise de suas obras, principalmente aquelas escritas e publicadas entre os anos de 1954 e 1964, foi, sobretudo, evidenciar o vínculo que estabeleceu entre educação e os *mass media*. A comunicação entre os diferentes estratos da sociedade se tornou possível e diante da impossibilidade de uma unidade cultural, o mais importante foi o desenvolvimento da circulação viabilizado pelos novos *media*, produtos das tecnologias eletrônicas de comunicação. A cultura de massa, nesse sentido, traz consigo a tendência de confundir cultura com diversão e uma certeza da eficácia tecnológica da mídia. O entretenimento, na indústria de mercadorias intangíveis, foi o recurso metodológico da aprendizagem no qual os professores se tornaram participantes, como num *show*, como motivadores dos alunos, espectadores à procura de algo em um ambiente em processo de mutação. Essa pedagogia do entretenimento constitui a publicidade, está relacionada ao conjunto das ciências da educação e aliada aos *mass media*. Forneceu o ambiente para a formação do trabalhador, em seu turno extra da produção, para o consumo e lazer, entendidos como mercadorias culturais na sociedade espetacular. Para a formação do homem industrial, diz McLuhan, foram necessárias as letras (Alfabeto), elas deram forma à linearidade da produção. Para a remodelação do homem-massa mediante os *media*, a manipulação de imagens e dos signos, entendidos como abstrações que representam a realidade e a ela são imanentes, foi entendida como forma de flexibilização da produção para a produção cultural. O pensamento de McLuhan se construiu a partir de uma noção evolutiva da história, na qual as letras e os circuitos elétricos das tecnologias de informação, desenvolvidas em sua época, corresponderiam à evolução humana. Desenvolveu em suas obras uma perspectiva otimista quanto aos meios de comunicação e à tecnologia. A comunicação e seus meios serviriam para promover o progresso. Com tal motivação projetou conceitos como “aldeia global”, que supunha uma progressiva alteração da comunicação como uma atividade setorial, para a comunicação como base de uma nova sociedade. No sistema do capital, na sociedade do espetáculo, a educação se tornou, ela mesma, uma mercadoria.

Palavras-chave: Educação; Intelectuais; Comunicação; Século XX; Herbert Marshall McLuhan

CAZAVECHIA, William Robson. **EDUCATION BEYOND THE CLASSROOM IN THE THOUGHT OF INTELLECTUAL HERBERT MARSHALL MCLUHAN (1911-1980)**. 167 f. Dissertation (Master in Education) – State University of Maringá. Supervisor: Cezar de Alencar Arnaut de Toledo. Maringá, 2017.

ABSTRACT

This article is an analysis about the intellectual Herbert Marshall McLuhan (1911-1980) thoughts on education - as a process for moral and cultural orientation - in consonance with hegemonic group's interests in the United States, between the 1950s and 1960s. We developed this article from a critical Marxian apparatus. Therefore, there is an expectation for identification between the approaches on this paper and this kind of procedures on bibliographical research in the History of Education. Although it is not a documentary research, the bibliographical source is historical and the analysis has in historicity the categories that define itself. McLuhan was an intellectual. From this category of analysis, we observed the Canadian author on his social relations in the society of late capitalism. The purpose on analyzing his works (especially those written and published between 1954 and 1964) was to highlight the connection established between education and the mass media. Communication between the different strata of society became possible. Faced with the impossibility of a cultural unity, the most important was the development of the circulation, made possible by the new media - products of electronic communication technologies. In this sense, mass culture carries the tendency to confuse culture with fun, and a certainty to the technological effectiveness of the media. Entertainment, in the intangible goods industry, was the methodological resource of learning in which teachers became participants - as in a show - as motivators for students that are spectators looking for something in a changing environment. This pedagogy of entertainment makes up the advertising, relates to the whole of education sciences and allies to the mass media. It also provides the environment for the formation of the worker (in his extra shift of production) for consumption and leisure, understood as cultural commodities in the spectacular society. For the formation of the industrial man, McLuhan stated that alphabet was necessary because they formed the linearity of production. For the reshaping of this mass-man through the media, the manipulation of images and signs (understood as abstractions that represent reality and are immanent to it) was took as a mediator for cultural production. McLuhan's thought are based on an evolutionary notion of history, in which the alphabet and electrical circuits (on information technologies developed in his time) corresponded to human evolution. In his legacy, he developed an optimistic perspective media and technology. Communication - and its means - would serve to promote progress. With such motivation, he projected concepts such as "global village", which supposed a progressive change of communication as a sectoral activity - for communication as the basis of a new society. Both in capital system and in the society of spectacle, education itself became a commodity.

Key words: Education; Intellectuals; Communication; 20th century; Herbert Marshall McLuhan.

SUMÁRIO

1- INTRODUÇÃO	9
2 - HERBERT MARSHALL McLUHAN (1911-1980): INTELECTUAL, EDUCADOR E TEÓRICO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO	13
2.1 O INTELECTUAL ORGANIZADOR E DIRIGENTE DA CULTURA	13
2.2 DE PROFESSOR DE LITERATURA CATÓLICO A TEÓRICO DOS <i>MEDIA</i>	22
2.3 A JUSTIFICAÇÃO DA SOCIEDADE UNIFICADA PELOS <i>MEDIA</i>	44
3. MARSHALL McLUHAN NO INTERIOR DA HEGEMONIA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: EDUCAÇÃO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	72
3.1 A HEGEMONIA DO <i>ESPETÁCULO DIFUSO</i> : A PRODUÇÃO CULTURAL NO CAPITALISMO TARDIO.....	72
3.2 AS CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO E OS <i>MEDIA</i> COMO MEDIADORES DA FORMAÇÃO HUMANA	99
3.3 A EDUCAÇÃO PARA <i>ALÉM DA SALA DE AULA</i> : A CONCEPÇÃO DE McLUHAN	131
4. CONCLUSÃO	161
5. REFERÊNCIAS:	165

1- INTRODUÇÃO

A pesquisa consiste em uma análise do pensamento do intelectual Herbert Marshall McLuhan (1911-1980). Aborda especificamente a educação, entendida aqui em sentido ampliado, como relação social, um processo de direcionamento moral e cultural e de formação humana. Seu pensamento esteve em consonância com os interesses de grupos hegemônicos nos Estados Unidos entre as décadas de 1950 e 1960. A análise foi desenvolvida a partir de um aparato crítico conceitual do pensamento marxiano e envolve autores das diversas áreas do conhecimento. Tal exigência se põe como própria de uma abordagem suficientemente abrangente quanto aos procedimentos da pesquisa bibliográfica em História da Educação. Embora não se trate de uma pesquisa documental, o levantamento bibliográfico é histórico e sua análise tem na historicidade as categorias que lhe definem o cariz.

O pensamento do autor em questão, de origem canadense, ele o desenvolveu nos seus principais trabalhos vinculados às academias canadenses, inglesas e norte-americanas em meados do século XX. Seus trabalhos intelectuais representam aspectos de uma conjuntura social e uma totalidade histórica. Educação, comunicação, economia, política, cultura e religião convergem em seus postulados teóricos e conceituais. O objetivo da análise das obras de McLuhan, escritas e publicadas entre os anos de 1954 e 1964, é, sobretudo, o esclarecimento do vínculo que ele estabeleceu entre educação e comunicação. Pois, falar em educação para esse autor, era falar sobre os aspectos formativos e conformadores produzidos pelos meios de comunicação.

McLuhan afirmou que a percepção das letras em seu formato alfabético e as tecnologias que daí surgiram, são extensões da mente humana, materializada, posteriormente, no mundo eletrônico. Seu pensamento se construiu a partir de uma noção evolutiva da história, na qual, das letras aos circuitos elétricos das tecnologias de informação desenvolvidas em sua época, essa evolução corresponde à evolução própria da humanidade e da sociedade. Essa é a tese central de sua obra primordial, **A Galáxia de Gutenberg** (1962). Desenvolvida e continuada em seguida no livro,

Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem (1964). O autor apresenta nelas uma perspectiva otimista quanto aos meios de comunicação. Referimo-nos a essas obras por serem elas as maiores expressões teóricas de seu legado. Evidentemente, devido à amplitude de seu trabalho intelectual, restringimos a análise a partir de seus textos **Aula sem Paredes** e **Cultura Tecnológica**, publicados em 1960, no livro, cujo título original em inglês ***Explorations in Communication***, foi traduzido no Brasil pela editora Zahar, no Rio de Janeiro, em 1974, como **Revolução na Comunicação**.

A restrição se fez por duas razões. Primeiro, suas obras mais conhecidas conjecturam suas ideias principais já enunciadas em texto escritos entre os anos de 1954 e 1960; e, segundo, por encontrarmos nesses textos suas proposições sobre a educação pelos meios de comunicação. Esses textos marcaram uma virada em seu trabalho, que especialmente nos interessa. McLuhan, de meados da década de 1950 ao início da década de 1960, dedicou-se aos meios de comunicação, os *media*, e evidenciou nesse período toda sua concepção em termos de formação humana e evolução social. As letras grifadas em pedras, papiros, ostracos, pergaminhos de outros tempos, objetos todos e livros, mercadorias, representaram, para ele, a produção mecânica e serial da indústria. Foi a tecnologia eletrônica, a possibilidade da comunicação global em seu aspecto organizacional, educativo e publicitário, que apontou como se delimitou o então futuro da economia e da cultura humana, a *Aldeia Global* do livre mercado. Para esse mundo eletrônico, propôs uma visão de mundo eletrônica. Percepção da realidade alterada pelos *media* que pressupunha uma outra linguagem e uma forma específica de conceber os meios de comunicação como extensões do homem.

Essas são algumas das pressuposições de McLuhan. Para ele, a educação está relacionada à comunicação e é o próprio processo comunicativo que modela o homem em sociedade e a sua cognição. Comunicação é educação enquanto que educação é comunicação. Pressuposto que evidencia a possibilidade congênita desses processos em humanizar ou desumanizar. A cultura é concebida como o lugar de encontro entre a educação e a comunicação. Mesmo que a percepção visual promovida pelos meios de comunicação tenha sido, ela mesma, o resultado de um tempo em que a maioria a ignorava, ainda assim, para o então teórico da comunicação, ela era uma extensão tecnológica do ser humano. Significa que, em

sua forma e estrutura, estavam contidas as possibilidades de construções da realidade social e da subjetividade humanas. Construções da realidade e subjetividade mediadas por linguagens específicas pressupõem novas hierarquias culturais. Uma vez estabelecidas suas distinções, são postulados universos incomensuráveis que os *media* promovem. Cada língua e cada meio são concebidos antropologicamente como um universo particular de sentido, de valorações e organizações. São eles mesmos seus próprios ambientes. Daí o relativismo cultural apareceu como a expressão da hierarquização cultural promovida pelos interesses das classes dominantes, que definiram uma forma homogênea e universal pela qual pudessem unificar a sociedade global.

A análise do pensamento de McLuhan sobre a educação tem por objetivo evidenciar o processo de transição da medição institucional da educação, quando os *media* foram requeridos como mediadores do processo formativo humano. McLuhan foi um expoente desse momento histórico que foi o de transição da natureza da produção capitalista. Ou seja, o desenvolvimento das mídias eletrônicas voltadas para a produção ampliada de mercadorias, contribuiu para o aumento da demanda de processos formativos adaptados a essa mesma demanda. O mesmo vale para a formação do consenso e da instrumentalização do trabalhador para uma nova realidade produtiva.

McLuhan tornou sua posição política evidente com suas proposições teóricas. Que sejam elas antiteóricas, como ele mesmo faz parecer em algumas de suas frases de efeito. Foi formado pelas instituições clássicas de ensino, para atuar enquanto intelectual e organizador da cultura. Isso significa que em seu pensamento sobre a linguagem, os meios de comunicação e suas propriedades intrínsecas são dotados do poder de dar forma à realidade. Para ele é a forma que define a realidade, e a sua narrativa em mosaico demonstra o quanto essa forma que modela a sociedade. Para ele bastaria a modelagem da cultura para reorganizar e planejar o mundo, o que demandaria um domínio consciente do poder contido na utilização política das tecnologias de representação do mundo, as mídias, e o domínio desses meios como mediadores da formação humana.

Por isso, para ele, a educação está além da sala de aula. Assim, perguntamos, como o pensamento de McLuhan, sobre a formação humana promovida pelos *media*, contribuiu para a justificação da sociedade capitalista, no

período tardio do capital, marcada pela dominação da mercadoria sobre a sociedade e do capital sobre o trabalho?

A exposição segue a construção argumentativa da análise. O texto, então, foi dividido em duas partes principais, pois, os argumentos foram assim construídos. Na primeira parte, demonstramos o que é, quem é e qual a função social do intelectual. No caso aqui, trata-se do intelectual Marshall McLuhan. Dividida em três momentos, a argumentação dessa primeira parte consiste em demonstrar que McLuhan foi um intelectual considerado em sua atuação no interior da produção capitalista, pelas mídias. Em seguida, uma breve biografia do autor é exposta com o objetivo de evidenciar seu processo formativo, suas principais influências intelectuais e alguns aspectos de sua teoria. Por ser intelectual, produto de seu tempo histórico, por fim, é mostrado em que sentido McLuhan foi um teórico na Sociedade do Espetáculo.

Na segunda parte, analisamos como a especialidade intelectual de McLuhan, tem relevância estratégica no interior da hegemonia do Estados Unidos, sobretudo no que diz respeito à educação mediada pelos *media*. É subdividida em três tópicos. No primeiro, é trazida uma discussão sobre os meios de comunicação como meios de produção cultural no interior da hegemonia do *espetáculo difuso*, categoria debordiana utilizada para especificar a produção de mercadorias nos Estados Unidos. No segundo, analisamos a educação mediada pelos *media*, ou seja, a mediação pelos meios de comunicação com finalidades educativas na transição para o ciclo do capitalismo tardio e da educação transformada em ciências da educação. Problemática que nos põe diante do objeto e do objetivo da pesquisa, o pensamento do intelectual McLuhan sobre a educação para além da sala de aula, compreendidos no terceiro e último tópico do presente texto.

2 - HERBERT MARSHALL McLUHAN (1911-1980): INTELECTUAL, EDUCADOR E TEÓRICO NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO

2.1 O INTELECTUAL ORGANIZADOR E DIRIGENTE DA CULTURA

Em sua acepção geral, a palavra intelectual se refere àquele que, a partir do domínio de uma atividade específica, pela qual é reconhecido e prestigiado, intervém no debate público em nome de valores considerados universais, como justiça e verdade. A utilização da palavra com essa conotação tem sua origem na divulgação do artigo *J'accuse* (1898) de Émile Zola (1859-1902). Nele o autor exigia a revisão do processo do caso Dreyfus, oficial do exército francês, injustiçado por uma conspiração que o condenava. A iniciativa foi subscrita por escritores, cientistas, professores, estudantes, arquitetos, advogados, médicos e outros. Essa iniciativa demonstrou a atuação política dos intelectuais. O “intelectual é aquele que transforma uma autoridade intelectual em autoridade política em nome de uma autoridade moral” (WOLFF, 2006, p. 47).

Nesse sentido, a referência aos intelectuais ainda não é a uma categoria ligada diretamente às atividades de produção, distribuição ou função técnica. O intelectual existe política e culturalmente e é, além de ideólogo, um profissional da inteligência na criação e inovação artística e cultural, como também produz e reproduz ideias literárias, científicas, culturais ou ideológicas (LECLERC, 2004). Os intelectuais desenvolvem as atividades ditas de criação nas artes, letras ou ciências, ou, daquelas práticas de mediação como o caso dos envolvidos com a informação e educação (WOLFF, 2006).

Embora tais considerações nos ofereçam aspectos importantes sobre os intelectuais, não seriam suficientes para uma análise do intelectual como produto histórico. Seriam uma reivindicação de independência, cujo teor, Gramsci (2000), reconheceu como ideológica. O intelectual está diretamente ligado ao grupo social que o produziu historicamente, tendo em vista a sua função no mundo da produção.

A “burguesia criou os intelectuais necessários para a sua manutenção” (GOMES, 2014, p.118). As camadas intelectuais foram elaboradas na realidade concreta e não em um terreno abstrato da democracia,

[...] segundo processos históricos tradicionais muito concretos. Formaram-se camadas, que tradicionalmente, “produzem” intelectuais; e elas são as mesmas que, com frequência, especializaram-se na “poupança”, isto é, a pequena e média burguesia fundiária e alguns estratos da pequena e média burguesia urbana. A diferente distribuição dos diversos tipos de escola (clássicas e profissionais) no território “econômico” e as diferentes aspirações das várias categorias destas camadas determinam, ou dão forma, à produção dos diferentes ramos de especialização intelectual (GRAMSCI, 2000, p. 20).

A distinção do papel do intelectual na sociedade não está na especificidade de sua atividade ou na sua tomada de posição política. Mas, no seu trabalho sob determinadas condições e relações sociais. São todos os homens intelectuais, mas nem todos exercem essa função na sociedade (GRAMSCI, 2000). Essas funções são organizativas e conectivas, formaram-se historicamente enquanto categoria especializada para as atividades subalternas do grupo dominante.

Os intelectuais são os “prepostos” do grupo dominante para o exercício das funções subalternas da hegemonia social e do governo político, isto é: 1) do consenso “espontâneo” dado pelas grandes massas da população à orientação impressa pelo grupo fundamental dominante à vida social, consenso que nasce “historicamente” do prestígio [...] obtido pelo grupo dominante por causa de sua posição e de sua função no mundo da produção; 2) do aparelho de coerção estatal que assegura “legalmente” a disciplina dos grupos que não “consentem”, nem ativa nem passivamente, mas que é constituído para toda a sociedade na previsão dos momentos de crise no comando e na direção, nos quais desaparece o consenso espontâneo [...]. De fato, a atividade intelectual deve ser diferenciada em graus também do ponto de vista intrínseco, graus que, nos momentos de extrema oposição, dão lugar a uma autêntica diferença qualitativa: no mais alto grau, devem ser postos os criadores das várias ciências, da filosofia, da arte, etc.; no mais baixo, os mais modestos “administradores” e divulgadores da riqueza intelectual já existente, tradicional, acumulada [...] (GRAMSCI, 2000, p. 21)

A relação que os intelectuais mantêm com o mundo da produção não é imediata, mas, mediada pelo tecido social. Podem se encontrar entre a base e a superestrutura da sociedade (GRAMSCI, 2000). A reconsideração sobre essa base determinante e da superestrutura determinada, está pressuposta na análise. A superestrutura é concebida como uma área em que as atividades culturais e ideológicas são dadas. Essa é sua noção mais simples, definida enquanto um reflexo, uma reprodução da realidade da base. É uma noção estritamente operacional. Não obstante, relacionada a essa noção, está uma mais substancial, e nela a própria relação é examinada, de modo que o próprio processo de mediação, processo mais amplo que as noções de reflexo e reprodução, ocorre ativa e dinamicamente. A cultura é um processo mediador e a noção de base se faz presente para sua compreensão enquanto uma atividade específica do homem “em relações sociais e econômicas reais, atividades que contém contradições e variações fundamentais e [...] encontram-se sempre em um processo dinâmico” (WILLIAMS, 2011, p.47). A superestrutura contém uma diversidade de atividades culturais relacionadas e não pode ser compreendida apenas como um reflexo da base, como se esta última fosse uma abstração econômica e tecnológica fixas (WILLIAMS, 2011).

Assim, essas atividades abrangidas pela superestrutura passam ser decisivas para a construção da hegemonia. A superestrutura se divide em sociedade civil, que é o âmbito ideológico e cultural que conjuga organizações e instituições privadas, e em sociedade política, o aparelho do Estado. A sociedade civil se torna o lugar privilegiado de ação da intelectualidade na direção do bloco histórico. O intelectual é o agente capacitado para fazer a ligação entre a estrutura e a superestrutura e dirigir, além de organizar a cultura frente às demandas que uma nova conformação hegemônica exigir (GRAMSCI, 2000). Tal análise dos intelectuais e sua função social na organização da superestrutura e os apresenta diretamente relacionados ao grupo que representam. Essa relação entre a base e a superestrutura estão no campo as lutas hegemônicas. Pressupõe o reconhecimento da cultura, e, conseqüentemente, da própria educação e da comunicação, como lugares estratégicos para a efetivação do bloco histórico hegemônico. O intelectual é um dirigente da sociedade e, ou, organizador da cultura. Nesse exercício de direção exerce também um papel educativo.

[...] a formação do bloco histórico é uma ação educativa, na qual se estabelece a hegemonia e a coesão do bloco, obtida pela ação dos intelectuais que buscam o apoio das classes subalternas por meio do direcionamento cultural. Para que o direcionamento cultural se efetive, é necessário que os intelectuais se aproximem e estabeleçam uma relação de confiança com as classes subalternas. Essa aproximação objetiva o consenso, ou seja, o apoio dos grupos sociais afastados do poder político. Caso o consenso com as classes subalternas seja estabelecido e o princípio de vida proposto pelo grupo hegemônico não se efetive, empregam-se o poder da coerção e a ação dos intelectuais na formação dos quadros subalternos para a manutenção da hegemonia do grupo dirigente, desencadeando uma ação educativa, em que os subalternos são preparados, a partir de um princípio intelectual e moral, para atender às necessidades e às demandas de uma organização socioeconômica e ideológica hegemônicas (GOMES, 2014, p.105-106).

Hegemonia, então, é o conceito condutor das investigações sobre o intelectual e dela se desdobra o conceito de aparelhos de hegemonia. Ela está relacionada diretamente com a estrutura social e pode ser aplicada aos vários momentos históricos em que se desdobraram as lutas pelo seu alcance por um grupo dominante, como é o caso da hegemonia do proletário, da Revolução Francesa ou dos aparatos de hegemonia, o Estado e a sociedade civil (RAGAZZINI, 2005). Podemos ainda dizer, hegemonia da sociedade do espetáculo e de seus aparatos hegemônicos de comunicação, pois não está relacionada somente à política e à ideologia.

Essa contribuição de Gramsci supõe a existência e a possibilidade de análise de algo que seja totalizante, de modo que compreenda a dinamicidade de cada momento histórico. É algo maior do que somente uma ideologia presente na superestrutura. Constitui-se numa correspondência da realidade da experiência social. Enquanto a ideologia foi entendida como um conjunto abstrato de noções, ideias e hábitos sociais, políticos e culturais passíveis de manipulações específicas, a noção de hegemonia “satura profundamente a consciência de uma sociedade [...], ao contrário das noções gerais de totalidade, a hegemonia possui a vantagem de enfatizar, ao mesmo tempo, a realidade da dominação” (WILLIAMS, 2011, p.52). Outro aspecto importante é de que a hegemonia não é única. Suas estruturas internas podem ser recriadas, redefinidas e defendidas continuamente, como também desafiadas e modificadas (WILLIAMS, 2011).

A concepção de hegemonia oferece a possibilidade de se pensar o processo de dominação social. Mas, de um modo diferente e mais elaborado. Pois essa dominação não é pensada a partir de fora, de um exterior sem sujeitos. Mas, “como um processo no qual uma classe [ou grupo social] hegemônica, na medida em que representa interesses que também reconhecem de alguma maneira como seus as classes subalternas” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.112). De forma que ela desfaz e se refaz num processo de sentido, sedução, apropriação pelo poder e pela sensação de seu exercício. A cultura é o campo estratégico para a articulação dos conflitos, e a cultura popular, e o folclore, por exemplo, podem se contrapor às concepções de mundo dominantes. Mesmo que essa cultura popular esteja ligada à subalternidade, contém em si, em alguns momentos, um valor político e progressista de transformação (MARTÍN-BARBERO, 2013).

A questão cultural traz consigo as características das esferas econômica e política. Articulada ao conceito de educação, a hegemonia avulta a questão do industrialismo, pois a reforma econômica é o modo concreto com que se apresenta a reforma intelectual e moral (RAGAZZINI, 2005). São insuficientes as ações da classe burguesa para o estabelecimento de sua hegemonia, sua força política tem por finalidade apenas a manutenção do poder econômico, mas não garante o apoio das classes subalternas. O modelo político proposto poderia ser rejeitado. Essa pequena brecha do grupo dominante pode proporcionar o desenvolvimento de ideologias contrárias e alternativas ao modelo do grupo no poder. Por isso, a hegemonia precisa do respaldo de aliados e opositores. O poder político deve ser exercido sobre todos os grupos sociais e esse conflito é reconhecido como a luta pela hegemonia. A finalidade da luta pela hegemonia é a conquista do Estado e do poder político. Para isso, a classe dominante, antes mesmo do poder, deve assumir o comando intelectual e moral, obtido “por meio do direcionamento cultural e é relativa a capacidade de obtenção do consenso entre os diferentes grupos que atuam na sociedade” (GOMES, 2014, p.91-92). Hegemônica, então, é a conquista do consenso para o direcionamento econômico e exercício do poder político. Por isso, devemos tomar a conquista do consenso como um passo estratégico, anterior ao exercício da dominação de alguns grupos sociais sobre outros, como a questão da invenção e inovações tecnológicas e dos costumes.

A conquista do consenso é anterior à conquista do poder político e se deve à mediação realizada pela direção intelectual e moral sobre a sociedade civil. Tal conquista do consenso se apresenta como a própria democracia, de modo que as concessões econômicas produzem a impressão de uma participação e usufruto das riquezas produzidas pelo trabalho. A democracia é o resultado dessa necessidade de atração, por parte do grupo dirigente, de grupos com interesses diversos e a transição deles nesse domínio decorre do desenvolvimento econômico. Em uma determinada ordem estabelecida, sob as condições do grupo dirigente, a democracia é um modo de garantir a hegemonia, pois permite que os subalternos participem da estrutura social hegemônica pela sua aparente participação no desenvolvimento econômico. Assim, a noção de Estado é ampliada. Entendido como uma unidade dialética entre a sociedade civil e política que nos permite visualizar o lugar do intelectual no mundo da produção. A sociedade civil

[...] é o âmbito no qual as contradições sociais se apresentam e, portanto, é o palco onde se desenvolvia a luta de classes materializada nas disputas entre os grupos e as camadas sociais que compõem a sociedade civil, isto é, a disputa pela hegemonia. O espaço da luta hegemônica é a sociedade civil, na qual residem a possibilidade de obtenção do consenso e o exercício de formação cultural (GOMES, 2014, p.99).

A sociedade civil, quando se impõe sobre a sociedade política a partir da estrutura do Estado, expressa a hegemonia conforme seu direcionamento cultural. A supressão de suas necessidades está diretamente relacionada com sua capacidade econômica, o que lhe permite constituir o Estado. Pela organização dos meios de produção, os grupos sociais que compõem a sociedade civil podem, na luta pela hegemonia, exercer o direcionamento cultural. A ação dos intelectuais procura a consolidação da hegemonia de determinado grupo sobre os demais (GOMES, 2014).

Assim, também a sociedade civil é tida como alternativa para a produção de hegemonias emancipatórias. Estruturada pelos aparelhos de hegemonia, a sociedade civil pressupõe uma relativa estabilidade entre esses aparelhos, da Igreja às escolas, dos sindicatos à imprensa de opinião ainda não comercializada. Gramsci, segundo Ianni (1999), via a possibilidade da produção de consensos

emancipatórios por meio do exercício da política e de uma cultura revolucionária pelas classes subalternas educadas pelo partido, o moderno príncipe. Entretanto, não antecipou a rápida e progressiva mudança da imprensa, quando os jornais de opinião foram substituídos pelos jornais comerciais, pelo rádio e pela televisão massificados e dominados pelos financiamentos comerciais relacionados ao consumo e aos “conteúdos de lazer catártico tão mais atraentes quanto fossem seus conteúdos ideologicamente alienantes” (RAMOS, 2007, p.37). No estágio do capitalismo tardio, são conciliados o lazer e o consumo.

Com vistas a essa transformação estrutural, Octavio Ianni (1999) faz suas observações sobre a mídia, pois ela exerceu, no século XX, função determinante. Recorre também à metáfora do príncipe, ampliada, considerado em sua definição mais atual, como eletrônico. Se antes o intelectual estava para o moderno príncipe, agora ele está para o chamado príncipe eletrônico.

[...] o que singulariza a grande corporação da mídia é que ela realiza limpidamente a metamorfose da mercadoria em ideologia, do mercado em democracia, do consumismo em cidadania. Realiza limpidamente as principais implicações da indústria cultural, combinando a produção e a reprodução cultural com a produção e reprodução de capital; e operando decisivamente na formação de mentes e corações, em escala global. Daí ter recorrido à metáfora clássica de Maquiavel, encontrada também em Gramsci, para dizer que “o príncipe eletrônico”, para ele, as instituições capitalistas de comunicação – imprensa radio e televisão –, é o arquiteto da ágora eletrônica, na qual todos estão representados, refletidos, defletidos ou figurados, sem o risco da convivência nem da experiência. Aí, as identidades, alteridades e diversidades não precisam desdobrar-se em desigualdades, tensões, contradições, transformações. Aí, tudo se espetaculariza e estetiza, de modo a recriar, dissolver, acentuar e transfigurar tudo o que pode ser inquietante, problemático, aflitivo (IANNI, 1999, p.11).

Devido ao aprimoramento tecnológico e a fabricação de novos meios de comunicação, a mediação se tornou central e o intelectual passou a ser, necessariamente, midiático. A atividade intelectual sofreu, ao longo do século XX, uma transição. Os intelectuais se tornaram, também, representações das corporações midiáticas. Ou ainda, das corporações que delas se utilizam e mantêm relações com as corporações diretamente envolvidas com esse modelo produtivo. McLuhan está entre esses intelectuais. Conciliou interesses entre as tradições

culturais, religiosa, empresas comerciais e a indústria da comunicação social. “Assim como as estrelas e os políticos, o intelectual existe na e pela mídia” (LECLERC, 2004, p.88). Assistimos uma composição entre as estrelas das telas e as elites intelectuais. Nesse sentido, eles ocupam lugar no espaço público. Ainda exercem função na formação da opinião pública e no direcionamento moral e cultural da sociedade conforme os interesses dos grupos dominantes. Representados nas e pelas mídias. Sua ação é correlata a uma esfera política democrática, e está diretamente implicada, no século XX, no surgimento da tecnologia dos *mass media*¹ (LECLERC, 2004).

O intelectual, então, tornou-se, uma figura pública do privado. Uma entidade nebulosa e ativa, como se refere Ianni (1999), e também produz essa transformação. A política é uma questão de forma. O discurso é publicitário, eloquente e demagógico na lógica da produção do capitalismo tardio. Nesse ciclo do capital, a imagem é mercadoria, o discurso, publicidade (DEBORD, 1997; KIERNAN, 2007). A atividade de maior representação desses profissionais é a de relações públicas (CHOMSKY, 2013).

Ainda assim, o intelectual, originado no mundo da produção, dá coesão ao bloco histórico, cria o consenso e concilia os diferentes interesses no processo de organização da superestrutura e estrutura, na consolidação da hegemonia das classes dominantes. E em uma possível hierarquização dos aparelhos ideológicos de hegemonia, no contexto histórico de transição do ciclo do capitalismo, o intelectual teria, hierarquicamente, diante de si,

[...] a Empresa, ou seja, o conjunto ideológico dos preceitos que conformam o que também chamamos de mercado; as Instituições de comunicação, ou, como as tratamos mais comumente, a Mídia; o Grupo, conjunto de associações pessoais que mais influenciam nossos comportamentos; a Família; as Igrejas; a Escola; o Sindicato ou Associação, de trabalhadores ou empresariais (RAMOS, 2007, p.38).

¹ “Em latim, “meio se diz *medium*, e, no plural, “meios” se diz *media*. Os primeiros teóricos dos meios de comunicação empregaram a palavra latina *media*. Como eram teóricos de língua inglesa, diziam: *mass media*, isto é, os “meios de massa”. A pronúncia, em inglês, do latim *media* é “mídia”. Quando os teóricos de língua inglesa dizem “*the media*”, estão dizendo “os meios”. Por apropriação da terminologia desses teóricos no Brasil, a palavra “mídia” passou a ser empregada como se fosse uma palavra feminina no singular, “a mídia” (CHAUI, 2014, p. 149).

Os principais aparelhos de hegemonia são a empresa e a mídia. A mídia, por sua vez, tem um papel mais específico na produção e na distribuição de conteúdos próprios. Sejam jornalísticos, informativos, ou sejam de entretenimento, estão inseridos, tanto sua atividade produtora e distributiva, quanto seus conteúdos, na lógica da produção e do consumo. Afinal, a própria mídia é organizada como empresa. É parte integrante da sociedade civil. Uma das mais estratégicas, por conter a produção, a distribuição e o consumo. Nas fases de maior concentração de capital, como nos anos de 1960, a distribuição se tornou capaz de regular a produção pelo consumo, como já alertava Marx (2011) nos **Grundrisse**. No jogo publicitário das mídias, estão as insígnias do índice e da estatística. A “tecnologia que possibilita as sinergias; o compartilhamento e a distribuição de conteúdos gerados nas mesmas matrizes produtivas; e a racionalidade de gastos, custos e investimentos” (MORAES, 2013, p.22). Estas são produzidas por corporações que se estabelecem mundialmente devido aos seus canais, plataformas e suporte de comunicação que compõem um sistema midiático cujas características, conforme Moraes (2013), são a capacidade de estabelecer ideologias e interferir na formação da opinião pública; de incorporar e apropriar-se de diferentes léxicos a partir das conveniências particulares dos grupos dominantes hegemônicos; como também, de se definir em consonância com o mercado e seus apelos consumistas e publicitários como única instância social capaz de promover a organização da sociedade.

Esses meios de produção são de propriedade dos megagrupos midiáticos. Toda a infraestrutura tecnológica e lógica está incorporada por eles em um processo de produção material e imaterial. É “um sistema central, efetivo, dominante e eficaz” (WILLIAMS, 2001, p.53), capaz de definir estratégias de largo alcance e transmitir “significados e valores que não são meramente abstratos, mas que são organizados e vividos” (WILLIAMS, 2001, p.53). Os meios de comunicação são ferramentas ideológicas (RAMONET, 2013). E, segundo Debord (1997), culminam na sociedade modernizada, num estágio avançado do capitalismo, nomeado por ele de espetáculo, caracterizado pela combinação entre a incessante renovação tecnológica, a fusão economia-estado, a impossibilidade de contestação da mentira, e, o presente perpétuo. Nesse sentido, todo especialista é midiático-estatal e dessa forma são reconhecidos como especialistas.

2.2 DE PROFESSOR DE LITERATURA CATÓLICO A TEÓRICO DOS *MEDIA*

McLuhan nasceu na cidade de Edmonton, Canadá, no dia 21 de julho de 1911. Cresceu na cidade de Winnipeg, capital provincial de Manitoba, no centro-oeste do país. cursou nessa cidade o colegial e colou grau em literatura, história e filosofia pela Universidade de Manitoba em 1933, onde, também obteve o título de *master of arts* em língua inglesa (TRINTA, 2003). Estimulado por sua mãe, Elsie Hall McLuhan, solicitou e obteve bolsa de estudos na Universidade de Cambridge, na Inglaterra, onde recebeu um segundo grau de bacharel em 1936. Progressão significativa para quem pertencia a uma família comum canadense. Foi criado como um típico colono batista de raízes protestantes escoto-irlandesas, cujo antepassados eram fazendeiros. Seu pai, corretor de seguros, e, sua mãe, de ascendência inglesa, era uma erudita que procurou sempre garantir os estudos do filho no exterior. Foi nesse processo de formação que descobriu o catolicismo e se converteu a ele e se tornou professor de literatura e teórico dos meios de comunicação. Desenvolveu, assim, sua teoria científica estabelecida sobre uma base religiosa em que uniu estudos culturais à sua visão católica de mundo (WOLFE, 2005).

McLuhan, intelectual canadense, se formou na Inglaterra e se radicou nos Estados Unidos. Embora conflitos históricos em seus pormenores revelam as diferenças significativas entre esses países, os três se alinharam a partir interesses comuns na construção da hegemonia americana (KIERNAN, 2007). As classes dominantes, nos Estados Unidos, encontraram sua própria expressão, enquanto burguesia, contra a aristocracia britânica e seus hábitos. Entretanto, o pensamento racista era alimentado por muitos fatores e o uso do termo “anglo-saxão” passou a conotar uma herança da tradição colonizadora inglesa. Esse termo estava se popularizando dos dois lados do Atlântico. O que estava em jogo era um “esnobismo coletivo: ser “inglês” ou “saxão” significa pertencer a uma ascendência privilegiada, uma elite superior a qualquer espécie branca do resto da Europa” (KIERNAN, 2007, p.163).

Já em 1898, uma declaração proclamava tal conotação ao termo. “Nós somos anglo-saxões, e temos de seguir nosso sangue e ocupar novos mercados, e, se necessário, novas terras” (KIERNAN, 2007, p. 164) enquanto a civilização seguia as cores da bandeira dos Estados Unidos da América. O que estava em questão era o poder mundial e suas implicações. A continuidade dessa proclamação se refere a uma dita piedade anglo-saxã, “uma liga de Deus de povos de língua inglesa para a paz permanente neste mundo sacudido por guerras” (KIERNAN, 2007, p. 164). As frases são de um dos oradores do imperialismo de ascendência proprietária de escravos da Virginia. Cresceu por meio da retórica patriótica na política. São palavras que contém elementos de um dos discursos, sob o qual os grupos dominantes, nos Estados Unidos, se alinhavam (KIERNAN, 2007). McLuhan se referia a si próprio, como um anglo-saxão, por isso, herdeiro legítimo de uma tradição cultural e histórica (CARPENTER; McLUHAN, 1974).

Criado nas províncias ocidentais do Canadá, McLuhan sofreu as influências de ideias sociais que ali se ramificavam e que vinham definindo as iniciativas políticas do noroeste dos Estados Unidos desde o início do século XIX. Miller sugere que essas ideias e iniciativas sejam agrupadas sob um título de “socialismo agrário”. Entretanto, não deixa de considerar que tal categoria abrange grande variedade de concepções. Algumas até contraditórias, pois desde as primeiras migrações para o oeste e a conquista das planícies americanas, os pioneiros eram motivados pelo “sonho de um jardim Utopia, no qual qualquer homem que se dispusesse a trabalhar o solo com seu esforço poderia concretizar os ideais revigorantes da sólida independência de um proprietário rural” (MILLER, 1973, p. 23). Esse mito, que alimentava a imaginação do Oeste, sobreviveu para dar maior destaque à retórica da Direita Radical Americana (MILLER, 1973).

Por dificuldades imediatas ligadas ao cultivo da terra, esse ideal agrário encontrou sérios problemas diante do crescimento do capitalismo vindo do Leste com suas influências sobre a economia movida pelo cultivo do trigo no oeste. As estradas de ferro eram controladas de Nova Iorque e determinavam o transporte e a comercialização das colheitas. Os banqueiros, longe do solo produtivo, controlavam os débitos, os fazendeiros tinham de recorrer a eles para renovações de seus equipamentos. A liberdade do proprietário rural estava cada vez mais comprometida.

Encontrava-se cada vez mais dependente do sistema econômico sobre o qual não exercia controle. Era o movimento histórico do capital financeiro se estabelecendo.

Na tentativa de manter o mito da liberdade, produtores começaram a organizar protestos pelos quais reivindicavam sua autonomia. A oeste nos Estados Unidos, jamais conseguiram maior expressão que pudesse alterar aquelas forças políticas que o sistema capitalista trazia consigo. Somente no Canadá, “a política agrária radical atingiu um *status* legislativo significativo no século XX” (MILLER, 1973). Esse passado rural em que McLuhan cresceu, compõe sua retórica nos principais textos que publicou. Sua obra

[...] não se apresenta imediatamente como se houvesse sido escrita por alguém favorável às robustas simplicidades orgânicas da vida campesina. O texto está erigido de termos “científicos”, e toda a investigação parece dominada por um interesse geral pelo comportamento do sistema nervoso. Se buscássemos quaisquer antecedentes-Cambridge para essa obra mais recente, seríamos tentados a examinar [...] o trabalho positivista de I. A. Richards (MILLER, 1973, p.25-26).

Quando em Cambridge, na Inglaterra, McLuhan foi um típico “literato”. Um jovem estudioso tradicional. Mais tarde, desdenhou desse *status* como alguém que ignorava a natureza do meio de comunicação pelo qual atuava. Anos depois de sua formação, a imprensa, para ele, fora ultrapassada (McLUHAN, 1972). Isto porque, conforme Wolfe (2005), a vida literária em Cambridge, Oxford e Londres estava envolvida com a temática das massas. Em tempos de grande depressão econômica, os intelectuais britânicos estavam começando seus estudos sobre esse fenômeno, considerando essas massas, as classes subalternas. Alguns eram marxistas e outros estudiosos do que ficou conhecido como cultura popular. McLuhan foi atraído por esses trabalhos.

Foi também na Universidade de Cambridge que conheceu Armstrong Richards (1893-1979). Uma personalidade intelectual nos anos de 1920-1930. Richards, por assim dizer, inseriu McLuhan nos meandros da filosofia e da retórica. Em um primeiro momento, foi relutante aos pressupostos desse teórico. As circunstâncias eram prevalentes a toda experiência, e seu método de análise crítica,

aquele em que a leitura é imanente ao texto. McLuhan se apropriou desses pressupostos.

Preparava-se para fazer uso hábil de instrumentos retóricos, tais como imagens sugestivas, metáforas, alternâncias de ritmo e expressão irônica, explorando as potencialidades da linguagem, os recursos da língua e até mesmo a significativa obscuridade da poesia moderna. Em tais bases retórico-filosóficas, Marshall McLuhan formularia seu abeiramento exploratório à mídia e à cultura, evidenciando sua aptidão em fazer de palavras modos bem elaborados de investigação da condição humana a braços com tecnologias mutantes (TRINTA, 2003, p.2).

Richards era psicólogo de formação e concluiu, a partir dessa perspectiva teórica da Psicologia, que no poema se encerra uma função terapêutica. Visa à organização e ao equilíbrio dos vários impulsos produzidos pela sensibilidade em relação à sua totalidade estética, única. O poema contribui, segundo ele, para que o escritor e leitor se beneficiem de um bem-estar psicológico. Com esse teórico da nova crítica literária e cultural, McLuhan aprendeu que não era o conteúdo de um poema esteticamente produzido que importava, mas o impacto que o mesmo seria capaz de produzir com as sucessivas metáforas no mundo psíquico do leitor (TRINTA, 2003).

McLuhan foi leitor de escritores como James Joyce (1882-1941), Frank Raymond Leavis (1895-1978). Fez uso dessas leituras e dos preceitos teóricos que aprendeu aplicados aos estudos que fez das mídias. Sobretudo Leavis, professor inglês, influenciou-o por sua reserva moralizante para com a literatura. Seu trabalho crítico era uma forma de defesa contra o pragmatismo. Ele introduziu o então doutorando ao conceito de ecologia cultural, o estudo das variações das propriedades culturais que concebia a universidade como um reduto de autêntica consciência e responsabilidade. Diante dos conflitos bélicos que o Ocidente estava assistindo, procurava manter ainda viva a moral que poderia fundamentar a rejeição desses conflitos. A análise crítica de seu ambiente cultural foi a lição desse autor melhor assimilada por McLuhan. Sobretudo no que diz respeito à difusão da propaganda comercial e política (TRINTA, 2003).

O reconhecimento internacional de Cambridge se deveu, nos anos 1930, aos êxitos científicos que alcançou. As repercussões se deram por causa das

investigações nucleares de Ernest Rutherford (1871-1937) e colaboradores. Enquanto conseguiam descobrir o funcionamento atômico, no Laboratório de Cavendish, as pesquisas em biologia garantiam os estudos do sistema nervoso por meio de técnicas de eletrofisiologia. “O meio nervoso começava a revelar suas mensagens” (MILLER, 1973, p.26).

A escola de psicologia experimental, enquanto isso, procurava quantificar os aspectos subjetivos da experiência humana. Assim, foi cogitada a possibilidade da construção de um laboratório psicofísico. Embora essa proposta tivesse encontrado oposição dos diretores de Cambridge, cuja objeção era a de insulto à religião e ao trato da alma humana como objeto de estudos empíricos, as pesquisas logo tiveram continuidade. Essas objeções estavam presentes no modo como McLuhan, em um primeiro momento, considerou com desprezo a ciência quantitativa que violava a integridade humana. Um equívoco do qual logo se desfez. Existe notável aproximação entre o escopo dos interesses que moviam esses estudos e a maneira como McLuhan posteriormente se apropriou da antropologia e da neurologia em seus trabalhos. Fato é que Richards, integrante e representante reconhecido da escola inglesa, demonstrou a influência direta desses estudos científicos acerca do humano, não muito antes de McLuhan chegar a Cambridge. Após a Primeira Guerra Mundial, a obra de Richards correspondeu ao ponto culminante nos estudos sobre a língua inglesa. Antes dele, a língua inglesa estava inserida apenas em uma seção de línguas modernas. Entre os anos de 1917 e 1920, foi elevada ao ponto de ter em torno de si um departamento próprio, ao qual McLuhan esteve vinculado em seu período de estudos (MILLER, 1973).

Em algumas das formas mais rigorosas da nova crítica e da crítica estruturalista, o procedimento consiste em considerar a obra como um objeto a ser reduzido em seus componentes. Recebeu novos arranjos com o tempo, mas veio para ficar e está diretamente relacionada com a teoria do consumo.

O que me parece bastante surpreendente é que quase todas as formas de teoria crítica contemporânea são teorias de *consumo*. Ou seja, elas estão preocupadas com a compreensão de um objeto de tal forma que ele possa ser consumido correta ou proveitosamente. O estágio inicial da teoria do consumo foi a teoria do “gosto”, na qual a ligação entre a prática e a teoria era direta, como expressa na própria metáfora. Do gosto surgiu a noção mais elevada da “sensibilidade”, na

qual o consumo pela sensibilidade de obras elevadas ou inspiradoras que era considerado a prática essencial da leitura, sendo que a atividade crítica aparecia, então, como uma função dessa sensibilidade. Surgiram então teorias mais desenvolvidas, na década de 1920, com I. A. Richards e, mais tarde, com a Nova Crítica, na qual os efeitos do consumo foram estudados diretamente. A linguagem da obra de arte como objeto tornou-se, então, mais evidente. [...] Naturalmente, a noção da obra de arte como *objeto*, *como texto*, como um artefato isolado, tornou-se central em todas essas teorias posteriores de consumo. Não se tratava apenas do fato de que as práticas de produção eram então ignoradas, embora isso tenha se fundido com a noção de que a literatura mais importante, todavia, pertencia ao passado. As condições sociais reais de produção foram, em todo caso, negligenciadas, porque se acreditava que elas fossem, na melhor das hipóteses, secundárias. A verdadeira relação era sempre entendida como estando entre, por um lado, o gosto, a sensibilidade ou a formação do leitor e, por outro, a obra isolada, esse objeto “como realmente é em si mesmo”, conforme muitas pessoas observaram (WILLIAMS, 2011, p.63-64).

A filosofia, em Cambridge, se afastava do idealismo alemão e, sob a influência de Bertrand Russell (1872-1970), Georg Eduard Moore (1873-1958) e Ludwig Joseph Johann Wittgenstein (1889-1951), começava a alcançar renome internacional devido à investigação da estrutura lógica do significado, na linguagem. Richards foi o responsável pelo desenvolvimento do empirismo filosófico no campo da literatura. Para fazê-lo, aludiu a trabalhos das áreas estudos em psicologia e antropologia experimentais (MILLER, 1973).

Richards já havia se tornado famoso por defender que a literatura pode ser encarada como um especial exemplo de manipulação neural dos signos artificiais. E por sugerir, além disso, que a crítica prática poderia se ver restabelecida sobre a firme base do positivismo. Isso se fosse possível descer à análise do modo como o sistema nervoso processa e assimila as informações que lhe são fornecidas pelo escritor imaginativo. Richards fez um esforço indubitavelmente decisivo para o estudo da comunicação humana fosse devolvido no campo da epistemologia (MILLER, 1973).

A obra de McLuhan pareceu, por isso, consequência do que ele havia aprendido como aluno pesquisador, em Cambridge. McLuhan, entretanto, negou que Richards tivesse desempenhado qualquer papel significativo na direção do interesse para o exame do comportamento do sistema nervoso. McLuhan explorou os dados da psicologia e da antropologia de maneira muito pessoal. Com efeito, enquanto

Richards utilizou a informação científica para compilar uma gramática decisiva da posição literária, McLuhan utilizou dos mesmos dados com a finalidade de fazer deles derivar uma receita para uma vida espiritual saudável e completa. McLuhan adotou a concepção teológica da espiritualidade humana, a considerou como o órgão pelo qual os homens alcançariam ou deixariam de alcançar a comunhão com o próprio deus. Em outras palavras, ele decidiu de antemão qual seria a função adequada do conhecimento humano e julgou seus vários aspectos em função de se ajustarem ou não a esse ideal, determinado teologicamente (MILLER, 1973).

Após receber um segundo grau de bacharel em Cambridge, em 1936, começou sua carreira de professor. Como tal, ingressou na Universidade de Wisconsin, localizada em Madison, nos Estados Unidos. Convertido ao Catolicismo no ano de 1937, sofreu a influência do pensamento e obra de Gilbert Chesterton (1874-1936), intelectual literato das duas primeiras décadas do século XX. Por causa de sua conversão e influência intelectual, depois de Wisconsin, lecionou em instituições católicas, primeiro na Universidade de Saint Louis, no Missouri, depois na Universidade de Windsor, na província de Ontário, no Canadá. Deixou suas aulas para retomar os estudos. Voltou a Cambridge no ano de 1939, onde obteve o mestrado e o doutorado em Literatura Inglesa.

Ao defender sua tese em Cambridge, no ano de 1943, retornou ao Canadá, em 1944, e se dedicou ao ensino de Humanidades. Nesse período que foi transferido para a Universidade de Saint Louis, instituição de ensino superior administrada por jesuítas e, finalmente, para a faculdade católica de St. Michael's, na Universidade de Toronto, também no Canadá, a partir de 1946 (WOLFE, 2005). Nessa época, Marshall McLuhan tinha trinta e cinco anos. Era conhecido tanto como literato, quanto como uma figura carismática que cativava grupos de alunos e professores com "reuniões extracurriculares dedicadas ao "folclore do homem industrial" em que decodificava o que via como uma linguagem oculta dos anúncios, das histórias em quadrinhos e da imprensa" (WOLFE, 2005, p. 13-14).

McLuhan assistiu, em Toronto, na década de 1940, às aulas do autor e teórico canadense Harold Innis (1894-1952). Professor de economia política e economista que também estudava a questão da "ecologia humana" (TRINTA, 2003, p. 04). Innis foi um dos vários acadêmicos do século XX que apontaram a importância dos meios de comunicação no mundo antigo. Tornou-se conhecido por

sua teoria da matéria-prima sobre o desenvolvimento canadense. Ressaltou os domínios sucessivos do comércio de peles, peixes e papel e os efeitos desses ciclos na sociedade canadense.

Como bom historiador de economia, quando escreveu sobre a “mídia”, Innis se referia aos materiais usados para a comunicação, contrastando os relativamente duráveis – como pergaminhos, argila e pedra – com produtos razoavelmente efêmeros – como papiros e papéis. [...] Ele chega a sugerir que o uso dos materiais mais pesados, como ocorreu na Assíria, levou à adoção de um viés cultural com relação ao tempo e às organizações religiosas; enquanto os materiais mais leves podiam ser transportados rapidamente a distâncias maiores, resultando em uma tendência relacionada a espaço e organizações políticas. [...] Outro conceito central na teoria pioneira de Innis foi a ideia de que cada meio de comunicação tendia a criar um perigoso monopólio de conhecimento (BRIGGS; BURKE, 2006, p.16-17).

The Mechanical Bride (1951) foi o título do primeiro livro de McLuhan, publicado quando tinha quarenta anos de idade. O livro tem um cariz anticomercial, conveniente ao homem literário “visando, como visava, libertar o público das manipulações da indústria publicitária” (WOLFE, 2005, p.16). Foi com essa publicação que se viu levado ao encontro com a obra de Innis. O próprio McLuhan declarava que foram os livros de Innis que lhe ofereceram o conceito central de sua própria teoria (McLUHAN, 1972). De que “qualquer grande novo meio de comunicação altera toda a perspectiva das pessoas que o usam. Innis insistia em que a imprensa [...] havia provocado a expansão do nacionalismo, em oposição ao tribalismo” (WOLFE, 2005, p.16). Conceito desenvolvido quando McLuhan publicou seu primeiro trabalho teórico importante, **A Galáxia de Gutemberg**, em 1962 (WOLFE, 2005).

A partir de 1953, em colaboração com o antropólogo Edmund Carpenter (1922-2011), e outros representantes dessa área de estudos no Canadá e EUA, iniciou as publicações da revista ***Explorations***. As publicações eram vinculadas ao Centro para Cultura e Tecnologia, da Universidade de Toronto, no Canadá (TRINTA, 2003). Essa revista sobre comunicações era voltada para pesquisas da gramática de linguagens impressas e televisivas. Nas palavras dos editores,

A finalidade da presente antologia é desenvolver um conhecimento consciente sobre os meios impressos e as mais recentes tecnologias da comunicação, de modo que possamos orquestrá-las, reduzir ao mínimo suas frustrações e entreschoques, e obter o máximo de cada uma no processo educacional. O presente conflito leva à eliminação do motivo de aprender e à diminuição do interesse em todos os empreendimentos e progressos anteriores; conduz à perda de sentido de relevância. Sem uma compreensão da gramática dos meios de comunicação, é impossível ter esperança de se atingir uma consciência contemporânea do mundo em que vivemos (CARPENTER; McLUHAN, 1974, p.16).

A escola, os jornais, escritores de arte e populares, o teatro e o cinema falado, o rádio, as reuniões públicas, sejam elas religiosas ou não, os relatos de conversa entre os vários estratos da população e os dialetos locais, são focos de “irradiação de inovações linguísticas na tradição e de um conformismo nacional linguístico nas grandes massas nacionais” (GRAMSCI, 1986, p.172). Quando McLuhan e Carpenter propuseram a sua análise positiva dos *media* e de sua gramática, suas preocupações estavam relacionadas com a cultura e a língua unitária que normatizam a utilização dos meios. Conforme Gramsci (1986), se houve uma ampliação da cultura unitária, houve também a ampliação da língua unitária comum. A proposta de uma gramática normativa é um gesto político, e somente a partir daí pode justificar sua existência cientificamente. Por isso, deve ser posta em relação com a gramática histórica. À questão da língua normatizada pela gramática, deve-se acrescentar uma série de problemas, “a formação e a ampliação de classe dirigente, a necessidade de estabelecer relações mais íntimas e seguras entre os grupos dirigentes e a massa popular-nacional, isto é, de reorganizar a hegemonia cultural” (GRAMSCI, 1986, p.172).

Outro intelectual que entusiasmou McLuhan foi Pierre Teilhard de Chardin (1881-1955), geólogo e paleontólogo francês. Ele se tornou conhecido por suas expedições em busca de fósseis, sobretudo na China e na Ásia Central. Sacerdote jesuíta, lecionou Geologia no Instituto Católico de Paris. Divulgava a teoria darwinista da evolução como uma etapa da evolução humana dirigida por deus. O século XX seria o momento da evolução para a *noosfera*. Conceito que apresentava como a unificação do sistema nervoso humano, das almas humanas, por meio da tecnologia. Teilhard de Chardin fez referência aos meios de comunicação como o rádio, a televisão e os computadores, como também fez menção à cibernética. Ele

escreveu sobre a rede de comunicação que o rádio e a televisão poderiam produzir com a unificação da consciência humana e alteração da velocidade de pensamento. A tecnologia eletrônica de comunicação criou, para ele, o sistema nervoso da humanidade. Conforme Wolfe, para Teilhard de Chardin, a Terra era uma máquina pensante e um período de unificação da civilização estava começando. Essa “civilização unificada” era a “aldeia global” de McLuhan (WOLFE, 2005, p. 17). “A exteriorização de nossos sentidos cria o que Chardin chama de “noosfera”, ou seja, o cérebro tecnológico do mundo” (McLUHAN, 1972, p. 59). A interdependência eletrônica cria o mundo à imagem de uma aldeia global (McLUHAN, 1972).

Em seus textos e trabalhos, McLuhan reconheceu a influência de Harold Innis. Mas não foi assim com Teilhard de Chardin. Faz menção a ele (McLUHAN, 1972), em citações, mas não o menciona como uma influência intelectual. Uma razão provável foi a repercussão da obra de Teilhard de Chardin entre os intelectuais católicos. A sua heterodoxia era mencionada. “Dentro da Igreja, Teilhard deve ter sido visto como um cientista demasiado darwinista, enquanto fora da Igreja o viam muito mais como um místico católico” (WOLFE, 2005, p.19). Seu livro, **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**, lançado no ano de 1964, está repleto de ideias de Teilhard de Chardin (WOLFE, 2005).

Miller atribui a uma certa injustiça teórica comparar McLuhan com Chardin. Mesmo assim, procura traçar algumas relações e evidências de que pertencem a categorias, na verdade, já conhecidas. Para esse autor, McLuhan e Chardin podem ser considerados professores reconhecidos por suas teorias. Ademais, evidencia um aspecto importante do pensamento de Chardin e do próprio intelectual McLuhan, o catolicismo.

Tal como Chardin, McLuhan é católico e, conquanto não faça específica alusão ao fato, daí decorre uma feição oculta que se comunica a todas as suas famosas opiniões, e reduz a absurdo a afirmativa, em que ele insiste, de se haver libertado da tirania dos “valores”. A massa da obra de McLuhan está fortemente penetrada de devoção católica e a proclamação de imparcialidade é, em parte, recurso tático para iludir “o inimigo” (MILLER, 1973, p.21).

As tentativas declaradas de imparcialidade realçam aspectos do pensamento de McLuhan. Embora se dissesse isento de seus valores, prevalecem em seus trabalhos a preocupação com os princípios católicos. Sua posição contra o racionalismo científico ateu tinha de ser conciliada com o prestígio intelectual que essa corrente de ideias abarcava. Por isso, adotou em suas argumentações na construção de suas análises, a posição de cientista. Entretanto, acabou na mesma posição que Teilhard de Chardin, “seu companheiro de beatice” (MILLER, 1973, p.20).

De maneira assaz estranha, o próprio catolicismo oferece a seus adeptos oportunidade para proclamarem aquela exata imparcialidade que McLuhan procura, pois é possível identificar na situação *social* do católico anglo-americano um sentido de alienação que equilibra qualquer “ponto de vista” – situação sintetizada por McLuhan (MILLER, 1973, p.21)

O paradoxo entre os muitos caminhos e o ponto de vista único, fez com que se encontrasse em uma situação delicada frente à instituição católica. No Canadá, em que McLuhan foi criado, as ideias de distribuição agrária estão vinculadas ao catolicismo. Tanto um quanto outro, presentes em sua obra. Entretanto, conforme Miller (1973), e isso também está presente em seus textos, nas regiões canadenses, são reconhecidos os conflitos entre as diferentes identidades culturais e sociais. Esses conflitos apontavam para o desafio que seria falar em um único ponto de vista, como também o que significava sua rejeição.

Essa profunda divisão no que se refere à lealdade cultural protegida, por si mesma, o canadense da tirania do “ponto de vista único”. Contudo, ele sofre ou goza de uma tendenciosidade adicional por força de sua ambígua atitude para com os Estados Unidos da América. Embora ele não possa fugir a identificar-se com os destinos promissores da América do Norte como um todo, tem orgulho em realçar um destino canadense peculiar, cuja pureza áspera, tal como ele a encara, reprova o materialismo faustoso dos Estados Unidos da América. Acrescentemos a isso os problemas do separatismo francês e prontamente teremos meios de perceber que, no Canadá, McLuhan terá talvez encontrado a situação ideal dentro de cujo âmbito desenvolver os múltiplos pontos de vista que ele tem por tão favoráveis à imparcialidade crítica (MILLER, 1973, p.23).

Outros escritores e intelectuais católicos, dentre eles o já mencionado Chesterton, tornaram o catolicismo atrativo no âmbito da literatura e dos círculos literários. A conversão ao catolicismo de McLuhan aconteceu nesse período de florescimento da literatura católica que esse autor representa. Sua conversão à Igreja coincidiu com seus estudos sobre a cultura popular. “Embora quase nada nos escritos de McLuhan viesse a ser declaradamente religioso, essas duas paixões acabaram se unindo para criar o mcluhanismo” (WOLFE, 2005, p.13).

A confiança depositada no racionalismo submeteu os homens à tirania das máquinas. Assim, pensava Chesterton. A exaltação da cabeça em detrimento do coração, fez com que o homem perdesse seu hábito pela perfeição. Tema atrativo e que foi comum aos escritores do início do século XX. McLuhan foi tão atraído por ele quando pelos ideais da distribuição agrária. A separação entre a cabeça e o coração, assumiu relevo nas explicações de McLuhan ao trabalhar com os temas relacionados aos meios de comunicação, inclusive os eletrônicos. Essa fração está em sua obra (MILLER, 1973).

O cultivo da intuição se tornou, assim, o caminho que poderia conduzir a um reencontro do ser humano consigo mesmo em sua busca pela perfeição. Consideraram assim, Chesterton e McLuhan, o racionalismo como uma fraude e foram hostis para com a engenharia social devido à devoção católica que mantinham. Uma vez que a natureza humana foi marcada pelo “pecado original”, a sua inclinação naturalmente é para o mal. Essa inclinação pode ser constatada nas instituições seculares da sociedade orientadas por princípios racionais. Os males e as mazelas da civilização, são frutos da imperfeição metafísica da natureza humana. Somente a intervenção redentora de deus, poderia livrar o homem da miséria e confusão para que possa cultivar a intuição pela qual pode alcançar essa redenção. Além disso,

McLuhan está, pois, tão fortemente imbuído de preconceitos favoráveis ao ideal agrário que se prontifica a apresentar o Sul como exemplo desse ideal, ainda que tenha de conciliar fatos contraditórios. Ele é expoente de uma forma falida de história cultural cuja peculiar feição alcançou êxito em boa parte devido ao uso de generalizações amplas e tendenciosas. Ainda que McLuhan *não* fosse um adepto do ideal agrário, teria escrito o tipo de história que ignora ou suprime fatos da realidade política ou social que, de outra forma, não poderiam ser contornados. Com efeito, McLuhan vê o

desenvolvimento humano em escala tão ampla que os pormenores sociais que o integram muitas vezes se reduzem de tamanho até o ponto de se tornarem imperceptíveis. Os elementos particulares que dão feição própria ao caráter vivo das comunidades ou são totalmente ignorados ou, quando isso parece conveniente, são expostos a generalizações tão violentas que deixam de ser reconhecíveis para qualquer fim útil. A história se transforma numa luta entre dinastias sucessivas de leviatãs sintéticos (MILLER, 1973, p.44).

O texto de McLuhan, **Visão, Som e Fúria**, publicado em 1954, na revista **Commonweal** (v.60), é anterior à publicação de seus livros mais conhecidos, lançados em 1962 e 1964, já expressava sua principal afirmação que não deixaria de se repetir. O homem pós-renascentista era psicossocialmente definido enquanto homem tipográfico, seu padrão para o entendimento da realidade estava na linearidade da frase escrita. Assim, o meio de comunicação é entendido como uma extensão do sentido e determina a percepção da realidade. Cada meio é a extensão de um sentido.

Desacostumado a estabelecer uma ratio global, o homem entraria em crise desde quando não mais lida com um mundo feito à sua imagem e semelhança tipográfica. Desde breve resumo, podemos observar: 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 perspectivismo 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 verbivocovisual, produzida pelo avanço tecnológico. Assim visto, o pensamento de McLuhan apresenta um caráter curiosamente antiquado. Ele condena o pensamento linear, teoriza, contudo, nesses mesmos termos. Seu esquema termina sendo de tipo evolucionista, à semelhança das teorias do evolucionismo cultural tão caro aos cientistas sociais do século XIX e hoje definido como forma etnocêntrica (LIMA, 2011, p.164-165).

O professor universitário de Toronto se tornou conhecido mesmo, conforme Wolfe (2005), devido a uma intervenção publicitária. O autor diz que em San Francisco, Howard Gossage (1917–1969), fascinado pelo livro recém lançado de McLuhan, levou-o para o Estados Unidos em 1965 para apresentá-lo à imprensa

e à indústria publicitária de *New York*. Foi uma campanha que se revelou bastante produtiva. A partir de então, artigos em revistas, reportagens em jornais e aparições na TV se sucederam concomitantemente às suas preleções e palestras em círculos empresariais, universitários e públicos. Revistas expressivas como a ***New York Magazine*** e a ***Harper's Magazine***, publicaram sobre McLuhan. “Só em 1966 o número de trabalhos a seu respeito elevou-se a mais de 120, ocupando praticamente todas as publicações importantes dos Estados Unidos, Canadá e Grã-Bretanha” (WOLFE, 2005, p.20). Tornou-se um intelectual das mídias, na mídia e pela mídia.

Seu livro mais amplamente conhecido e que o despontou como um bem-sucedido intelectual dos meios de comunicação foi o ***Understanding Media: The Extensions of the Man***, de 1964². Já havia lançado ***The Mechanical Bride*** (1951) e ***The Gutenberg Galax*** (1962)³ em que seu nome aparecia inteiro, Herbert Marshall McLuhan. Esse seu último livro teve uma grande procura e o tornou conhecido. A procura por seus demais textos é devida ao interesse em verificar os estágios do desenvolvimento do pensamento do autor e seu estilo. Ele tomou como base toda a história da humanidade. Seus conflitos sociais, suas diferenças linguísticas, invenções técnicas, artísticas e científicas, e as apresentou de modo desordenado, fazendo aproximações entre acontecimentos, fatos e eras distantes a fim de evidenciar o efeito dos meios (WOLFE, 2005).

McLuhan chamava essa forma de escrever a história de “mosaico” (McLUHAN, 1972). Está relacionada com a técnica produzida pela televisão. A imagem que o tubo da TV produz é um feixe sucessivo de cores e manchas que o espectador unifica em sua dinamicidade e simultaneidade perceptiva. A escrita em mosaico poderia oferecer a ele a condição de se aproximar, mesmo se utilizando de um meio ultrapassado como o livro, da simultaneidade produzida pelos meios de comunicação eletrônicos. Assim, escreveu um mosaico histórico que tinha por finalidade a superação da apresentação “linear” ou lógica dos fatos. Esse seria um novo modo de pensar, um pensamento por associação. O que era antes desordem, pode criar a imagem de “um homem que sabe quase tudo. Uma razão para o

² A tradução para o português, publicada pela editora Cultrix, no ano de 2001, traz o título: **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem**.

³ A tradução para o português, publicada pela Companhia Editora Nacional, no ano de 1972, traz o título: **A Galáxia de Gutemberg**: a formação do homem tipográfico.

atrativo do livro de McLuhan é o tratar principalmente de televisão e de seus efeitos” (WOLFE, 2005, p.11). McLuhan pareceu realmente compreender os segredos da televisão

[...] não apenas em suas técnicas, mas também nas suas transformações psicológicas e do “ambiente”, e ao relacionar TV, rádio, máquinas computadoras e automatização na caracterização da “era eletrônica”, na qual é ele arrojada autoridade e profeta, McLuhan conseguiu uma vasta parcela da atenção pública. É que ele escreve sobre esse assunto numa linguagem aparentemente técnica de sua própria invenção e isto apenas se soma à sua já marcante imagem como historiador cultural e cientista. Ele estende sua atração a um bando de pessoas interessadas ou com a esperança de entrar para as superindústrias da publicidade, televisão e anúncios, em vista dos roteiros que proporciona a eles, de como parecerem ser peritos científicos ao fazer os meios de comunicação afetarem o espírito. Seu atrativo, além dos mais, penetra nos limites artísticos, pois suas teorias acerca do efeito dos meios de comunicação tomados em si mesmos, sem considerar o conteúdo, vão muito além da televisão (FINKELSTEIN, 1969, p.12).

Seu livro, como o próprio McLuhan, ficou amplamente conhecido já em meados dos anos de 1960, logo que foi lançado. Além do interesse popular, alguns intelectuais se interessaram por suas análises. Embora ainda tentasse preservar sua tradição religiosa, chamou a atenção de muitos profissionais e intelectuais dedicados ao materialismo. No final do ano de 1964, corporações como *General Electric* e *IBM* já convidavam McLuhan para ir aos Estados Unidos fazer preleções para seus executivos sobre a utilização e o domínio dos *media*. Nessas ocasiões fez apontamentos que se seguiriam às suas principais publicações. Declarou, por exemplo, aos executivos da *General Electric* que os negócios da empresa, embora estivessem na produção de lâmpadas, os puseram no ramo da nova informação, ao lado de empresas como a *AT&T*. A luz elétrica era um meio sem uma mensagem. Na *IBM*, por sua vez, elogiou a compreensão de que os negócios deles não eram exatamente a fabricação de equipamentos, mas o processamento de informação (WOLFE, 2005). Eventos que revelaram sua afinidade com esse tipo de indústria e o mundo empresarial que em torno dela se formou.

O que temos por trás dessas afirmações de McLuhan é sua ideia de que não precisamos mais de um saber consciente ou racional. A eletricidade poderá

fazer isso por nós, como afirmou em *Understanding Media*: “Rapidamente nos aproximamos da fase final das extensões tecnológicas do homem – a simulação tecnológica da consciência” (McLUHAN, 2001, p.19). Em seu livro anterior, *A Galáxia de Gutemberg*, McLuhan enfatizou a destruição causada no ser humano por sua forma de pensar racional. Fez dele seres individualmente fragmentados. O homem integral é um homem intuitivo e irracional. Já ultrapassou o estágio em que os arquétipos da individualidade eram determinantes e agora está contato com os arquétipos do inconsciente coletivo (McLUHAN, 1972; 1973). No livro *Understanding Media*, continuou e foi adiante com suas análises procurando demonstrar como a nova era eletrônica poderia evitar e pôr fim as guerras e estabelecer a paz na terra.

Não apenas a nova eletrônica elimina a necessidade de palavras impressas e livros; vê ele também esses meios de expressão eletrônicos como promessas de uma percepção extra-sensorial, de modo que até mesmo a fala será banida. Uma vez que os meios de expressão eletrônicos são extensões do sistema nervoso central, o sistema nervoso central de cada pessoa se mesclará com o de todas as outras pessoas (FILKENSTEIN, 1969, p.15).

McLuhan disse na segunda metade do século XX, que a televisão invertia o processo dos sentidos perceptivos do ser humano (McLUHAN, 2005). O que produziu um equilíbrio tribal. O mesmo equilíbrio que ele afirmou existir na era pré-letrada, anterior à imprensa. A televisão produziu uma rede unificada de percepção e de experiência que fez com que o homem utilizasse todos os seus sentidos novamente. A televisão foi, para ele, um meio de comunicação áudio-tátil e, por meio dela e dos satélites, o mundo estava se transformando rapidamente numa “aldeia global” (WOLFE, 2005).

Os efeitos da televisão recaem, sobretudo, no sistema nervoso central. Por isso, dizia McLuhan, que os jovens de seu tempo constituíam uma primeira geração transformada por eles. Explicou que o dito choque entre as gerações não tinha natureza ideológica, mas neurológica. Tratava-se de uma disparidade entre as gerações formadas pela imprensa e essas que eram, então, formadas pelos meios eletrônicos. Uma geração áudio-tátil, para ele, neotribal. Observava essa nova geração que estaria fadada a se entediar com as salas de aulas dirigidas por

professores do mundo da imprensa. Por isso, para ele, o sistema educacional deveria ser totalmente modificado.

A natureza humana agora seria diferente. O nacionalismo, produto da imprensa, tornar-se-ia impossível. Em lugar dele, a aldeia global. Na aldeia global, predizia McLuhan, já não seria possível isolar grupos raciais uns dos outros. Em vez disso, todos estariam “irrevogavelmente envolvidos uns com os outros e seriam responsáveis uns pelos outros”. McLuhan advertia que a aldeia global não era uma prescrição utópica. Na verdade, ela poderia com a mesma facilidade tornar-se um banho de sangue. Afinal de contas, perguntava ele, onde é que encontramos os mais completos carneiros? Nas aldeias. A aldeia global poderia reunir toda a humanidade para a carnificina tão facilmente como para qualquer outra coisa. [...] Acreditava que a nova era oferecia a possibilidade de algo muito mais sublime do que a utopia, que é, afinal, um conceito secular. “O conceito cristão de corpo místico”, escreveu McLuhan em uma de suas poucas referências explícitas ao mais acalentado de seus sonhos, “de todos os homens como membros do corpo de Cristo – isto se torna tecnologicamente um fato sob as condições eletrônicas” (WOLFE, 2005, p.17-18).

Por esse motivo, o tema prevalente no pensamento McLuhan é a comunicação eletrônica. Na maior parte de seus livros, tecidos em mosaicos e ziguezagues, os fatos e acontecimentos se adiantam e recuam em ideias mescladas em tempos históricos distintos da sociedade e da cultura, teem sempre em vista os meios de comunicação eletrônicos. “Subjacente a este “mosaico” está a sua emplumada teoria das transformações históricas como uma sequência de explosões históricas” (FILKENSTEIN, 1969, p.19). Em sua concepção de história, um novo meio de comunicação cria um novo ambiente. Esse ambiente altera os sentidos humanos, que por sua vez muda também e produz explosões históricas. O conflito de classes é reduzido aos conflitos e domínio dos meios.

Como apoio da argumentação de sua teoria ele lança uma rede que abarca tudo acerca de comunicações, amontoando ao mesmo tempo artes, ciências, alfabetos, esportes, línguas, profissões, ferramentas, máquinas, livros, impressos, estradas, rios, embarcações, estradas de ferro, relógios, computadores, microfones de rádio e tubos de imagem de TV (FILKENSTEIN, 1969, p.19-20).

Em suas interpretações dos exemplos históricos, McLuhan diminuía e desconsiderava a atividade criativa do trabalho humano. Como também a transformação do mundo para suprir as necessidades humanas. Para ele, a alteração de seu meio ambiente e de um ambiente ao outro em cooperação proporcionaria a formação de uma nova sociedade. Seu interesse não estava em como o conhecimento científico foi acumulado com o tempo ou como as técnicas se desenvolveram e produziram transformações nas condições sociais. Sua atenção não estava voltada para o aperfeiçoamento do ser humano, em seu crescente desenvolvimento e consciência de seus poderes e potencialidades, como também, sua capacidade para inventar, produzir e executar mudanças pelo seu trabalho. O que se destaca em seus trabalhos intelectuais, a discussão sobre o impacto das técnicas reconhecidas como técnicas de comunicação. Não importa como essas técnicas foram construídas historicamente. Elas apareceram misteriosamente e o ser humano foi repentinamente tomado por elas. Elas transformaram seu meio ambiente e sua mentalidade. Assim, em meados do século XX, os seres humanos se encontravam desamparados em meio ao novo ambiente produzido pelas técnicas eletrônicas de comunicação e deviam se ajustar, pois, era inevitável. “Eles não podem controlá-las mesmo socialmente, porque essas técnicas estão acima da sociedade. Tudo o que se deve fazer é dar-se conta alegremente do que lhes está acontecendo” (FILKENSTEIN, 1969, p.26). A visão histórica e tecnológica de McLuhan é teorizada em retrocesso de forma não ordenada. Seu ponto de partida são os conflitos travados entre os meios de comunicação operados comercial e militarmente. “Depois passa à universalização, ao incluir todas as formas de criação humana e expressão sensorial no termo “meios de comunicação”, inventando ainda guerras semelhantes” (FILKENSTEIN, 1969, p.42).

Desse modo, sua teoria está envolvida no desenvolvimento da publicidade. Mesmo que tenha sugerido haver algo além de interesses comerciais que acionam os botões e ativam os robôs, não ofereceu possibilidades mínimas para uma “quebra de contrato”. Sua teoria dos meios de comunicação concebeu o ser humano ontologicamente determinado por sua própria tecnologia. O cume de sua teoria se encerrou na frase “o meio é a mensagem”. Negou que o ser humano fosse capaz de distinguir o verdadeiro do falso, e, por isso, deveria assumir sua condição enquanto ser definido por suas tecnologias, não por suas mensagens. Se

não há mensagem, o que existe são os meios de propagação de formas, a publicidade (FILKENSTEIN, 1969). Nela prevalece o discurso mais atraente e que desperta e seduz os consumidores de seus anúncios. McLuhan teve a formação de um crítico literário e, a partir dela, definiu que o importante não era o conteúdo da informação, mas sim a forma que ela assumia com os novos meios de comunicação. Em sua interpretação da história, formulou diversas frases que surtiam mais efeitos por suas formas que pelos seus conteúdos. Fez distinções entre a mídia quente, o rádio e o cinema, e a mídia fria, a televisão e o telefone (BRIGGS; BURKE, 2006). Mas, para ele, seja a mídia quente ou fria, “o meio é a mensagem” (McLUHAN, 2001, p.21).

No ano de 1960 atuou como diretor do Projeto da Associação Nacional de Radiodifusores Educacionais para a Compreensão dos Novos Meios de Comunicação, em Washington. Foi figura central da Terceira Conferência Anual sobre as Humanidades sob os cuidados da Faculdade de Pós-graduação da Universidade do Estado de Ohio. Otimista em relação aos novos meios de comunicação, apontou para seus potenciais. “A emergência de uma comunidade global de saber é uma decorrência natural de um mundo onde a produção e o transporte de mercadorias se fundem enfim com o movimento da própria informação” (McLUHAN, 2005, p.54). Os debates que se seguiram receberam o título de: A Revolução das Comunicações.

Em 1964 foi convidado a participar do Simpósio sobre Cibernética e Sociedade. Encontro realizado em Washington sob o patrocínio conjunto da Universidade de Georgetown, da Universidade Americana e da Universidade George Washington e organizado em cooperação com a recém-formada Sociedade Americana de Cibernética. Nessa oportunidade, “opõe fortemente a nova era eletrônica da cibernética à velha era visual/mecânica” (McLUHAN, 2005, p. 84). No ano seguinte ao recente lançamento de seu livro mais conhecido sobre as mídias, em 1965, na Inglaterra, despertou a atenção da imprensa britânica. Em janeiro desse ano, foi convidado do programa **Monitor**, da *British Broadcasting Corporation*, cujo entrevistador foi Frank Kermode (1919-2010). Nessa oportunidade, falou sobre a televisão e sobre a tecnologia que “ ao mesmo tempo rearranja padrões de associação humana e cria efetivamente um novo ambiente” (McLUHAN, 2005, p. 90).

No ano de 1966, especificamente no dia sete de maio, proferiu uma conferência pública em Nova Iorque, na Galeria de Arte Kaufmann. Foi o último de seis programas preparados pela fundação. Explica o trocadilho com o título de seu livro e sua tese de que o “meio é a mensagem”, pois, “realmente se apodera da população” (McLUHAN, 2005, p.114). No dia seguinte, oito de maio, no programa de serviço público da *Canadian Corporation Broadcasting TV*, foi entrevistado pelo jornalista Robert Fulford (nascido em 1932). Ofereceu ali suas considerações sobre o choque de gerações, como também falou sobre o futuro da internet (McLUHAN, 2005).

Em 1967 participou das conferências de Marfeet. Conferências que aconteciam em homenagem a um negociante de Illinois que sempre nutriu forte interesse pelas relações entre Canadá e Estados Unidos. Nos dias 16 e 17 de março desse ano, McLuhan pronunciou uma Conferência Marfleet em duas partes, no Auditório da Universidade de Toronto. Uma semana antes da data prevista para a apresentação, a **Newsweek** publicou uma reportagem de capa (6 de março de 1967) intitulada “Uma mensagem de Marshall McLuhan”, que tornou as conferências populares também para o público em geral. O tema da primeira foi sobre a fronteira do Canadá com os EUA. “Enquanto os EUA estão se tornando um ambiente mundial graças aos seus recursos, tecnologias e empresas, o Canadá assume a função de tornar esse ambiente mundial perceptível para aqueles que o ocupam” (McLUHAN, 2005, p. 150). Na segunda, explicitou seu conceito de simultaneidade, “que cria uma espécie de memória total que é um retorno ao tribalismo no sentido de uma consciência inclusiva” (McLUHAN, 2005, p. 180).

Em 1970, o jornalista Thomas Kennerly Wolfe (nascido em 1931), conhecido como Tom Wolfe, e McLuhan foram filmados pela TV Ontário no jardim de sua casa. McLuhan falou sobre o poder místico dos meios de comunicação eletrônicos. No ano de 1972, no mês de Abril, em Londres, Inglaterra, participou de uma conferência realizada no *National Film Theatre* para debater o tema sobre futuro do livro numa sociedade tecnologicamente desenvolvida. Presidida pelo Duque de Edimburgo (1921) e promovida conjuntamente pelo Partido Trabalhista para as Relações Comerciais, e, entre a Biblioteca e a Liga Nacional do Livro. McLuhan foi convidado a falar, na qualidade de figura internacional e especialista mundial, sobre o significado dos meios de comunicação de massa numa era

eletrônica. Em Novembro desse mesmo ano, presidiu um encontro que reuniu membros do *Empire Club* do Canadá no *Royal York Hotel*, em Toronto. O *Empire Club* é uma organização formada pela elite conservadora do Canadá em assuntos de economia, academia e negócios (McLUHAN, 2005).

No ano de 1974 fez uma palestra na Universidade do Sul da Flórida, em Tampa. Como parte de uma série de colóquios universitários, patrocinada pela faculdade de educação. A palestra tratou das mudanças que estavam ocorrendo na tecnologia da mídia e de seus efeitos sobre as comunicações individuais, culturais e globais. No curso de sua conferência, McLuhan explicou o que ele entendia por seu famoso aforisma “o meio é a mensagem”: “Significa um ambiente de serviço criado por uma inovação, e o ambiente de serviços é o que muda as pessoas. É o ambiente que muda as pessoas, e não a tecnologia” (McLUHAN, 2005, p. 284). No ano de 1976, no sexto dia do mês de Setembro, ele se apresentou no *Tomorrow Show* da *NBC*, com Tom Snyder (1936-2007). Em plena disputa presidencial entre Jimmy Carter (nascido em 1924) e Gerald Ford (1913-2006). Nesse mesmo mês, foi convidado, no dia 23, pelo *Today Show* da *NBC* para comentar, com Tom Brokaw (nascido em 1940) e Edwin Newman (1919-2010), o debate televisivo entre Jimmy Carter e Gerald Ford. Em 1977, naquela que seria sua última aparição na televisão, no dia 28 de Dezembro, foi convidado pelo programa de assuntos públicos da TV Ontário, *The Education of Mike McManus*. E por fim, no ano de 1979, ainda que McLuhan insistisse em afirmar que não estava tentando montar um corpo coerente de teorias, perto do fim da vida ele deixou algumas pistas do que entendia como a culminação, a síntese final de suas ideias. Sua última palestra gravada, com o título de “O homem e a mídia”, proferida na Universidade York, em Toronto.

De acordo com Wolfe (2005), no final da década de 1970, já bastante conhecido, McLuhan não parecia se importar com a característica mundana e comercial de seu *status* de celebridade acadêmica. O autor canadense não agiu com “indiferença em relação aos jornalistas, ao pessoal do *show biz* e aos editores que tão alegremente elevam sua reputação ao status de estrela” (WOLFE, 2005, p.22). A literatura era fundamental para sua visão de mundo, e a maioria das suas ideias sobre a mídia, surgiram, naturalmente, das obras que estudava (STAINES, 2005). Mas, nem por isso, fez qualquer tipo de consideração direta quanto ao intelectual midiático que ele mesmo se tornou.

Quando professor de literatura, McLuhan ficou sempre à disposição dos alunos em seu gabinete. Fosse para consultas, conselhos, ou fosse para uma simples conversa. Era um professor que permanecia no *campus* o dia todo e que se mostrava “generoso para com as religiosas da Faculdade” (STAINES, 2005, p.358). Sobretudo, quando em Saint Michel’s, em Toronto. Para sua particular devoção católica, o meio-dia era sagrado, uma vez que a religião ocupava lugar significativo em sua vida. Dia após dia, cruzava o *campus* para ouvir a missa das 12:10 na Igreja de São Basílio, na Universidade de Toronto. Comparecia todos os dias à Igreja para comungar (STAINES, 2005).

No verão de 1979, foi convidado para uma reunião entre intelectuais e pessoas do mundo dos negócios. McLuhan passou boa parte do tempo desse encontro respondendo questões que lhe dirigiam. Deu conselhos e fez o papel de um visionário da mídia. Essa foi sua última aparição pública. Herbert Marshall McLuhan faleceu nas primeiras horas do dia 31 de dezembro de 1980, em Toronto, no Canadá, e “o funeral realizou-se poucos dias depois na igreja paroquial do Santo Rosário. Para muitos de nós, foi bom que nosso último encontro com Marshall tivesse se dado no templo que ele conhecia tão bem” (STAINES, 2005, p.360).

Depois do reconhecimento de seus trabalhos entre instituições e intelectuais influentes, no decorrer de sua atuação social enquanto intelectual, teve várias participações e discorreu sobre diversos temas ligados aos meios de comunicação. Essa atuação entre os círculos intelectuais, institucionais e corporativos, deu-se nas tantas vezes que participou de entrevistas na televisão e produziu palestras sobre seus temas favoritos. McLuhan, um intelectual orgânico, formado e atuante em instituições de grupos dominantes, representava a transição que o próprio intelectual sofreu no século XX. De professor católico de literatura, ele se tornou um teórico dos meios de comunicação. Assim como de intelectual literário, tornou-se um intelectual das mídias. Foi assim, enquanto intelectual midiático das mídias que produziu uma justificativa para a sociedade unificada pelos *media*.

2.3 A JUSTIFICAÇÃO DA SOCIEDADE UNIFICADA PELOS MEDIA

McLuhan foi categorizado, por Guy Debord (1997), como o primeiro apólogo do espetáculo, na sociedade do espetáculo⁴. Quer dizer, defensor das múltiplas liberdades trazidas pela “aldeia global”, o processo de mundialização do capital. Embora tenha reconhecido que os *mass media* conduzem ao irracional, foi o elogio a eles que o fez despontar como representante da utilização desses meios como instrumentos unificadores da sociedade em amplitude global. Conforme o autor francês, a lei dos tempos espetaculares estava expressa numa frase: “se uma coisa existe, não é preciso falar dela” (DEBORD, 1997, p.170). Lei que insere qualquer análise ao seu próprio âmago e as obriga à sujeição, caso, enquanto crítica, se pretenda conhecida. Nisso consiste, segundo ele, o pensamento de McLuhan para a justificação da sociedade na qual se desenvolve o modo de produção do capitalismo tardio.

A discussão vazia sobre o espetáculo – isto é, sobre o que fazem os donos do mundo – é organizada *pelo próprio espetáculo*: destacam-se os grandes recursos do espetáculo, a fim de não dizer nada sobre seu uso. Em vez de espetáculo, preferem chama-lo de domínio da mídia, [...] um simples instrumento, uma espécie de serviço público, que gerencia com imparcial “profissionalismo” a nova riqueza da comunicação de todos por *mass media*, comunicação que teria enfim atingido a pureza unilateral [...]. O que é comunicado são *ordens*: de forma altamente harmoniosa, os responsáveis por essas ordens são os mesmos que vão dizer o que pensam delas. (DEBORD, 1997, p. 170-171).

O desenvolvimento das mídias eletrônicas trouxe consigo a “indústria da consciência” (ENZENSBERGER, 2003, p.11). Essa indústria se tornou, nas sociedades industriais tardias, o controle do desenvolvimento socioeconômico. Está

⁴ “A palavra “espetáculo” vem dos verbos latinos “*specio*” e “*specto*”. “*Specio*”: ver, observar, olhar, perceber; “*specto*”: ver, olhar, examinar, ver com reflexão, provar, ajuizar, acautelar, esperar; “*species*” a forma visível da coisa real, sua essência ou sua verdade. “*Spectabilis*” é o visível; “*speculum*” é o espelho; “*spetaculum*”, a festa pública; “*spectator*”, o que vê, observa, espectador; “*spectrum*” é aparição irreal, visão ilusória; “*speculare*” é ver com os olhos do espírito. Espetáculo pertence ao campo da visão” (CHAUI, 2014, p. 131).

em todos os setores da produção e assumiu as funções de comando, de controle e determina o padrão da tecnologia dominante. De acordo com Enzensberger, os satélites de comunicação, televisão em cores, a cabo e videocassetes, registro de imagens com tecnologia magnética, câmeras de vídeo, videofones e com estereofônico, tecnologias a laser, fotocopiadoras, impressoras eletrônicas e impressão remota, computadores com processadores paralelos e banco de dados, são todas elas novas mídias. Elas se relacionam entre si e com os meios mais antigos, “como a imprensa, o rádio, o cinema, a televisão, o telefone, o telex, o radar etc. Cada vez mais eles se unem em um sistema universal” (ENZENSBERGER, 2003, 12).

Nesse sentido, o poder do espetáculo, em outras palavras, do modo de produção no ciclo do capitalismo tardio, é essencialmente unitário, mas não deve ser confundido exclusivamente com o poder da mídia. Os excessos midiáticos podem sugerir que o espetáculo nada mais seria que o serviço da mídia em comunicar. Debord diz que alguns dos donos do espetáculo, os dirigentes das classes dominantes, às vezes, consideram os serviços das mídias insuficientes (DEBORD, 1997). Entretanto, por trás de uma dita divergência, esconde-se uma convergência atrás dos diferentes interesses concorrentes das ações comerciais, semelhante à lógica da mercadoria. A lógica do espetáculo foi que comandou as diversas extravagâncias da mídia. Esta lhe prestou um serviço como qualquer outro. Mas continha elementos que a puseram no centro desse domínio espetacular sobre as sociedades. Com o tempo, sobretudo desde os anos de 1960, a instrumentação midiática foi o elemento pertinente à continuidade da dominação espetacular presente no processo educativo submetido as suas leis (DEBORD, 1997). McLuhan, como um especialista das mídias, é produto da sociedade espetacular, assim como as mídias pelas quais e das quais fala.

A luta permanente da inovação sobre as tradições significa o desenvolvimento interno da cultura das sociedades históricas (DEBORD, 1997). Nesse sentido, Williams afirma que a hegemonia, ou a luta entre os grupos dominantes em seu interior, não pode ser entendida como o predomínio da opinião ou da manipulação, pois se trata de um conjunto de práticas relacionadas ao investimento de energias em relação à natureza do homem e de seu mundo. Esse conjunto é uma composição de significados e valores que se confirmam

mutuamente. “A hegemonia constitui, então, um sentido de realidade para a maioria das pessoas em uma sociedade, um sentido absoluto por se tratar de uma realidade vivida além da qual se torna muito difícil para a maioria dos membros da sociedade mover-se” (WILLIAMS, 2011, p.53). Não se trata de um sistema estático. A cultura dominante poderá ser entendida somente pelo processo social real da qual ela depende. Trata-se de um processo de incorporação das inovações sob as quais as mídias e sua utilização são determinadas e determinantes. As mais significativas agências de transmissão da cultura dominante são as instituições educacionais. A questão é que essa atividade é uma atividade prioritária, tanto econômica quanto culturalmente (WILLIAMS, 2011). A mistura entre o liberalismo político, o empirismo e o positivismo lógico definidores da filosofia anglo-americana, aliada a uma inclinação contra o questionamento dessa tradição, continua a submeter as classes subalternas. A “sua ênfase no fato ou no item individual em prejuízo da rede de relações [...], continua a encorajar a submissão ao que existe, impedindo seus seguidores [...] de tirar conclusões de outro modo inevitáveis ao nível político” (JAMESON, 1985, p.02).

A lógica da mercadoria também predomina na sociedade do espetáculo. A inovação, seja de origem industrial e tecnológica, seja cultural e educacional, estão submetidas às dinâmicas das lutas dos grupos dominantes sobre os subalternos. O consenso, próprio ao processo de construção do bloco histórico e do exercício hegemônico na organização e no direcionamento cultural é o consenso promovido pelo espetáculo nessa sociedade. Conforme Debord, toda “a vida das sociedades nas quais reinam as modernas condições de produção se apresentam como uma imensa acumulação de *espectáculos*. Tudo o que era vivido diretamente tornou-se uma representação” (DEBORD, 1997, p.13). Uma alusão direta à transformação da vida produzida pela dominação da mercadoria sobre a sociedade humana. Uma referência às análises de Marx sobre os mistérios da mercadoria e seu domínio. O espetáculo é a forma ampliada da mercadoria. A vida como representação é a vida tomada por imagens.

As imagens que se destacaram de cada aspecto da vida fundem-se num fluxo comum, no qual a unidade dessa mesma vida já não pode ser restabelecida. A realidade considerada *parcialmente* apresenta-se em sua própria unidade geral como um pseudomundo *à parte*, objeto de mera contemplação. A especialização das imagens do

mundo se realiza no mundo da imagem autonomizada, no qual o mentiroso mentiu para si mesmo. O espetáculo em geral, como inversão concreta da vida, é o movimento autônomo do não vivo (DEBORD, 1997, p.13).

Já desde dos anos de 1930, período do início da recuperação da economia capitalista, a cultura popular estadunidense começou a ocupar um lugar destacado na produção cultural inserida na lógica da mercadoria. A transição interna do sistema econômico capitalista inseriu na lógica da mercadoria, a cultura. Mas não qualquer cultura. Como afirma Kiernan, se trata “de uma cultura de massa sintética adequada para populações urbanizadas modernas, cada vez mais afastadas de suas próprias heranças e tradições culturais” (KIERNAN, 2007, p. 276). Embora essa cultura tenha conseguido se expressar vividamente para o país e para o mundo e tenha ocupado um vazio que na Europa não havia sido preenchido, sua difusão se deu mediante a própria difusão do mercado americanizado. A sociedade democrática americana pode se difundir com a ajuda de sua tecnologia, exportando entretenimento. “A torrente, em primeiro lugar na Grã-Bretanha, depois na Europa e além, de filmes e jazz americanos ficou entre os eventos mais notáveis na história das artes [...], ao espalhar um gosto por bens e invenções americanas” (KIERNAN, 2007, p.276).

O pensamento condicionado pelo poder na sociedade do espetáculo, se recusou pensar a base material sobre a qual se sustentava. Os conhecimentos em seu conjunto se constituíram no “*pensamento do espetáculo* que deve justificar uma sociedade sem justificativas e constituir-se em ciência geral da falsa consciência” (DEBORD, 1997, p.126). Obscurecido pela subcomunicação, o pensamento da organização social produzido pelos especialistas do poder, confirmam esse processo. O poder absoluto no interior do sistema de uma linguagem sem resposta se confirmou pelo conhecimento que detinha sobre “*o homem desprezível* que é realmente o espectador” (DEBORD, 1997, p.127). Pensamento especializado que interveio numa nova divisão das tarefas para o aperfeiçoamento inerente ao próprio sistema de poder. Nas palavras de Debord,

[...] a *crítica espetacular do espetáculo* é empreendida pela sociologia moderna, que estuda a separação com a ajuda apenas dos instrumentos conceituais e materiais outorgados pela separação;

de outro, a *apologia do espetáculo* constitui um pensamento do não pensamento, num *esquecimento explícito* da prática histórica, nas diversas disciplinas em que se enraíza o estruturalismo. Entretanto, o falso desespero da crítica não dialética e o falso otimismo da pura publicidade do sistema são idênticos como pensamento submisso (DEBORD, 1997, p.128).

As condições de existência produzidas pelo desenvolvimento do capitalismo, foram pensadas, anos antes e durante aqueles que se seguem à Guerra Fria, pela sociologia, primeiro nos Estados Unidos, que reuniu dados empíricos. Entretanto, não reconheceu a verdade de seu próprio objeto, pois não encontrou em si a crítica que lhe é imanente. Predominou nela uma tendência reformista apoiada na moral e nos apelos à moderação. Não conheceu o negativo existente e dele apenas tratou como um excedente, uma proliferação irracional. Essa indignação alcança somente as consequências externas do sistema. Assim, o que se pensa como crítica, traz consigo um caráter apologético em suas pressuposições (DEBORD, 1997).

A dominação da economia sobre a vida social acarretou, em um primeiro momento, num modo de definir a realização humana pela degradação do ser ao ter. Já num período em que essa mesma vida social foi tomada pelos resultados acumulados da economia, essa degradação se transformou em uma degradação do ter ao parecer. Nela todo ter extrai seu valor pelo parecer e a vida social “só lhe é permitido aparecer naquilo que ela *não é*” (DEBORD, 1997, p.18). Isso se deve ao fato de que o mundo real se transformou em imagens. O espetáculo é essa tendência de “fazer ver”, por diferentes mediações especializadas, o mundo que já não pode ser visto diretamente. Nesse sentido, a visão foi tomada como sentido privilegiado do humano. Sujeito à mistificação, esse sentido correspondeu à abstração do próprio modo de pensar a sociedade no capitalismo tardio. “Mas o espetáculo não pode ser identificado pelo simples olhar, mesmo que este esteja acoplado à escuta. É o contrário do diálogo. Sempre que haja *representação independente*, o espetáculo se reconstitui” (DEBORD, 1997, p.18).

A extensão do alcance dos meios de comunicação de massa atribuiu a eles, nos Estados Unidos, sua natureza especial. O grande número de pessoas remuneradas com que contam, as milhões de pessoas que alcançam e mantêm e a passividade a que estas pessoas ficaram enquanto expectadores, são exploradas

em sua vulnerabilidade. Esses fenômenos não tiveram precedentes históricos; ao mesmo tempo, foram dirigidos e controlados pelos interesses individuais e socialmente privados, dedicados ao seu próprio engrandecimento e lucro. De acordo com Finkelsten (1969), no passado, jamais tantas pessoas foram exploradas, tiveram suas mentes trabalhadas, pelos interesses de tão poucos. Entretanto, essa se definiu como a base da nova democracia universal, para McLuhan. Em seu elogio à tentativa de padronização e conformação da mentalidade pública, ele afirma que “estendem-se para alcançar a meta eletrônica final que é uma consciência coletiva” (McLUHAN, 2001). A publicidade, com toda a sua informação fictícia criaram necessidades artificiais, foi chamada de “a imensa empresa educacional” (FINKELSTEIN, 1969, p. 81). Os publicitários fizeram pesquisas extensas para determinar a vulnerabilidade do público, seus temores específicos, seus desejos e esperanças que melhor se prestaram à exploração visando a venda de coisas de que não precisa (FINKELSTEIN, 1969). Para McLuhan, o salto significativo, dessa exploração de pesquisas para vendas de mercadorias, foi o da própria educação. Passamos da

[...] era da mercadoria produzida em massa para a era do serviço pessoal ou privado. [...] A educação constitui hoje nossa maior indústria, muitas vezes maior do que a General Motors ou a AT&T. A indústria da educação ocupa mais pessoal, mais tecnologia e mais dinheiro do que qualquer outra. É a indústria de serviços (McLUHAN, 2005, p.184).

O desenvolvimento do capitalismo em seu estágio monopolista trouxe o ocultamento da estrutura de classe. São técnicas de mistificação praticadas pelos *media* e, sobretudo, pela propaganda em sua expansão desde o começo da Guerra Fria. Para Jameson, isso significou, em termos existenciais, que a experiência humana se tornou parcial e incapaz de intuir preocupações da vida privada em conexão com as projeções estruturais do sistema no mundo exterior sob a forma de neocolonialismo, opressão e guerra contra-revolucionária. Em termos psicológicos, inserido em uma economia de serviços, o ser humano é distanciado da realidade da produção e do trabalho. Habita-se um mundo onírico e de estímulos artificiais pela experiência televisiva. Jamais, “em qualquer civilização anterior, as grandes

preocupações metafísicas, as questões fundamentais do ser e do sentido da vida pareceram tão completamente remotas e sem significado” (JAMESON, 1985 p.7). Nos Estados Unidos não há uma questão tática ou política que não tenha sido antes de tudo teórica,

[...] nenhuma forma de ação que não esteja inextricavelmente enredada nas pegajosas teias de aranha da cultura falsa e irreal, com sua mistificação ideológica em todos os níveis. A questão não é saber se a guerrilha urbana pode vencer as armas e a tecnologia do Estado moderno, mas antes, precisamente, onde *está* a rua no super-Estado e, na verdade, para começar, se a antiquada rua como tal ainda existe nessa teia sem suturas do *marketing* e da produção automatizada que constitui o novo Estado (JAMESON, 1985, p.07-08).

Já no governo de Franklin Delano Roosevelt (1882-1945), presidente dos Estados Unidos entre os anos de 1933-1945, houve a tentativa de uma combinação entre as posturas autoritárias com a promoção de uma harmonia do Grande Poder. O objetivo era a promoção da paz. Entretanto, a ordem mundial foi mantida por fortes governos. Ele fez propaganda em um cruzeiro, cujo navio estava repleto de aparatos militares. O pensamento que propagou foi o de uma disseminação benéfica de civilização para nativos em todo o mundo. Para os países mais avançados, foi a oportunidade comercial (KIERNAN, 2007). Por trás desses planos utópicos para o futuro da humanidade, encontrava-se uma realidade de um grupo de países avançados capazes, mediante um acordo, de assumir o controle do mundo. A dita “América” representava esse futuro, a “paz mundial seria uma *pax Americana*” (KIERNAN, 2007, p. 224).

Daí surgiram metáforas de higiene e doença que denotavam a diferença entre civilização e barbárie, como também aquelas de eliminação dos homens maus, germes nocivos, contra os investimentos lucrativos que se agruparam em torno da construção da hegemonia americana. Ela teve sua realização após as duas guerras mundiais. O pensamento tradicionalista produzido foi o que o sistema seguiu. Os ricos deveriam ser fiadores dos pobres. Uma proposta axiomática em que a relação entre as nações ricas e pobres seria vantajosa para ambos. Entretanto, o que “estava em vista era a introdução de investimento de capital e livre empresa, um

moderno Novo Testamento adicionado ao evangelho da Inglaterra vitoriana das bênçãos do livre comércio” (KIERNAN, 2007, p.227).

Nesse mesmo período, que corresponde ao tempo de formação de McLuhan em Cambridge, ele sofreu uma transformação significativa, envolto por uma preocupação crítica, durante os últimos anos da década de 1940. Adotou uma posição de estratégica alienação. McLuhan se apresentou sob um disfarce. Conseguiu defender todas as suas preferências originais, como alguém que alcançou liberdade em reação ao “ponto de vista único” (MILLER, 1973, p.59). A correspondência foi alcançada, segundo ele, roubando os produtos do conhecimento e colocando-os a trabalhar a serviço do controle deliberado. Nesse ponto, segundo a versão de McLuhan, a humanidade se viu traída por sua própria habilidade técnica (McLUHAN, 2001). Já se foi o tempo em que se “buscava abranger o conhecimento amplo dos fins humanos e divinos. A secularização desse sistema significou a adaptação das técnicas não para fins de conhecimento, mas para propósitos de controle” (MILLER, 1973, p.62). Não foi o primeiro que situou esses acontecimentos no processo da história cultural. McLuhan situou esses acontecimentos no processo da história cultural e se mostrou notadamente confiante e seguro ao fazê-lo (McLUHAN, 1972). Não foi o primeiro a submeter a moderna cultura, predicada de massa, a esse tipo de análise. George Orwell (1903-1950), e outros escritores, já fizeram observações que auxiliam na análise dessa cultura. “O letárgico automatismo do homem moderno trouxe sua contribuição para uma desenvolvida forma de crítica cultural” (MILLER, 1973, p. 63).

Mesmo assim, McLuhan se afastou da maior parte dos críticos da cultura de massa anteriores a ele e reconheceu que estava “tentando uma defesa da cultura do livro contra os novos meios” (McLUHAN, 2011, p. 176). O que o levou a uma passagem da resignação para o otimismo, alcançada pela distinção cuidadosa, anteriormente negligenciada, entre a forma e o conteúdo do material que se considerava. Quando denunciou a matéria da propaganda e das histórias em quadrinhos, identificou nelas características de estrutura e forma. Por força destas criações, deploráveis, sob alguns aspectos antes destacados, considerou a capacidade regeneradora nelas contidas (MILLER, 1973). Afinal, a “tecnologia moderna pretende tentar uma transformação total do homem e do seu meio, o que

por seu turno exige a inspeção e defesa de todos os valores humanos” (McLUHAN, 2011, p.177).

Não obstante, o espetáculo, como setor separado que concentra todo o olhar e consciência, produziu a unificação da linguagem oficial da separação generalizada, como sociedade e parte da sociedade. Um instrumento de unificação. Como parte dela, define-se em sua função de unificação do olhar e da consciência pela linguagem. “O espetáculo não é um conjunto de imagens, mas uma relação social entre pessoas, mediada por imagens” (DEBORD, 1997, p.14). As relações são definidas pelo capital, mas não por qualquer valor atribuído a elas pelas tradições que as perpetuaram. Essa mediação está diretamente definida pelas tecnologias de comunicação de massa. A mercadoria imagem está no cinema e na televisão e para serem consumidas, basta que sejam assistidas. “Em vez de estar ali como consumidor passivo, o público transformou-se cada vez mais em força de trabalho” (McLUHAN, 2005, p.180).

O espetáculo não pode ser compreendido apenas como um abuso do mundo da visão e das técnicas de produção, reprodução e distribuição de imagens. Ele é uma visão de mundo que se tornou hegemônica, efetiva e materialmente traduzida (DEBORD, 1997). Em sua totalidade é, ao mesmo tempo, o resultado e o projeto do modo de produção do capitalismo tardio. Se considerado como um suplemento ao mundo, não poderá ser tomado como o cerne do “irrealismo da sociedade real. Sob todas as suas formas particulares – informação ou propaganda, publicidade ou consumo direto de divertimentos –, o espetáculo constitui o modelo atual da vida dominante na sociedade” (DEBORD, 1997, p.14). Deve ser tido como a escolha feita na produção, como também, o consumo que decorre dessa escolha. Sua forma e conteúdo são idênticos e a justificativa de todas as condições e finalidades do sistema produtivo. “O espetáculo também é a *presença permanente* dessa justificativa, como ocupação da maior parte do tempo vivido fora da produção moderna” (DEBORD, 1997, p.15).

A implicação direta, para o trabalho intelectual, desse modelo, que se definiu como lei da produção industrial, é que o trabalho intelectual assalariado tende a seguir essa lógica. O lucro do empresário depende da rapidez da produção, da execução e da má qualidade do material produzido. Essa produção, que cada vez mais vem equipada do ponto de vista tecnológico, está sujeita ao espaço do

mercado e a presença não qualitativa da oferta. Está concentrada financeiramente e por isso mesmo submetida a demanda da produção e, por isso, da perda do gosto. O que está imposto, de modo absurdo, é a ideia de que é possível obter mais depressa e pelo menor preço o que antes exigiu trabalho qualificado (DEBORD, 1997).

As estátuas e as imagens eram tomadas como uma forma de comunicação e de propaganda no mundo antigo. A arte oficial romana influenciou a iconografia dos primórdios da Igreja Católica. A “imagem de Cristo “em sua majestade”, por exemplo, era uma adaptação da imagem do imperador. Para os cristãos, as imagens eram tanto um meio de transmitir informação como de persuasão” (BRIGGS; BURKE, 2006, p.17). Essas imagens acompanhadas do rito, com seu forte elemento visual, foi uma forma de publicidade mais evoluída, a palavra ‘espetáculo’, comumente usada no século XVII, foi ressuscitada no século XX.

Com o desenvolvimento da comunicação elétrica, iniciada com o telégrafo, no século XIX, surgiu uma percepção de mudança iminente e imediata. Os debates na mídia na segunda metade do século XX estimularam a reavaliação, tanto da invenção da impressão gráfica quanto de todas as outras tecnologias que foram tratadas no princípio como maravilhas. Geralmente aceita-se que as mudanças na mídia tiveram importantes consequências culturais e sociais. Controversos são a natureza e o escopo dessas consequências. São elas primordialmente políticas ou psicológicas? Pelo lado político, favorecem a democracia ou a ditadura? A “era do rádio” foi não somente a era de Roosevelt e Churchill, mas também de Hitler, Mussolini e Stálin. Pelo lado psicológico, a leitura e a visão estimulam a empatia com os outros ou o isolamento em um mundo particular? A televisão ou “a rede” aniquilam ou criam novos tipos de comunidades nas quais a proximidade espacial não é menos importante? (BRIGGS; BURKE, 2006, p.21)

Teóricos como Marshall McLuhan deram respostas positivas a essas questões. Ele seguiu seus colegas de Toronto e afirmou a centralidade da mídia para o movimento da história. Identificou os traços e as características das estruturas das organizações da mídia com as quais os produtores operam e definem seus objetivos de utilização (BRIGGS; BURKE, 2006). Nos Estados Unidos, as transmissões e as comunicações sempre estiveram integradas ao sistema de negócios. A divisão que existia na imprensa entre os realizadores e apresentadores

dos programas e os vendedores que arrecadavam com as receitas dos anúncios era parte de um mesmo negócio. Mas, a partir dessa divisão, o sistema de classificação de programas foi inevitável e se tornou mais sofisticado que a própria programação. “Os patrocinadores mediam estatisticamente o impacto dos programas de rádio – assim como mais tarde mediriam a audiência da televisão (horário nobre ou não) –, e isso determinaria o custo publicitário” (BRIGGS; BURKE, 2006, p.225).

Os produtos dos estágios iniciais do sistema fabril foram vendidos sem muita publicidade. A publicidade cresceu em torno de produtos marginais e novidades. Anúncios de artigos básicos eram realizados pelos lojistas, chamavam a atenção pela qualidade e pelo preço de seus produtos em estoque em relação à concorrência. Fase relativamente simples da competitividade em que a “a publicidade em larga escala e a criação de marcas eram necessárias apenas nas margens, ou com produtos genuinamente novos” (WILLIAMS, 2011, p.241). As reais mudanças começaram a aparecer nas décadas de 1880 e 1890 e tiveram seu desenvolvimento pleno quando vistos pelo que ficou conhecido como a “nova publicidade” do período do entreguerras (WILLIAMS, 2011). Suas características devem ser traçadas, então, por meio das características do capitalismo em seu formato monopolista (corporativo), que se tornou eminente nesse mesmo período, em fins do século XIX para a passagem do século XX. Após crises produzidas no interior do sistema capitalista, as baixas nos preços dos diversos produtos, o receio em relação à capacidade produtiva levou à organização das propriedades industriais em grandes unidades e conglomerados. Além disso, o desejo crescente de controlar e organizar o mercado, produziu métodos diversos. “Entre os meios para atingir esses objetivos, a publicidade em uma nova escala aplicada a uma gama crescente de produtos assumiu um lugar importante” (WILLIAMS, 2011, p.242). Assim, a moderna publicidade pertence ao sistema de controle de mercado.

Em seu desenvolvimento pleno, inclui o aumento de tarifas e de áreas privilegiadas, cotas de cartéis, companhias comerciais, pré-fixação de preços pelos produtores e aquela forma de imperialismo econômico que assegurou alguns mercados estrangeiros por meio do controle político do território (WILLIAMS, 2011, p. 243).

A expressão mcluhaniana, o meio é a mensagem, pode ser entendida como uma afirmação otimista desse processo publicitário. Nela ganhou importância o meio de comunicação através do qual a mensagem é veiculada. Um meio de comunicação era também sua tecnologia e criou um ambiente novo, alterando assim a mente e os sentidos das pessoas nesse ambiente. Alteração da própria realidade da mensagem que deve ser levada em conta. Para o autor canadense, essa afetação foi causada pela televisão, não pelo que se pode ver na televisão. Essa foi sua lei para todos os meios de comunicação (McLUHAN, 2005; FINKELSTEIN, 1969). O espectador, nesse caso, pareceu lutar contra ele próprio, pois não tinha a menor noção de como a ideia foi plantada em sua mente. Este o segredo da expressão, o meio é a mensagem. “Ele deve pensar que é o inventor da ideia. Assim, sabe muito bem o que está fazendo, chama o seu método de “veneno” e antecipa a inquietação que trará” (FINKELSTEIN, 1969, p.58). Para a indústria da propaganda e publicidade, assim como para aquelas de diversão, entretenimento e arte reprodutiva em massa, comercialmente, a verdade e tudo que se aproxima de sua aceção foram banidas.

Assim, o método-chave da moderna publicidade e propaganda é que se deve implantar uma “mensagem” na mente do público sem que este perceba ter sido manipulado. Se a publicidade simplesmente tivesse em vista dizer a verdade sobre um produto, não seria uma indústria que rende muitos milhões de dólares, e que transforma multidões de escritores e artistas talentosos em servos bem remunerados, cuja função é criar imagens atraentes; criam formas de “meios de comunicação que são também mensagens inatas. Este processo invadiu o campo da política. Um candidato a qualquer cargo, inclusive os mais altos, não apresenta seus pontos de vista reais; tem uma equipe de especialistas em publicidade e escritores que discutem qual a “imagem” a ser criada. Até a terminologia é de fraude comercial. O candidato deve ser “vendido” ao público. E em ambos os casos, além do assalto calculado ao público, há também uma guerra interna entre os manipuladores dos “meios de comunicação” (FINKELSTEIN, 1969 p. 60).

Os negócios internacionais, diplomacia, e a operação de guerras foram tomadas por esse processo. Na Segunda Guerra Mundial, se escondeu um pretendido aumento de produção para as indústrias de aeronaves atrás do logro de uma visibilidade para bombas, supostamente milagroso e da pretenciosa ideia de que um bombardeio venceria a guerra. Na guerra do Vietnã, a mensagem oculta em

todas as formas de publicidade e nos noticiários era a luta contra uma “conspiração comunista”, e não contra um povo que se revoltou furiosamente contra uma ditadura apoiada por potências estrangeiras. Assim, para os meios de comunicação e noticiários, surgiu uma lei tácita segundo a qual a Frente Nacional de Libertação do Vietnã nunca deveria ser reconhecida como líder da luta. O povo contra quem lutou o exército americano era sempre o vietcong, e os cadáveres nos campos de batalha ou alvos de bombardeios eram invariavelmente “comunistas mortos”. A mensagem real não estava no que se dizia, na informação sobre os acontecimentos reais procurada pelo público, e sim na maneira como foi dita. A mensagem foi que houve luta numa dada localidade. A mensagem oculta, transmitida pela escolha de palavras, era que estavam enfrentando uma horrenda conspiração engendrada em Moscou e Pequim, e não os camponeses do Vietnã que defendiam seus lares. Esse é o exemplo do processo de manipulação de mentes sem que as pessoas percebessem que eram manipuladas. Assim foi quando o meio se tornou a mensagem (FINKELSTEIN, 1969).

Cada vez mais se usou, no trabalho de relações exteriores, termos emprestados da publicidade comercial, rótulos e *slogans*. Os países de economia capitalista, não deveriam ser descritos como tais, um fato econômico para que os países abertos aos investimentos capitalistas assim se mantivessem. O termo que a imprensa e o próprio Departamento de Estado utilizavam era “mundo livre”. Expressão que negligenciou qualquer ditadura militar sangrenta existente nesse “mundo livre”. Se uma discussão qualquer entre os EUA e um membro do “outro mundo”, o outro lado faz a proposta, tanto os delegados da ONU como os membros do Departamento de Estado escolhiam um entre dois chavões: ou a proposta é a mesma “velha história”, ou se oferece algo de novo “com objetivos de propaganda, unicamente”. A mensagem oculta e real era que o outro lado era formado por indivíduos astutos com quem era impossível lidar (FINKELSTEIN, 1969). Segundo McLuhan, a instrução formal tendeu a “evitar essas redes de analogia” e as reduziu a enunciados formais e, por isso, cortou a ligação sagrada com a tradição humana (McLUHAN, 2005). Sem embargo, por meio do trocadilho do paradoxo e do mito, essas conexões vivificadoras podem logo ser restabelecidas (MILLER, 1973).

O sistema moderno de publicidade emergiu na virada do século XIX para o XX. Os jornais passaram a contar com seus próprios gerentes de publicidade.

Podemos dizer que a publicidade chegou ao poder e está no centro da economia. As ligações da indústria com a origem da publicidade são evidentes. A economia passava derivar menos do sistema fabril e do crescimento das comunicações e depender mais do sistema avançado da produção, distribuição e controle dos mercados capitalistas.

A publicidade foi desenvolvida para vender bens em um tipo particular de economia. A publicidade moderna foi desenvolvida para vender pessoas em uma determinada cultura. [...] O processo iniciou-se no entretenimento, particularmente com atores de filmes, e ainda é nesse campo que é realizado a maior parte desse trabalho. [...] Certamente leitores de jornais deveriam estar cientes de que os itens “personalidades”, apresentados como notícias de histórias habituais ou fofoca, são frequentemente pagos, de uma forma ou de outra, em um sistema que faz com que o anúncio direto pareça comparativamente mais respeitoso. Isso não está confinado ao que é chamado de “*show business*”; certamente também na literatura e, provavelmente, na política (WILLIAMS, 2011, p.250).

A publicidade se tornou uma expressão comum na sociedade em que a ética se tornou a venda por meios efetivos. O ímpeto dessa sociedade compreende seu crescimento espetacular e sua expansão (WILLIAMS, 2011). Nesse sentido, foi que, em nenhum ponto de seus livros, McLuhan mencionou o conceito de verdade ou de correspondência à realidade. Verdade significa correspondência entre o que pensamos do mundo real e o que está realmente acontecendo no mundo real. Ele não usou esta expressão. Em vez desta expressão usou “ambiente”. Para cada ambiente, uma realidade. E já que, de acordo com a sua teoria, cada meio de comunicação criou “um ambiente totalmente novo” (McLUHAN, 2005, p.90). O conceito de mundo real passível de conhecimento desaparece. Percebe-se a despreocupação de McLuhan com a verdade ou fraude quando se lê o que ele escreve sobre anúncios em jornais e revistas. Para ele foram a melhor parte de qualquer revista ou jornal. Os anúncios se tornaram a notícia. O que eles tinham de errado é que eram sempre boas notícias. As más notícias se tornaram necessárias a fim de equilibrar este efeito e vender as boas notícias. O jornal precisou das más notícias para obter intensidade e participação do leitor. Notícias reais eram notícias más. Os anúncios, pelo contrário, anunciavam sua mensagem com clareza, com o

fim de alcançarem o mesmo poder de penetração das notícias más (FINKELSTEIN, 1969).

McLuhan empregou um artifício astuto ao usar as artes para dar aos meios de comunicação eletrônicos modernos a culminação pelas quais as artes vinham lutando na história. As artes eram o crescimento da sensibilidade humana. Os meios de comunicação possibilitaram aos seres humanos conhecer o mundo e a si próprios, as janelas abertas para a realidade, as extensões do homem que, em desenvolvimento, tornaram a vida humana mais humana (McLUHAN, 2005). Não são simplesmente tecnologias que passam de moda e são substituídas por novas tecnologias. Eram ambientes, formas de relacionamento humano e percepção que tornaram as pessoas sensíveis ao seu ambiente real (McLUHAN, 2005; FINKELSTEIN, 1969).

O lugar da publicidade na sociedade em que ela se torna essencial para a produção em seu ciclo de distribuição e consumo, vai além do contexto comercial. Cada vez mais ela vai ocupando a fonte de financiamento para uma gama de comunicações de tal forma que, em 1960, os serviços televisivos e os jornais e periódicos não podiam existir sem ela. Ademais, nos anos que se seguiram, com maior velocidade, a publicidade ultrapassou os limites da venda de bens e serviços. Foi envolvida com o ensino de valores sociais e, ou, pessoais, como também está presente no mundo da política (WILLIAMS, 2011). Em certo sentido, ela se tornou uma arte oficial na sociedade capitalista. Organiza o trabalho e o corpo mais amplo de escritores e artistas com o trabalho de seus gerentes e consultores. A publicidade deve ser tomada como uma forma significativa da comunicação social (WILLIAMS, 2011). O materialismo da sociedade capitalista reflete esse fato. Na fase da distribuição rápida de bens de consumo, “a publicidade é o caminho pelo qual as coisas boas da vida percorrem em direção ao seu destino, o consumidor. Por esse motivo, é central sua participação na produção capitalista” (WILLIAMS, 2011, p.252).

McLuhan afirmou ter descoberto, nos anúncios, um idioma que poetas e escritores ligados aos movimentos modernos haviam também reconhecido no mito, no conto de fadas e no sonho (McLUHAN, 1973). Proclamou ter identificado em um tipo de pensamento por alusões diretas, no qual as ideias e imagens se veem livres para se implicarem recíproca e espontaneamente, sem conexões formais. No conto de fadas, por exemplo, tal como Chesterton assinalou, as leis comuns da

causalidade deixam de valer, para dar lugar a imperativos mágicos. O próprio McLuhan sublinhou que não foi ele, de modo algum, o primeiro que notou que os meios de comunicação de massa incluíam características ligadas aos traços do pensamento entregue à imaginação (McLUHAN, 1972; MILLER, 1973). Contudo, ele próprio só conseguiu se libertar de uma indignação moral que isso vem causar ignorando o conteúdo dos meios de comunicação de massa, passando a se concentrar na forma abstrata que eles revestem (McLUHAN, 2011). Essa seria uma primeira abertura para o posterior interesse que viria demonstrar pelo meio em detrimento da mensagem (MILLER, 1973).

O que, para a publicidade, se configurou como o objeto material que está à venda, mas nunca se basta. Essa é a característica cultural central em sua forma nos anos que se seguem à Guerra. No padrão cultural sob o qual passamos a viver, está nítido que os objetos não se bastam, mas devem ser validados por algum tipo de fantasia, por associações com os significados sociais e pessoais que a eles podem ser feitos. “A breve descrição do padrão que possuímos é *mágica*: um sistema altamente organizado e profissional de persuasão e satisfação, [...] estranhamente coexistindo com uma tecnologia científica altamente desenvolvida” (WILLIAMS, 2011, p.253).

Contradição de grande importância para o entendimento da sociedade capitalista moderna. A produção industrial em grande escala chegou e levantou problemas críticos para a organização social. Na produção de bens para utilização pessoal, esse problema crítico foi posto pela fábrica assim como as máquinas avançadas foi para organização do mercado. Os canais de distribuição equilibrados são requeridos pela fábrica. Sem eles ela sufocaria em sua produção. Assim também precisa das indicações precisas sobre a demanda pelos quais os processos onerosos de capitalização e compra de equipamentos podem ser equalizados sem um risco muito grande. A publicidade está entre os mais importantes e distintos mecanismos da fase econômica do capitalismo tardio. Williams (2011), afirma que o capitalismo, nesse estágio, não poderia funcionar sem ela.

[...] os meios de comunicação eletrônicos de hoje fazem todo o possível para se tornar o ambiente das pessoas, para se tornar a sua cultura universal, de modo a poderem garantir ao publicitário ou

propagandista um público cativo. Esta confusão de meios de comunicação é necessária à tese de McLuhan. Permite-lhe enobrecer, usando a frase “extensões do homem”, o assalto feito ao homem pela operação dos meios de comunicação de nossos dias (FINKELSTEIN, 1969, p. 67).

A perda da liberdade dos artistas se tornou uma regra geral dos modernos meios de comunicação de massa eletrônicos. E justamente aqui, onde as instituições da sociedade deveriam operar contra essas “extensões do homem”, McLuhan conclamou essa operação como confirmação de uma lei universal: o meio é a mensagem (McLUHAN, 2001). McLuhan atribuiu ao tubo de imagem, que constitui o aparelho de televisão, maior importância. Entretanto, não foi esse equipamento de manipulação de imagens que deu à TV, nos Estados Unidos, o seu caráter de meio de comunicação. Foram as redes de televisão, como indústria de distribuição que se tornaram, a serviço das grandes corporações industriais e financeiras. A condição social responsável por esse desenvolvimento foi o enorme crescimento da riqueza e do poder das grandes corporações de monopólio. Foi essa condição que atraiu outros meios de comunicação para o mesmo desfecho. O rádio, por exemplo, passou a ser um meio de comunicação secundário para a publicidade. Foi um negócio pequeno se comparado ao grande negócio que se tornou a televisão. A existência de muitos jornais e revistas dependia da sua capacidade como um canal eficiente para a publicidade a eles incorporada. A televisão norte-americana foi o exemplo de que um programa pode existir se for considerado um “cenário satisfatório, ou armadilha pública, para mensagens publicitárias, ou para quaisquer outras ideias que os senhores da indústria e das finanças queiram lançar ao público” (FINKELSTEIN, 1969, p.80).

A televisão ofereceu gratuitamente os seus programas ao público que teve acesso aos aparelhos receptores eletrônicos. Ironicamente, esta foi a única liberdade existente. Fora esta liberdade, o artista e apresentador por um lado, e o público por outro, perderam sua autonomia de maneira sem precedentes em meios de comunicação anteriores. Devido ao canal, como uma instituição social, a transmissão entre o criador e o público se tornou mínimo. A “voz da autoridade” controla a instituição social e mostrou ser mais irresponsável e ditatorial, ao dizer para artista o que poderia e o que não poderia fazer, tentando transformar o público

em receptor passivo de tudo o que lhe é transmitido. Desapareceu a relação entre a criação artística e o público ativo (FINKELSTEIN, 1969). O truque de McLuhan foi o de proclamar que os meios de comunicação formaram a ápice do desenvolvimento humano. Uma revolução sem dimensões dialógicas, como aconteceu com a televisão.

O “interesse humano” registra o momento em que o público se tornou o espetáculo. Nesse momento, uma revolução política radical é posta em movimento. É o instante do nascimento de um meio de comunicação de massa. Um meio de comunicação de massa é um veículo no qual a mensagem não é dirigida a um público, mas *através de* um público, por assim dizer. O público é tanto o espetáculo quanto a mensagem. A linguagem é esse veículo – veículo que inclui todos os que o usam como parte do próprio veículo [...], com o elétrico e o instantâneo, encontramos a mesma inclusividade tribal, a mesma totalidade auditiva e oral de campo que é a linguagem (McLUHAN, 2005, p. 48).

As mídias se tornaram meios de unificação, a linguagem da representação. Nos seus bastidores, houve campanhas empresariais ditando a ilusão particular que deve instilar na mente do público, e elas obedientemente o fizeram, usando dos desejos e ansiedades do público. A isso McLuhan chamou de “dar ao público o que o público quer” (McLUHAN, 2005, p. 240). “Mas, “o meio é a mensagem” realmente demonstrou que o público é uma vítima e que o artista desistiu de uma vez de suas próprias ideias” (FINKELSTEIN, 1969, p.80). A imagem da TV se define pobremente (McLUHAN, 2005). Comparada às imagens que surgem nas telas de cinema, as da televisão se apresentam, invariavelmente, como sombrias e borradas. Ninguém pode negá-lo. Longe, porém, de ver isso como um inconveniente, McLuhan tomou como a vantagem psicológica essencial oferecida pela televisão. Por ser de baixa informação, a imagem é relativamente fria, exigindo ativa participação do espectador para ser apreciada em seu total significado. Tendo assim solicitada sua atividade intelectual, o espectador, segundo McLuhan, se vê profundamente ligado ao quadro que ele ajuda a construir (McLUHAN, 2001). “À semelhança do estudioso medieval que retirava sentido de seu quase ilegível manuscrito, recriando-o em voz alta, o moderno telespectador acrescentava sentido às confusas imagens projetadas na tela e, dessa forma, lhes comunicou peculiar vigor” (MILLER, 1973, p.109). McLuhan exagerou e distorceu os traços dessa comunhão. Segundo ele, a rede eletrônica

retribalizou o homem moderno, dominou as influências desintegradoras da imprensa e recolocou humanidade em correta posição na aldeia.

A aceleração de hoje não é uma lenta explosão centrífuga do centro para as margens, mas uma implosão imediata e uma inter fusão do espaço e das funções. Nossa civilização especializada e fragmentada, baseada na estrutura centro-margem, subitamente está experimentando uma reunificação instantânea de todas as suas partes mecanizadas num todo orgânico. Este é o mundo novo da aldeia global (McLUHAN, 2001, p.112).

É certo que a televisão permitiu partilhar experiências dos que vivem a grande distância. Mas o ponto a assimilar nessas experiências “partilhadas” é o fato de elas terem caráter essencialmente substitutivo, mantendo muito pouco ou nada em comum com as experiências que definem o coletivismo típico da vida da aldeia. Por exemplo, elucida Miller, quando os telespectadores norte-americanos contemplaram as imagens da guerra do Vietnã, especialmente em transmissões ao vivo, a preocupação e interesse que manifestaram disseram respeito principalmente a “nossos rapazes” que lá estavam. Em outras palavras, a televisão ilustrou o destino dos “aldeões” *norte-americanos*. A medida da atenção que a TV despertou com relação aos vietnamitas não se deveu à circunstância de os espectadores norte-americanos neles reconhecerem companheiros da aldeia, mas à circunstância de os que reconheceram como pessoas humanas a quem são devidas certas obrigações de ordem geral (MILLER, 1973).

À margem da realidade social, a noosfera de Teilhard de Chardin e o sistema nervoso global de McLuhan, incorporaram de alguma forma algo incoerente. Foi importante o elemento de concretização de desejo que ambos expressaram. Os dois concebiam precedência à unidade espiritual fundamental do homem. Qualquer instituição, natural ou artificial, que dê ao pensamento secular expressão mundial pareceu, pelo menos em primeiros princípios, circunstância conveniente para, dentro dela, estabelecerem também um “consenso de *piedade*” (MILLER, 1973, p.114).

Os católicos que chegaram a ver a Igreja romana como instituição que poderia ter concretizado essas aspirações desapontavam, para buscar o duvidoso consolo da nostalgia, McLuhan propôs-se a uma cruzada aventureira em busca do consenso perdido, procurando, na

própria cultura que os havia usurpado, auxílios para a recuperação pretendida. Esse esforço paradoxal confia na otimista identificação, que faz, de certos traços inesperadamente promissores apresentados por um regime, sob outros aspectos, corruptos. Em outras palavras, embora deplorando o individualismo secular, supostamente característico das sociedades apoiadas na imprensa, McLuhan afirma ter identificado certos desenvolvimentos técnicos – tais como a televisão e o rádio – que poderiam, se inteligentemente explorados, fazer muito sentido de inverter as tendências profanas da sociedade que os inventou (MILLER, 1973, p.114).

Contudo, a essência do capitalismo é que os meios básicos de produção estão, dessa forma, nas mãos de um grupo ocupando uma posição de poder na sociedade e são diretamente responsáveis por ela. Obviamente, como o capitalismo anseia por ser bem-sucedido, ele é influenciado em suas decisões em relação à produção pelo que os outros membros da sociedade necessitam. Mas ele também é influenciado por considerações de conveniência industrial e de lucro provável, e suas decisões tendem a ser um balanço desses fatores viáveis. A escolha fundamental que emerge nos problemas colocados pela produção industrial moderna está entre o homem enquanto consumidor e o homem enquanto usuário. A publicidade moderna, ou o “sistema da mágica organizada”, é funcionalmente importante para o obscurecimento dessa escolha.

A popularidade de “consumidor” como uma forma de descrever o membro comum da sociedade moderna capitalista prioritariamente pela sua capacidade econômica é bastante significativa. A descrição está se disseminando com rapidez e é hoje usada habitualmente por pessoas para as quais, pela lógica, deveria ser repugnante. Não se trata apenas de que, em um plano simples, “consumo” seja uma descrição bastante estranha para o nosso uso de bens e serviços. A metáfora, retirada da atividade do estômago ou da fornalha, é apenas parcialmente relevante mesmo para nosso uso dos objetos. Contudo, dizemos “consumidor” ao invés de usuário, porque na forma de sociedade que temos agora, bem como nas formas de pensamento que ela quase imperceptivelmente promove, é como consumidores que a maior parte das pessoas é vista. Somos o mercado que o sistema de produção industrial organizou. Em qualquer aspecto da comunicação social, e em qualquer versão do que somos enquanto comunidade, a pressão de um sistema de produção industrial move-se em direção a essas formas impessoais (WILLIAMS, 2011, p.254).

Quando essas técnicas entraram na sociedade, questões sobre a organização social, sua estrutura e finalidade, foram levantadas. Concernente a uma democracia genuína, as necessidades humanas das pessoas são tomadas como central de toda a atividade social. A política não pode ser apenas um sistema de governo e os sistemas de produção e comunicação devem estar enraizadas na satisfação das necessidades e capacidades humanas. Entretanto, um outro grupo, as questões sobre a estrutura e finalidade da organização social, se mantém mais restritas (WILLIAMS, 2011). Ainda que a decisão seja ainda função da minoria social, um novo sistema em que a maioria possa se organizar, a partir de suas próprias necessidades, precisa ainda ser criado. As maiorias são vistas como as “massas”. Sua opinião, como massa, é apenas fator nas atividades de comando. Na medida em que a minoria no comando, os grupos dominantes, mudam em caráter e cada vez mais adquirem o poder no sistema econômico moderno, as finalidades sociais antigas se tornam vestígios. Independentemente se expressa na manutenção do sistema econômico, que se torna a finalidade factual da vida e da atividade social. A cultura e a política são afetadas pelo padrão dominante e as formas de pensar são originadas somente do mercado econômico. Partidos políticos começam a considerar como vender-se ao eleitorado e passam a criar uma imagem favorável. A “educação sendo prioritariamente organizada nos termos de uma maior oferta de emprego; a cultura sendo organizada e mesmo avaliada nos termos do lucro comercial – tornam-se cada vez mais evidentes” (WILLIAMS, 2011, p.256).

Em suas formas modernas, a publicidade opera para preservar um ideal de consumo até mesmo da crítica feita pela experiência. O consumo de bens individuais, enquanto deixa de ser uma área para satisfação das necessidades humanas, o esforço é feito, conforme Williams (2011), pela magia, a fim de associar o consumo com desejos humanos que ela faz referência real. Não compramos somente um objeto, compramos o respeito social, discriminação, saúde e beleza; como também sucesso e poder de controlar nosso ambiente. O poder da mágica consiste em obscurecer as fontes reais da satisfação humana, pois, a descoberta real dessas necessidades envolveria uma mudança radical como um todo na vida habitual (WILLIAMS, 2011). A partir desse atributo da publicidade, podemos entender o que McLuhan entende por uma reorganização imaginativa.

O mergulho na experiência profunda, através da imagem da TV, só pode ser explicado em termos das diferenças entre o espaço visual e o espaço em mosaico. A capacidade de distinguir entre essas duas formas radicalmente diferentes é muito rara em nosso mundo ocidental. [...] No *ABC da Relatividade*, Bertrand Russell começa por explicar que não há maior dificuldade nas idéias de Einstein, mas que elas reclamam um total reorganização da nossa vida imaginativa. E é precisamente esta reorganização imaginativa que ocorreu com a imagem da TV (McLUHAN, 2001, p.374).

A classe dominante, composta de “especialistas da posse das coisas” (DEBORD, 1997, p.99), não puderam romper com a história econômica, mas realçam como uma ameaça o emprego irreversível do tempo. A imposição à sociedade de um tempo histórico irreversível pela burguesia, é também a recusa do uso desse tempo. Esses especialistas devem prover a manutenção da história reificada. Uma nova imobilidade na história. Pela primeira vez o trabalhador, na base da sociedade, não é materialmente estranho à história, porque agora é por sua base que a sociedade se move irreversivelmente. Na reivindicação de viver o tempo histórico, o proletariado encontra o centro inesquecível de seu projeto revolucionário; e cada uma das tentativas, até aqui destruídas, de executar esse projeto marca um ponto de partida possível da nova vida histórica (DEBORD, 1997). Não obstante,

O tempo irreversível da burguesia senhora do poder apresentou-se primeiro sob seu próprio nome, como uma origem absoluta, o ano I da República. Mas a ideologia revolucionária da liberdade geral que tinha derrubado os últimos restos de organização mítica dos valores, e toda regulamentação tradicional da sociedade, já deixava entrever a vontade real que ela havia vestido à romana: a *liberdade de comércio* generalizada. A sociedade da mercadoria, ao descobrir que devia reconstruir a passividade que ela mesma precisara abalar profundamente a fim de estabelecer seu próprio reinado puro, “encontra no cristianismo com seu culto do homem abstrato... o complemento religioso mais conveniente” (*O Capital*). Então, a burguesia fez com essa religião um acordo que se expressa também na apresentação do tempo: abandonou seu próprio calendário, e seu tempo irreversível volta a moldar-se na *era cristã*, cuja sucessão ele prossegue. (DEBORD, 1997, p. 100)

Esse tempo irreversível do qual fala Debord, é o tempo da medida das mercadorias. O tempo que se afirmou oficialmente em toda a extensão do mundo como um tempo geral da sociedade, é o tempo que representa os interesses

especializados que o constituem, é um tempo particular. O desenvolvimento do capitalismo produziu a unificação mundial do tempo. Uma realidade do tempo universal da sociedade é também o da história universal. Entretanto, essa história, em todo lugar é a mesma, é o tempo da produção econômica recortado em fragmentos abstratos iguais e se manifesta no mundo todo como o mesmo dia. “Esse tempo unificado é o tempo irreversível unificado do mercado mundial, do espetáculo mundial” (DEBORD, 1997, p.101).

O tempo espetacular é o tempo pseudocíclico consumível. Como consumo de imagens, como imagem do consumo do tempo em sua extensão toda. O tempo de consumo de imagens é o meio de ligação de todas as mercadorias, um campo inseparável em que os instrumentos do espetáculo exercem seu domínio cujo objetivo apresentam globalmente como figura central de consumo particulares. São saberes que os ganhos de tempo, seja pelos transportes rápidos, ou seja pela utilização da sopa em pó, diz Debord (1997), se traduzem para a sociedade americana de modo positivo. Ela pode assistir televisão, em média, de três a seis horas do dia. A imagem social do consumo do tempo, é dominada exclusivamente pelos momentos de lazer e férias. Representados à distância como momentos desejáveis, como uma mercadoria espetacular. Uma mercadoria oferecida como um momento da vida real. “O tempo da sobrevivência moderna deve, no espetáculo, tanto mais vangloriar-se quanto menor foi seu valor de uso. A realidade do tempo foi substituída pela *publicidade* do tempo” (DEBORD, 1997, p.106). O consumo espetacular, conserva a antiga cultura imóvel,

[...] inclusive com o reiterado remanejamento de suas manifestações negativas, torna-se abertamente em seu setor cultural o que ele é implicitamente em sua totalidade: *a comunicação do incomunicável*. A destruição extrema da linguagem pode se ver aí reconhecida como valor positivo oficial, porque se trata de demonstrar uma reconciliação com o estado predominante das coisas, no qual toda comunicação é despreocupadamente proclamada ausente. A verdade crítica dessa destruição como vida real da poesia e da arte modernas está, é claro, escondida, porque **o espetáculo cuja função é fazer esquecer a história da cultura, aplica na pseudonovidade de seus meios modernistas a própria estratégia que o constitui em profundidade**. Dessa maneira, pode considerar-se nova a escola de neoliteratura que admite ter como objeto a contemplação do escrito por si mesmo (DEBORD, 1997, p.126; **grifo nosso**).

McLuhan representa essa contemplação. Ao lado da simples proclamação da beleza suficiente da dissolução do comunicável, a tendência mais moderna da cultura espetacular está na procura por recompor o que foi decomposto. “O planeta é agora um ambiente criado pelo homem” (McLUHAN, 2005, p. 180). No plano da pseudocultura espetacular, isto foi a tradução do projeto geral do capitalismo desenvolvido para devolver ao trabalhador individual sua integração ao grupo. “Esse foi um e único mesmo projeto de *reestruturação sem comunidade*” (DEBORD, 1997, p.126). A cultura foi tornada integralmente como mercadoria e a mercadoria como cultura. O complexo processo de produção, distribuição e consumo de conhecimentos estava entre os 29% do produto nacional bruto dos Estados Unidos (DEBORD, 1997). A cultura desempenhou, nesse sentido, na segunda metade do século XX, o papel de motor no desenvolvimento da economia. A publicidade se tornou não somente uma forma de vender produtos, mas sim parte genuína da própria cultura de uma sociedade tomada pela mercadoria.

Uma característica fundamental de nossa sociedade é uma coexistência pacífica entre uma nova tecnologia e formas sociais bastante antigas. A publicidade é a expressão mais visível dessa combinação. Em suas formas contemporâneas principais, ela é o resultado de um fracasso para encontrar meios de decisão social em questões de produção e distribuição relevantes para uma economia de larga escala e em crescente integração. O liberalismo clássico deixou de ter o que dizer sobre esses problemas do período da depressão e da conseqüente reorganização do mercado no final do século XIX. O que sabemos hoje sobre a publicidade tem a sua origem nesse período, em relação direta com as novas corporações capitalistas. É uma ironia contínua o fato desse mesmo liberalismo ter produzido a ideia da imprensa livre e de uma política social geral de educação e de esclarecimento público. Antes da organização corporativa, as ideias sociais do liberalismo eram, em grande medida, compatíveis com as ideias comerciais. A propriedade generalizada dos meios de comunicação havia sido sustentada por tipos compatíveis de propriedade como um todo. Quando inimigos da livre expressão era o Estado, esse mundo comercial diversificado encontrou certos meios importantes para a liberdade, notavelmente com os jornais (WILLIAMS, 2011, p.260-261).

O que era um compromisso incômodo entre as pressões comerciais e a política pública, é visto, então, como, na pior das hipóteses, uma barganha e, na melhor delas, uma divisão de trabalho. A coexistência da televisão comercial e de

serviço público, que não foi planejada por ninguém, mas foi o resultado de pressões intensas para permitir a entrada do interesse comercial, foi racionalizada, após a concessão, como uma política consciente do pluralismo. O novo nome para o compromisso foi “economia mista”, e há ainda um nome mais grandioso: “uma diversidade planejada de estruturas” (WILLIAMS, 2011, p.262).

O espetáculo é, para Debord, o herdeiro da fraqueza do projeto filosófico ocidental. Esse foi um modo de compreensão da atividade humana dominado pelas categorias do ver, e, da mesma forma, se baseia na incessante exibição da racionalidade técnica específica que decorreu desse pensamento. “Ele não realiza a filosofia, filosofiza a realidade. A vida concreta de todos se degradou em universo *especulativo*” (DEBORD, 1997, p.19). A filosofia aliada à teologia é a técnica espetacular de realização material da ilusão religiosa cuja cisão está no interior do próprio homem que recusa a vida no céu, mas que se realiza separadamente em seu paraíso ilusório. O espetáculo é um produto e sabe que o é. “O espetáculo é a reconstrução material da ilusão religiosa. A técnica espetacular não dissipou as nuvens religiosas em que os homens haviam colocado suas potencialidades, desligadas deles: ela apenas os ligou a uma base terrestre” (DEBORD, 1997, p.19). A especialização do poder, a mais velha das especializações, encontra-se na raiz do espetáculo. Ele é a atividade que corresponde a todas as outras. No caso, “o mais moderno é também o mais arcaico” (DEBORD, 1997, p.126, p.21).

McLuhan diz que o privilégio foi de países asiáticos como Índia e China, as Américas Central e Latina por serem atrasados industrialmente, pois encontraram o terreno preparado para o desenvolvimento econômico em sua abundância eletrônica. McLuhan chama esse fenômeno de revolução tecnológica, da comunicação e cultural (McLUHAN, 1972; 2001; 2005). Para o autor canadense, a etapa do letramento foi uma etapa histórica do atraso mecânico da indústria e por seu caráter linear um estorvo ao desenvolvimento econômico dos países em desenvolvimento. Ao invés de máquinas separadas, com a “cibernetização” a produção passou a ser entendida como um sistema integrado de manipulação da informação.

É esta mesma provisão de lugares de interação nos meios elétricos que hoje nos leva a reagir ao mundo como um todo. Acima de tudo,

no entanto, é a velocidade do envolvimento elétrico que cria o todo integral da consciência particular e pública. Vivemos hoje na Era da Informação e da Comunicação, porque os meios elétricos criam, instantâneas e constantemente, um campo total de eventos integrantes do qual todos os homens participam. Ora, o mundo da interação pública tem o mesmo escopo inclusivo do inter-relacionamento integral, que, até agora, fora apenas característica de nosso sistema nervoso particular. Isto porque a eletricidade é orgânica quando ao caráter e mantém o liame orgânico social pelo seu emprego no telégrafo, no telefone, no rádio e outras formas – também característica de nosso sistema nervoso – torna cada um de nós presente e acessível a qualquer pessoa. Em larga medida, a nossa co-presença em toda a parte e ao mesmo constitui um fato de experiência antes passivo do que ativo na era da eletricidade. Ativamente falando, temos maior possibilidade de perceber isto durante a leitura de um jornal ou enquanto assistimos a um *show* de TV (McLUHAN, 2001, p.279).

Guy Debord o entende como espetacularização da realidade com fins à unificação da sociedade fragmentada pelas trocas de mercadorias culturais produzidas pelo produtor que as consome como se delas fosse separado. Processo em que elas são reconhecidas por seu emissário, o dinheiro, “munido de plenos poderes que fala em nome de uma potência desconhecida” (DEBORD, 1997, p.41). A economia política é a ciência da dominação e se especializa nas diversas outras ciências para o desenvolvimento da autorregulação dos processos. As massas trabalhadoras estão incumbidas do consumo alienado como dever complementar da produção alienada. Nessa interdisciplinaridade das várias ciências surgem as análises epistemológicas e filosóficas da comunicação social. O despedaçamento da economia política nas várias ciências como sociologia, psicotécnica, cibernética, semiologia, linguística, antropológica, e outras, está garantida pelas análises positivistas e estruturalistas da comunicação.

A sociedade portadora do espetáculo não domina as regiões subdesenvolvidas apenas pela hegemonia econômica. Domina-as *como sociedade do espetáculo*. Nos lugares onde a base material ainda está ausente, em cada continente, a sociedade moderna já invadiu espetacularmente a superfície social. Ela define o programa de uma classe dirigente e preside sua formação. Assim como ela apresenta os pseudobens a desejar, também oferece aos revolucionários locais os falsos modelos de revolução. E espetáculo específico do poder burocrático, que comanda alguns países industriais, faz parte do espetáculo total, como sua pseudo negação geral, e seu sustentáculo. Visto em suas diversas localizações, o espetáculo mostra com clareza especializações totalitárias do

discurso e da administração sociais, mas estas acabam se fundindo, no nível do funcionamento global do sistema, em uma *divisão mundial das tarefas espetaculares* (DEBORD, 1997, p.38-39).

A modernização guiada pela vontade de unificação do espetáculo, legada aos processos simplificadores da sociedade, levou até mesmo a burocracia russa a se converter à presente *ideologia* da democracia: “isto é, à liberdade ditatorial do Mercado, temperada pelo reconhecimento dos Direitos do homem espectador [...] um extraordinário acontecimento do domínio da mídia. Foi uma prova do progresso da técnica espetacular” (DEBORD, 1997, p.11). Onde a publicidade é consequência de um fracasso social de levar a decisão pública para uma ampla parcela da vida econômica da sociedade. Fracasso que não foi abstrato, mas o resultado da “permissão de que o controle dos meios de produção e de distribuição seja mantido nas mãos de uma minoria” (WILLIAMS, 2011, p.263). Em termos econômicos, essa fantasia publicitária operou para projetar as decisões da produção das principais corporações

[...] como a “sua” escolha, a seleção de prioridades, métodos e estilo do “consumidor”. Atores profissionais e amadores, localmente dirigidos por pessoas que, em um outra cultura, poderiam estar escrevendo e produzindo peças ou filmes, são contratados para imitar as formas das únicas escolhas disponíveis, para demonstrar satisfação e a conquista de suas expectativas, ou para dissimular valores hoje geralmente destacados do amor, do respeito, da significância ou da realização. O que foi um dia absurdo local do anúncio exagerado é hoje um sistema de celebração mimetizada das decisões de outros. Como tal, obviamente, a publicidade está muito próxima de todo um sistema de estilos na política oficial. De fato, alguns de seus adeptos estão diretamente ligados à propaganda na competição dos partidos e na formação da opinião pública (WILLIAMS, 2011, p.264).

A partir desse modelo de produção pelos *media*, pensar a realidade como construída a partir dos contornos da linguagem, como o fez McLuhan (McLUHAN, 1972; 2001; 2011), é inserir a comunicação nessa cultura espetacular. A cultura é então produzida pelos meios de comunicação. Em um de seus *clichês*, o meio é a mensagem, a comunicação produz a realidade pelos meios. Os satélites oferecem a possibilidade de refazer e programar o mundo (McLUHAN, 1973). Não importam as mensagens, importam os meios. Eles organizam a sociedade tecnológica e podem

produzir o consenso entre os diferentes grupos sociais, na luta hegemônica por uma sociedade aberta e democrática. Por isso, para ele, mística e coletivamente (McLUHAN, 1962). Marx (1980) chamou essa mística de *mercadoria*. Debord de *espetáculo* (1997). Williams (2001) chamou essa mística de *publicidade*.

Para McLuhan, a revolução do século XIX, destinava-se a substituir as leis do mercado e da economia pelas leis da natureza. Economistas e sociólogos procuraram pelas leis do mercado. O que mudou foi o que ele chamou de “evento *Sputinik*”. Evento que tornou o próprio planeta numa medida de natureza que se transformou em arte. “O momento do *Sputinik* foi o momento da criação da nave espacial *Terra* e do teatro global que transformou os espectadores em atores. Hoje, portanto, todo mundo exige uma participação positiva no processo mundial” (McLUHAN, 1972, p.237). Para o teórico da comunicação e da publicidade, por isso, da unificação do mundo sob a rubrica de um mercado mundial inclusivo, o satélite transforma o mundo o resultado de uma forma de arte. Estaríamos assim vivendo mais a arte que a natureza. “Mas em vez de fabricar a notícia ou programar a imprensa, precisamos agora refazer o mundo e programar o planeta” (McLUHAN, 1973, p.247). Projeto bem-sucedido que unificou o planeta pelo artifício da mercadoria cultural. Afinal, o espetáculo é a reconstrução material da ilusão religiosa (DEBORD, 1997), e a atividade cogitada de refazer o mundo artificialmente, uma apologia à produção de mercadorias em uma escala de mercado mundial.

3. MARSHALL McLUHAN NO INTERIOR DA HEGEMONIA NA SOCIEDADE DO ESPETÁCULO: EDUCAÇÃO PELOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

3.1 A HEGEMONIA DO *ESPETÁCULO DIFUSO*: A PRODUÇÃO CULTURAL NO CAPITALISMO TARDIO

A abundância da mercadoria é o espetáculo. Ele pode ser predominante de duas maneiras. Uma concentrada, ligada às sociedades cuja presença de governos totalitários, é determinante, ou difusa, ligada às sociedades, ditas, democráticas. Esse modo difuso do espetáculo é o que define a sociedade americana em meados do século XX. Se a hegemonia dos Estados Unidos no pós-guerra se deve às astúcias políticas de seus governantes e grupos empresariais dominantes, contam com a atuação dos intelectuais, que garantem o alinhamento entre, a superestrutura e a estrutura (KIERNAN, 2007). Essa conformação hegemônica foi analisada em seus desdobramentos iniciais por Gramsci (2001), que a nomeou de americanismo, uma expressão cultural dominante. Na etapa do desenvolvimento do capitalismo tardio, nos anos de 1960, podemos entendê-la como hegemonia do espetáculo difuso. Debord (1997) atribuiu aos Estados Unidos a formação desse tipo de produção difusa. Como a nossa finalidade é analisarmos a produção da cultura em uma sociedade onde a mercadoria é aparentemente abundante, partimos das definições desses autores.

O desenvolvimento do capitalismo é acompanhado pela abundância de mercadorias. Nesse caso, “cada mercadoria considerada separadamente é justificada em nome da grandeza da produção da totalidade dos objetos, cujo espetáculo é um catálogo apologético” (DEBORD, 1997, p.43). Nessa difusão de mercadorias, as afirmações e interesses inconciliáveis encontram seus espaços no terreno da economia da abundância. A planificação da sociedade é sustentada simultaneamente pelos interesses e projetos contraditórios. Representados por mercadorias célebres, como o automóvel, exigem o tráfego perfeito, mesmo que isso

destrua as velhas cidades (DEBORD, 1997). Como um discurso sem interrupção que a ordem social faz sobre si mesma, o espetáculo se define como um retrato do poder na época de sua gestão absoluta das condições de existência. A pura objetividade fetichizada, omite o caráter de relação entre os homens e entre as classes. O que evidencia é “que uma segunda natureza domina, com leis fatais, o meio em que vivemos” (DEBORD, 1997, p.20). Entretanto, o espetáculo não é um produto do desenvolvimento técnico, concebido como desenvolvimento natural e necessário. Mas, ao contrário disso,

[...] *a sociedade do espetáculo é a forma que escolhe seu próprio conteúdo técnico*. Se o espetáculo, tomado sob o aspecto restrito dos “meios de comunicação de massa”, que são sua manifestação superficial mais esmagadora, dá a impressão de invadir a sociedade como simples instrumentação, tal instrumentação nada tem de neutra: ela convém ao automovimento total da sociedade. Se as necessidades sociais da época na qual se desenvolvem essas técnicas só podem encontrar satisfação com sua mediação, se a administração dessa sociedade e qualquer contato entre os homens só se podem exercer por intermédio dessa força de comunicação instantânea, é porque essa “comunicação” é essencialmente *unilateral*; sua concentração equivale a acumular nas mãos da administração do sistema os meios que lhe permitem prosseguir nessa precisa administração. A cisão generalizada do espetáculo é inseparável do *Estado* moderno, isto é, da forma geral da cisão na sociedade, produto da divisão do trabalho social e órgão da dominação de classe (DEBORD, 1997, p.20-21, *grifo nosso*).

A separação generalizada entre o trabalhador e o que ele produz, faz perder a unidade sobre a atividade realizada como toda a comunicação pessoal direta entre os produtores. O progresso que se segue é o da acumulação de produtos separados e da concentração do processo produtivo em que a unidade e a comunicação se tornam atributos exclusivos das classes dominantes que exercem o direcionamento do sistema. Nesse sentido, a proletarização do mundo é a expressão da superioridade do sistema econômico da separação (DEBORD, 1997). O trabalhador alienado de seu trabalho está alienado também, da comunicação sobre a qual se estabelece o processo produtivo. Ela se configura como uma produção separada do que é separado. O deslocamento pelo qual passou essa produção em relação as sociedades primitivas, que tinham no trabalho sua atividade principal, conduziu ao polo de desenvolvimento do não trabalho, da inatividade. Entretanto,

essa também inserida no processo produtivo e dela dependente. Essa é a submissão às necessidades e aos resultados da produção. A racionalidade da produção criou sua própria inatividade produtiva. Uma aparente contradição entre a liberdade foi atividade negada, e a inatividade integralmente submetida ao aperfeiçoamento dos resultados da produção. Assim, o que foi apontado como a libertação do trabalho e o aumento do lazer, significou justamente seu oposto. A atividade no trabalho não pode ser encontrada na submissão a seu resultado. Todo esse processo constituiu a inserção da inatividade na produção antes racionalizada apenas enquanto trabalho (DEBORD, 1997). O sistema econômico está fundado no isolamento, seja do homem em seu trabalho, seja em seu lazer. O sistema é

[...] uma *produção circular do isolamento*. O isolamento fundamenta a técnica; reciprocamente, o processo técnico isola. Do automóvel à televisão, todos os *bens selecionados* pelo sistema espetacular são também suas armas para o reforço constante das condições de isolamento das “multidões solitárias”. O espetáculo encontra sempre mais, e de modo mais concreto, suas próprias pressuposições (DEBORD, 1997, p.23).

Em sua origem, o espetáculo contém já a abstração de todo trabalho particular como também a abstração geral da produção que como um todo se traduz nesse modo de ser concreto. Ou seja, o espetáculo é a pura abstração e a representação separada do mundo real da produção. “No espetáculo, uma parte do mundo *se representa* diante o mundo e lhe é superior. O espetáculo nada mais é que a linguagem comum dessa separação” (DEBORD, 1997, p.23). A ligação entre os espectadores acontece, então, em um centro que os mantém isolados, no espetáculo, o separado é reunido, mas reunido como separado.

A comunicação unilateral instala-se onde quer que a comunidade é destruída e a crise se instaura entre os indivíduos e os sistemas de representação políticas e simbólicas. Abrangendo um espectro mais amplo e se estendendo em um nível maior de complexidade em relação à crise da cidade-estado discutida por Platão, a crise moderna, que se acirra com a expansão e consolidação da política espetacular após a Segunda Guerra Mundial, pode ser identificada na perda da unidade da vida social, no empobrecimento da experiência e no aparecimento de forças legítimas de controle associadas a interesses particulares, que se escondem sob o véu

das ideologias e transformam a linguagem em veículo de reprodução simbólica do poder (TOLEDO, 2015, p. 47).

Em favor do objeto contemplado, a alienação do espectador pressupõe uma dinâmica na qual a contemplação o separa da vida. Quanto mais ele se reconhece em imagens dominantes da necessidade, mais é impedido de se reconhecer em sua própria existência que se dilui, junto com seus próprios desejos, em gestos representados exteriormente por mercadorias. “O espetáculo é o capital em tal grau de acumulação que se torna imagem” (DEBORD, 1997, p.24). Nessa sociedade, a mercadoria concreta é minoritária. A economia, incompreendida como a base material da vida social, tem no dinheiro o equivalente universal da mercadoria. Desse modo, os acontecimentos que ofereceram as condições para a ocupação total da sociedade pela mercadoria, foram a revolução industrial, a divisão fabril do trabalho e a produção em massa para o mercado mundial. Então, a economia política se constituiu como ciência dominante e como ciência da dominação (DEBORD, 1997). O que em um primeiro momento aconteceu de modo oculto, agora está evidente. Aqui está a razão do termo “espetáculo” para se referir a sociedade do capitalismo tardio. Conforme Enzensberger o termo espetáculo sugere deixar à mostra.

Mercadorias e vitrines, trânsito e publicidade, loja de departamentos e mundo pictórico, notícias e embalagens, arquitetura e produção de mídia fundem-se numa totalidade, numa representação permanente, que não domina exclusivamente os centros urbanos públicos, mas ainda os interiores privados. A palavra de ordem “morar melhor” também transforma os objetos mais triviais em apetrechos desse festival generalizado, em que o caráter de fetiche das mercadorias se impõe de modo totalmente contrário a seu valor. O engano provocado por essa festas é e continuará sendo engano em meio à sociedade existente. Mesmo assim, algo de diferente a partir disso se anuncia. O consumo como espetáculo promete o desaparecimento da escassez. Os traços falsos, brutais e obscenos desse festival advêm do fato de estar fora de cogitação o cumprimento real dessa promessa (ENZENSBERGER, 2003, p. 61-62).

O espetáculo, então, é o momento histórico em que a mercadoria ocupou a vida social. Nada pode ser visto além dela e o que se vê é seu mundo. A essa altura, o consumo alienado do trabalhador se tornou seu dever complementar à produção alienada. A totalidade do trabalho vendido se tornou globalmente a mercadoria total

em um ciclo que progride entre a produção e o consumo. Para que esse processo fosse alcançado, foi “preciso que essa mercadoria total retorne fragmentadamente ao indivíduo fragmentado, absolutamente separado das forças produtivas que operam como um conjunto” (DEBORD, 1997, p.30). Conseqüentemente, a ciência política da dominação se divide em diversas disciplinas que podem controlar e autorregular todos os níveis do processo produtivo, que contêm em si, a distribuição e o consumo. Nessa interdisciplinaridade na qual a economia política se especializa em sociologia, psicotécnica, cibernética, semiologia e outras, o proletário deixa de ser somente o operário, e passa ser consumidor.

Na fase primitiva da acumulação capitalista, a economia política só vê no *proletário* o *operário*, que deve receber o mínimo indispensável para conservar sua força de trabalho; jamais o considerava “em seus lazeres, em sua humanidade”. Esse ponto de vista da classe dominante se inverte assim que o grau de abundância atingido na produção das mercadorias exige uma colaboração a mais por parte do operário. Subitamente levado do absoluto desprezo com que é tratado em todas as formas de organização e controle da produção, ele continua a existir fora dessa produção, aparentemente tratado como adulto, com uma amabilidade forçada, sob o disfarce de consumidor. Então, o *humanismo da mercadoria* se encarrega dos “lazer e da humanidade” do trabalhador, simplesmente porque agora a economia política pode e deve dominar essas esferas *como economia política*. Assim, “a negação total do homem” assumiu a totalidade da existência humana (DEBORD, 1997, p.31).

O setor mais avançado da indústria moderna é a automação. Ela resume sua prática, mas precisa superar a contradição que representa. Quanto mais automatizadas as fábricas, menos trabalhadores são necessários. A instrumentação técnica elimina objetivamente o trabalho. Entretanto, esse deve ser conservado também como mercadoria, pois é o seu lugar de origem. Então, para que a automação não diminua o tempo de trabalho social e não altere a produtividade que lhe é inerente, novos empregos foram criados mobilizando as forças complementares contidas no setor terciário, de serviços. Foram eles que se tornaram a extensão do exército de reserva pelos quais se distribuem e promovem as mercadorias no estágio tardio do capitalismo (DEBORD, 1997).

Assim, o espetáculo se estendeu por todos os setores da vida recriando sua força de controle efetivando o falso, “através da mundialização dos recursos

tecnológicos de comunicação que permite a invasão de todas as esferas da existência” (TOLEDO, 2015, p.16). O que nos põe diante uma crise da comunicação autêntica. A partir da Europa essa crise, nas décadas de 1920 e 1930, começa se estender quando a linguagem e a política ideológica foram disseminadas nos meios intelectuais e sociais. A situação distorcida permitiu que Adolf Hitler (1889-1945) e Benito Mussolini (1883-1945) predominassem como figuras representativas. “Com a impossibilidade de uma verdadeira comunicação, a unilateralidade do domínio sobre o que as coisas são e como devemos agir torna-se atributo fundamental do poder” (TOLEDO, 2015, p.47). Nos Estados Unidos, no mesmo período, não foi diferente e o destaque se deve ao uso das mídias para a propaganda política. A começar pela própria concepção da palavra e modelo de governo que a democracia representava, o papel da mídia na política traz consigo esse problema. Uma sociedade democrática pode ser entendida como aquela em que o próprio povo dispõe de condições para participar da condução dos assuntos de seu interesse, uma vez que os meios de comunicação são acessíveis e livres, ou, de uma outra forma, entendida como a sociedade em que o povo, considerado incapaz de conduzir seus próprios anseios, deve ser conduzido com a ajuda dos aparatos tecnológicos dos meios de comunicação. De acordo com Chomsky, esta última é a concepção predominante.

[...] a primeira operação de propaganda governamental de nossa era, que aconteceu no governo de Woodrow Wilson, eleito presidente em 1916 com a plataforma “Paz e Vitória”. Isso aconteceu bem na metade da Primeira Guerra Mundial. A população estava extremamente pacifista e não via motivo algum que justificasse o envolvimento numa guerra europeia. [...] Foi construída um comissão de propaganda governamental, a Comissão Creel, que conseguiu, em seis meses, transformar uma população pacifista numa população histérica e belicosa que queria destruir tudo que fosse alemão [...]. Nessa mesma época, e após a guerra, foram utilizadas essas mesmas técnicas para insuflar um histérico Pânico Vermelho, como ficou conhecido, que obteve êxito considerável na destruição de sindicatos e na eliminação de problemas perigosos como a liberdade de imprensa e a liberdade de pensamento político. Houve grande apoio por parte da mídia e dos líderes empresariais [...] (CHOMSKY, 2013, p.11-12).

O que está implícito, nesses apontamentos, é a ideologia. Conforme Marx, a moral, a religião e a metafísica e todo o restante da ideologia como as formas de consciência correspondente, perdem a autonomia enquanto resultantes da vida

material do homem. Não tem história ou desenvolvimento, mas ao contrário, os homens, desenvolvendo sua produção material e suas relações “transformam, com a realidade que lhes é própria, seu pensamento e também os produtos do seu pensamento. Não é a consciência que determina a vida, mas sim a vida que determina a consciência” (MARX, 1998, p.19-20). A ideologia como uma representação da sociedade separada da vida real, de sua produção real. Nesse sentido, o espetáculo é ideológico e reafirma a proposição de Marx, pois, carrega consigo a plenitude do que podemos entender por ideologia: a negação da vida real. Ele é a separação do homem do próprio homem, e, dele da massa de objetos por ele produzidos. Um estágio avançado em que a necessidade do dinheiro, criada pela economia política, sujeitou o ser humano completamente. “Afigura-se então a cultura como a esfera da separação vivida como falsa unidade, como unidade ideológica de uma separação real” (TOLEDO, 2015, p.213). De trabalho humano materializado, a cultura se tornou o lugar de uma objetividade separada. Conforme Debord, a “cultura é o lugar da busca da unidade perdida. Nessa busca da unidade, a cultura como esfera separada é obrigada a negar a si própria” (DEBORD, 1997, p. 120). Dessa maneira, podemos dizer que a sociedade do espetáculo difuso se organiza pela ideologia. Da base material, econômica, à superestrutura espiritual, o espetáculo “determinou o seu domínio pela separação, pela inversão, pela ilusão da unidade e pela reprodução de sua própria dinâmica” (TOLEDO, 2015, p. 215). A satisfação, numa sociedade em que a mercadoria é abundante, não pode encontrar no seu uso a satisfação, por isso seu valor é reconhecido enquanto mercadoria. Essa é a efusão religiosa do consumidor,

[...] entusiasmo por determinado produto, apoiado e lançado por todos os meios de comunicação, propagam-se com grande rapidez. Um estilo de roupa surge de um filme; uma revista lança lugares da moda, que por sua vez fazem as mais variadas promoções. No momento em que a massa de mercadorias caminha para a aberração, o *gadget* é a expressão do fato de o próprio aberrante tornar-se uma mercadoria especial. Nos chaveiros-brindes, por exemplo, que não são comprados mas oferecidos junto com a venda de objetos de valor, ou que decorrem de intercâmbio em círculo próprio, é possível perceber a manifestação de uma entrega mística à transcendência da mercadoria. Quem coleciona chaveiros que acabam de ser fabricados para serem colecionados acumula as *indulgências da mercadoria*, sinal glorioso de sua presença real entre os fiéis. O homem reificado exhibe a prova de sua intimidade com a mercadoria. Como nos arroubos dos que entram em transe ou dos

agraciados por milagres do velho fetichismo religioso, o fetichismo da mercadoria atinge momentos de excitação fervorosa. O único uso que ainda se expressa aqui é o uso fundamental da submissão (DEBORD, 1997, p. 44).

A aparência da abundância da mercadoria está na ruptura do desenvolvimento orgânico das necessidades sociais. “A força cumulativa de um artificial independente provoca por toda parte a *falsificação da vida social*” (DEBORD, 1997, p.46). Gramsci (2001) fez essa discussão em termos de qualidade e quantidade. Para ele, no mundo da produção, a satisfação ou não das necessidades das classes sofrem com a tendência de elevar ou baixar seu nível de vida. A vontade de se especializar para um mercado de luxo de uma nação-empresa, faz da qualidade o emprego de bastante trabalho sobre pouco matéria prima, afim de aperfeiçoar o produto.

Por outro lado, pode-se observar o seguinte: se uma nação se especializa na produção “qualitativa”, que indústria fornecerá os objetos de consumo das classes pobres? Será criada uma situação de divisão internacional do trabalho? Trata-se apenas de uma fórmula típica de literatos desocupados e de políticos cuja demagogia consiste em construir castelos no ar. A qualidade deveria ser atribuída aos homens e não às coisas: e a qualidade humana eleva-se e se refina na medida em que o homem satisfaz um número maior de necessidades e, portanto, torna-se independente delas. O alto preço do pão, devido ao fato de pretender manter um número maior de pessoas ligado a uma determinada atividade, leva à desnutrição. A política da qualidade determina quase sempre seu oposto: uma quantidade desqualificada (GRAMSCI, 2001, p. 261).

Entre as primeiras décadas e meados do século XX, a racionalização do trabalho, sobretudo nas cidades, estava relacionada com o proibicionismo nos Estados Unidos. O novo método de trabalho que se desenvolveu na América para seu modelo avançado de produção capitalista, pressupõe o controle moral do trabalhador, o consumidor em tempo livre. O objetivo foi o da criação de um novo tipo de trabalhador e de homem. Essa sociedade visou desenvolver em um grau máximo, no trabalhador, os comportamentos das máquinas automáticas e desse modo eliminar a participação ativa da inteligência na iniciativa do trabalhador qualificado “e reduzir as operações produtivas apenas ao aspecto físico maquinal”

(GRAMSCI, 2001, p.266). Entretanto, os elementos da nova cultura e do novo modo de vida que se difundiam com a “etiqueta” americana, se tratavam da iniciativa superficial diante a nova estrutura em formação que nesse país se despontava. “O que hoje é chamado de “americanismo” é em grande parte a crítica antecipada feita pelas velhas camadas que serão esmagadas pela possível nova ordem e que já são vítimas de uma onda de pânico social, de dissolução, de desespero” (GRAMSCI, 2001, p. 280).

Nas sociedades cada vez mais secularizadas e urbanizadas, o trabalho foi tratado como uma necessidade social “tanto nos anos de alto desemprego cíclico ou estrutural como naqueles em que o progresso tecnológico diminui o número de empregos” (BRIGGS; BURKE, 2006, p.190). A automação dos processos industriais possibilitados pela eletrônica, inclusive nas fábricas de armamentos, afetou a oferta de empregos. Diante do desenvolvimento da cibernética, o operário consumidor, encontrou na mercadoria o valor que lhe é inerente enquanto mercadoria. Conforme Marx (1980), quanto maior for a produtividade do trabalho, menor o tempo requerido para a produção da mercadoria. Ou seja, menor seu valor. Antes, “a grandeza do valor de uma mercadoria varia na razão direta da quantidade, e na inversa da produtividade, do trabalho que nela se aplica” (MARX, 1980, p.47). O valor de uma mercadoria é uma realidade apenas social, fruto do trabalho humano e só pode se manifestar na relação social em que uma “mercadoria se troca por outra” (MARX, 1980, 55). A forma comum das mercadorias é a forma dinheiro⁵.

Então, mercadoria determinada, com cuja forma natural se identifica socialmente a forma equivalente, torna-se mercadoria dinheiro, funciona como dinheiro. Desempenhar o papel de equivalente universal torna-se sua função social específica, seu monopólio social, no mundo das mercadorias (MARX, 1980, p. 78).

⁵ “A forma geral do valor, ao contrário [das formas simples], surge como obra comum do mundo das mercadorias. O valor de uma mercadoria só adquire expressão geral, porque todas as outras mercadorias exprimem seu valor através do mesmo equivalente, e toda nova espécie de mercadoria tem de fazer o mesmo” (MARX, 1980, p.75). “[...] Na transição da forma geral do valor para a forma dinheiro, a forma geral é a forma valor e equivale a qualquer mercadoria” (MARX, 1980, p.77). “[...] mercadoria só assume forma equivalente geral (forma C) por estar e enquanto estiver destacada como equivalente por todas as outras mercadorias. E só a partir do momento em que esse destaque se limita, terminantemente, a uma determinada mercadoria, adquira a forma unitária do valor relativo do mundo das mercadorias consistência objetiva e validade social universal” (MARX, 1980, p.78).

A mercadoria contém em si um caráter misterioso, pois, seu valor não provém de seu valor de uso ou dos fatores que o determinam. Ela é misteriosa por encobrir as características sociais do trabalho dos homens que se apresentam como características materiais e propriedades sociais intrínsecas aos produtos do trabalho. Oculta “a relação social entre os trabalhos individuais dos produtores e o trabalho total, ao refleti-la como relação social existente, à margem deles entre os produtos do seu próprio trabalho” (MARX, 1980, p.80). Uma dissimulação por meio da qual, esses produtos do trabalho se tornam mercadorias, coisas sociais com suas propriedades perceptíveis e imperceptíveis aos sentidos. Os produtos da imaginação humana são assim dotados de vida própria que mantém relações entre si e com os humanos separados de sua produção. No mundo das mercadorias é isso que acontece. A esse ocultamento, Marx chama de fetichismo, “inseparável da produção de mercadorias” (MARX, 1980, p.81). O dinheiro, por sua vez, foi gerado pela necessidade de troca e serve de equiparação dos diferentes produtos do trabalho. Em outras palavras, para transformá-los em mercadorias.

A necessidade, para o intercâmbio, de exteriorizar essa oposição [entre valor de uso e valor] exige forma independente para o valor da mercadoria e persiste até que, finalmente, é satisfeita com a duplicação da mercadoria em mercadoria e dinheiro. Os produtos do trabalho se convertem em mercadorias no mesmo ritmo em que determinada mercadoria se transforma em dinheiro (MARX, 1980, p. 97).

É importante ainda sinalizar que quando falamos de produção, estamos falando de produção em um determinado estágio do desenvolvimento social (MARX, 2011). Aqui especificamente, falamos do estágio espetacular. Conforme Jameson (2006), trata-se do surgimento de um novo tipo de vida social e de uma ordem econômica a ela adequada. Além de espetáculo, poderíamos chamar de modernização, sociedade do consumo pós-industrial, sociedade da mídia ou de capitalismo multinacional. Esse momento do capitalismo pode ser datado, nos Estados Unidos, com súbito desenvolvimento pós-guerra, ao final da década de 1940 e início da década de 1950, ou ainda, na França, a partir do estabelecimento da Quinta República, em 1958. Ainda assim, a década de 1960 foi o principal período de transição desse novo período “no qual a nova ordem internacional é, ao

mesmo tempo, instaurada e abalada, tanto por suas próprias contradições internas quanto pela resistência externa” (JAMESON, 2006, p.20). Enfim, esse é o período do capitalismo tardio, da sociedade do espetáculo debordiana e o momento histórico que produziu o intelectual Marshall McLuhan.

Ademais, retomando a questão da produção, é preciso salientar que ela também é consumo e o consumo é também produção. Tem lugar entre os dois, um movimento mediador. “A produção medeia o consumo, cujo material cria, consumo sem o qual faltaria-lhe o objeto. Mas o consumo também medeia a produção ao criar para os produtos o sujeito para o qual são produtos” (MARX, 2011, p.46). No estágio avançado do capitalismo espetacular, podemos verificar o que nos alertou Marx (JAMESON, 2006). O consumo produz a produção na medida em que apenas nele o produto se torna efetivamente produto; e na medida em que ele cria a necessidade da nova produção. Na sociedade, no entanto,

[...] a relação do produtor com o produto, tão logo este esteja acabado, é uma relação exterior, e o retorno do objeto ao sujeito depende de suas relações com os outros indivíduos. Não se apodera dele imediatamente. Tampouco a imediata apropriação do produto é a finalidade do produtor quando produz em sociedade. Entre o produtor e os produtos se interpõe a *distribuição*, que determina, por meio de leis sociais, sua cota no mundo dos produtos, interpondo-se, assim, entre a produção e o consumo (MARX, 2011, p.46).

Quando se consideram realizadas as condições e os pressupostos sob os quais o preço das mercadorias, que correspondem ao seu valor de troca, a coincidência da demanda e da oferta, de produção e consumo, e em última instância, a produção proporcional, “as chamadas relações de distribuição são elas próprias relações de produção” (MARX, 2011, p.101). No então período da era de ouro do capitalismo (HOBSBAWM, 1995), caracterizado precisamente pela fusão entre cultura e economia (JAMESON, 2001), essas relações de produção ocupam lugar destacado no desenvolvimento econômico e social⁶. “A cultura não é mais um

⁶ Na prática, a Era de Ouro foi a era do livre comércio, livres movimentos de capital e moedas estáveis que os planejadores do tempo da guerra tinham em mente, Sem dúvida isso se deveu basicamente à esmagadora dominação econômica dos EUA e do dólar, que funcionou como estabilizador por estar ligado a uma quantidade específica de ouro, até a quebra do sistema em fins da década de 1960 e princípios da de 1970. Deve-se ter sempre em mente que em 1950 só os EUA tinham mais ou menos 60% de todo o estoque de capital de todos os países capitalistas avançados,

domínio onde negamos os efeitos ou nos refugiamos do capital, mas é sua mais evidente expressão. O capitalismo tardio depende [...] de uma sociedade de imagens voltada para o consumo” (JAMESON, 2001, p.09). Essa é a lógica cultural e aqui,

[...] os meios de comunicação são, eles mesmos, meios de produção. É verdade que os meios de comunicação, das formas físicas mais simples da linguagem às formas mais avançadas da tecnologia da comunicação, são sempre social e materialmente produzidos e, obviamente, reproduzidos. Contudo, eles não são apenas formas, mas meios de produção, uma vez que a comunicação e os seus meios materiais são intrínsecos a todas as formas distintamente humanas de trabalho e de organização social, constituindo-se assim em elementos indispensáveis tanto para as forças produtivas quanto para as relações sociais de produção (WILLIAMS, 2011, p.69).

Nesse sentido, os produtos culturais são tanto a base como a superestrutura, pois produzem significados e geram lucros. A cultura de massa e a cultura das elites, transformada em grifes, são os lugares em que a regras fundamentais do “jogo do consumo” (JAMESON, 2001, p.09). As questões culturais se propagaram para as econômicas e sociais. A dimensão econômica se expandiu para todo o resto, controlando as tecnologias, reforçando interesses geopolíticos e envolveu o cultural, de modo que, a cultura se dissolveu na economia e a economia na cultura. A produção das mercadorias se tornou, então, um fenômeno cultural, no qual se compram produtos por sua imagem e por seu uso imediato. E nesse sentido, surgiu a indústria da publicidade mencionada anteriormente, da qual McLuhan foi um especialista. O planejamento da indústria para o desenvolvimento de imagens transformadas em produtos encontrou na propaganda a mediação fundamental entre a cultura e economia. Ela é uma forma de produção estética e, nesse sentido,

A erotização é uma parte significativa do processo: os estrategistas publicitários são verdadeiros marxistas-freudianos que entendem a necessidade de investimentos libidinais para realçar seus produtos. A seriedade também desempenha um papel importante: a imagem que os outros fazem do carro ou do cortador de grama influenciam minha decisão de compra (e assim podemos perceber como o cultural e o

produziam mais ou menos 60% de toda a produção deles, e mesmo no auge da Era de Ouro (1970) ainda detinham mais de 50% do estoque total de capital de todos esses países e eram responsáveis por mais da metade da produção (HOBSBAWM, 1995, p.270).

econômico se transmudam, de novo, no social). Nesse sentido, a economia se transforma em uma questão cultural, e talvez seja possível pensar que, nos grandes mercados financeiros, a imagem cultural acompanha a firma cujas ações compramos ou deixamos de comprar. [...] Guy Debord descreveu nossa sociedade com uma sociedade de imagens, consumidas esteticamente. Com isso deu nome à linha que separa e, ao mesmo tempo liga, a cultura ao econômico. Fala-se muito, e sem muita precisão, da mercantilização da política, das idéias, das emoções e da vida privada; o que precisamos acrescentar agora é que a mercantilização hoje é também uma estetização – que a mercadoria também é consumida “esteticamente” (JAMESON, 2001, p.22-23).

Enquanto o movimento da economia para a cultura foi representado pela indústria da publicidade e da propaganda, o movimento da cultura para economia foi representado pela indústria do entretenimento, “uma das maiores e mais rentáveis das exportações dos Estados Unidos (juntamente com alimentos e armas)” (JAMESON, 2001, 23). A separação entre a informação e o entretenimento se tornaram cada vez menos distintas durante as décadas de 1950 e 1960, no Estados Unidos. A imprensa também foi comprometida com a lógica do espetáculo. Ela transformou os entretenimentos, no entretenimento, um produto industrial (BRIGGS; BURKE, 2006). Como centro do desenvolvimento capitalista em meados do século XX, essa transformação que compreendeu a superestrutura e a estrutura, tornou a hegemonia americana uma realidade no momento histórico em que o capitalismo, em seu ciclo tardio, altera a natureza da produção (DEBORD, 1997).

Esse estágio pode ser melhor entendido diante o seu estágio anterior. Para tanto, a utilização da fórmula DMD' , de Marx (1980), foi elucidativa. Nela o (D) dinheiro se transforma em (M) mercadoria que gera (D') dinheiro complementar. Essa representação demonstra a transformação em relação a fórmula MDM' , que caracterizou o comércio em um ciclo anterior do capitalismo. Ou seja, a circulação de mercadorias começa com uma venda e termina com uma compra. A (M) mercadoria é vendida, com o (D) recebido se compra outra (M) mercadoria. O processo começa e termina na troca de mercadoria por dinheiro e de dinheiro por mercadoria. Não se trata de uma trajetória lucrativa (JAMESON, 2001). A reversão desta fórmula, DMD' , foi a reversão do comércio em que o capital ganhou livre circulação,

[...] resumindo a explicação de Marx, no quarto capítulo de *O capital*, volume I, e simplesmente observando a transposição gradual de importância para o segundo D: o momento em que o foco da operação não está mais centrado na mercadoria, mas no dinheiro, e seu maior impulso é agora o investimento do dinheiro na produção de mercadorias, não para produzir, mas para aumentar o retorno de D, agora D'; em outras palavras, a transformação de riquezas em capital, a autonomização do processo de acumulação de capital, que imprime sua própria lógica sobre a da produção e consumo de bens, assim como sobre o empresário ou o trabalhador individuais (JAMESON, 2001, p.161).

A expansão acumulativa do capital tem na primeira fase do processo uma relação com o comércio propriamente dito, gera dinheiro para sua capitalização. No segundo momento, o dinheiro se transforma em capital investido e a área na qual é investido se torna um centro de produção. Devido à territorialização desse estágio, ele encontra limites internos de produção, consumo e distribuição que o terceiro estágio procura dirimir com a expansão financeira. “O próprio capital começa a ter flutuação livre. Ele se separa do ‘contexto concreto’ de sua geografia produtiva. O dinheiro se torna, em um segundo sentido e em um segundo grau, abstrato” (JAMESON, 2001, p.150).

O resultado desse processo foi atingido em sua intensidade máxima somente nas décadas finais do século XX. Mas, foi em meados desse século, a partir da hegemonia dos Estados Unidos, que esse processo ganhou força com a expressão das tecnologias de comunicação que proporcionaram as transferências de capital destituídas do tempo e do espaço. O que produziu o movimento instantâneo de imensas quantidades de dinheiro, mercadorias, em torno do globo (JAMESON, 2001). A questão é transformação dos efeitos do valor de troca e da equivalência monetária. As propriedades dos objetos se transformaram em equivalentes enquanto mercadorias. Assim, o dinheiro nivelou diferenças intrínsecas em coisas individuais e por isso, pode-se, então, comprar as suas qualidades e características perceptuais, consideradas semi-autônomas, de modo que, “tanto a cor como a forma se libertam de seus antigos veículos e passam desfrutar de uma existência independente como campos de percepção e como matérias-primas da arte” (JAMESON, 2001, p.160).

De acordo com Gramsci, os Estados Unidos não tinham grandes tradições históricas e culturais. A inexistência dessas tradições, significou também a inexistência de classes parasitárias cujo legado se deve as fases históricas anteriores. A isso se deve, a sua enorme acumulação de capitais. Essa ausência permitiu a construção de uma base para a indústria, que incorporou e subordinou as atividades de transporte e comércio à atividade produtiva.

Dado que existiam essas condições preliminares, já racionalizadas pelo desenvolvimento histórico, foi relativamente fácil racionalizar a produção e o trabalho, combinando habilmente a força (destruição do sindicalismo operário de base territorial) com a persuasão (altos salários, diversos benefícios sociais, habilíssima propaganda ideológica e política) e conseguindo centrar toda a vida do país na produção. A hegemonia nasce da fábrica e necessita apenas, para ser exercida, de uma quantidade mínima de intermediários profissionais da política e da ideologia (GRAMSCI, 2001, p.247).

O fenômeno das massas, nesse sentido, não foi mais que a forma desse tipo de sociedade racionalizada, na qual a estrutura domina as superestruturas igualmente racionalizadas, simplificadas e reduzidas em números. Essa racionalização determinou a elaboração de um novo tipo de humano, este concebido para um novo tipo de trabalho e de processo produtivo. Quando Gramsci escreveu sobre esse processo, afirmou que a questão hegemônica ainda não havia emergido em termos superestruturais e que essa elaboração estava ainda em seu início, “por isso, (aparentemente) idílica” (GRAMSCI, 2001, p.248). Não obstante, esse processo teve continuidade e McLuhan representa o exercício do intelectual nesse trabalho de elaboração, tanto em sua expressividade política como ideológica. Para ele, o “homem civilizado, [...] cujas faculdades visuais foram aguçadas e especializadas pela alfabetização greco-romana, [...] foi simplesmente desalojado e descartado pelo novo ambiente da informação elétrica” (McLUHAN, 2005, p.231). As novas tecnologias eletrônicas, implementadas e subordinadas à produção, exigem uma nova elaboração do humano. Entretanto, o que por Gramsci (2001) foi entendido em termos de emancipação, por McLuhan foi entendido como um processo evolutivo no qual o homem deve se adaptar. Tal processo está presente em sua forma de pensar as tecnologias como

[...] extensões de nosso próprio corpo, de nossas próprias faculdades, quer se trate das roupas, da habitação, quer se trate dos tipos mais familiares de tecnologias, como as rodas, os estribos, que são extensões das várias partes do corpo. A necessidade de ampliar as capacidades humanas para lidar com vários ambientes dá lugar a essas extensões tanto de ferramentas quanto de imobiliário. Essas ampliações de nossas capacidades, espécies de deificações do homem, eu as defino como tecnologias (McLUHAN, 2005, p.90).

As condições da produção são entendidas como um ambiente que muda as pessoas. E, não é a produção que incluiu novos setores produtivos, mas, o ambiente criado pelos *media*. A naturalização da produção reflete o pensamento o intelectual McLuhan na sua expressão “o meio é a mensagem”. Para ele, significa “um ambiente oculto de serviços criados por uma inovação, e o ambiente oculto de serviços é o que muda as pessoas” (McLUHAN, 2005, p.284). Chamamos a atenção para essas afirmações nesse momento, pois elas demonstram a conversão da comunicação em questão de meios, o que se deu, segundo Martín-Barbero, a partir da institucionalidade, “isto é, de produção de discursos públicos cuja hegemonia se encontra paradoxalmente do lado dos interesses privados” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.13). Esses discursos são condizentes com as preocupações quanto à emergência das massas, que se tornaram predominantes na sociedade do espetáculo, que as transformaram em massas consumidoras. Destarte, é preciso considerar que a ideia de uma sociedade de massa

[...] é bem mais velha do que costumam contar os manuais para estudiosos da comunicação. Obstinação em fazer da tecnologia a causa necessária e suficiente da nova sociedade – e decerto da nova cultura –, a maioria desses manuais situa o surgimento da teoria da sociedade de massas entre os anos 1930-1940, desconhecendo as matizes históricas, sociais e políticas de um conceito que em 1930 tinha já quase um século de vida, pretendendo compreender a relação massas/cultura sem nenhuma perspectiva histórica sobre o surgimento social das massas. Para começar a contar essa história, que é a única maneira de fazer frente à fascinação produzida pelo discurso dos tecnólogos da mediação de massa, talvez seja boa uma imagem: o acionamento durante o século XIX da teoria da sociedade-massa é o de um movimento que vai do medo à decepção e daí ao pessimismo, mas conservando o asco. Em seu ponto de partida – a desencantada reflexão dos liberais franceses e ingleses no convulsivo período pós-napoleônico que vai da Restauração à Revolução de 1848 –, fica bem difícil separar o que há de decepção pelo caos social que trouxe o “progresso” do medo de perigosas

massas que conformam as classes trabalhadoras (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.52).

Essa nova forma de pensar a sociedade das massas já encontra, segundo Martín-Barbero, em Tocqueville (1805-1859) seu primeiro esboço e foi continuado por Stuart Mill (1806-1873). Se antes do autor francês foram situadas fora da sociedade, como turbas bárbaras, ele, por sua vez, as situou dentro, como o elemento que dissolveu o tecido das relações de poder, erodindo a cultura, desintegrando a velha ordem. Elas se transformaram, de ordem gregárias informes, em multidões urbanas. Transformação percebida como em relação com processos de industrialização, “é atribuída antes de tudo ao igualitarismo social, no qual se vê o germe do despotismo das maiorias” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.53). Ele viu a emergência das massas como uma chave para o início da democracia moderna, que traz consigo os elementos de sua própria dissolução.

Se democracia é uma sociedade na qual desaparecem as antigas distinções de castas, categorias e classes, e na qual qualquer ofício ou dignidade é acessível a todos, uma sociedade assim não pode não relegar a liberdade dos cidadãos e a independência individual a um plano secundário: o primeiro está sempre será sempre ocupado pela vontade das maiorias. E desse modo o que vem a ser verdadeira importância não é aquele em que há razão e virtude, mas aquele que é querido pela maioria, isto é: o que se impõe unicamente pela quantidade de pessoas. Dessa maneira o que constitui o princípio moderno do poder legítimo acabará legitimando a maior das tiranias (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.54).

A massa se tornou a representação da mediocridade coletiva que dominou a sociedade cultural e politicamente, uma vez que, os governos se converteram em órgãos de suas tendências (MARTÍN-BARBERO, 2013). Daí, as massas, então, foram concebidas enquanto um fenômeno psicológico, pois são passíveis às sugestões. A psicologia se tornou o campo de estudos no qual foi possível produzir sugestões e operar sobre elas. “A chave se encontraria na constituição das *crenças* que, em sua configuração “religiosa”, permitem detectar os dois dispositivos de seu funcionamento: o mito que as une e o *líder* que celebra os *mitos* (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.65).

Com o deslocamento do eixo da economia no pós-guerra, muda também a reflexão sobre as massas. Enquanto para os pensadores da Europa elas representam a degradação da verdadeira cultura, para os teóricos norte-americanos, dos anos de 1940 e 1950, elas representam a sociedade em que uma democracia completa poderia se desenvolver. O que significou um ímpeto da força econômica, permitiu aos teóricos do Estados Unidos assumirem a cultura de massa como a cultura própria desse povo. A incorporação da maioria da população à sociedade deixava de significar a *massa*, o anonimato e conformismo. A comunicação entre os diferentes estratos da sociedade se tornou possível, e, diante da impossibilidade de uma unidade cultural, o mais importante foi o desenvolvimento da circulação viabilizado pelos novos *media*, produtos das tecnologias eletrônicas de comunicação. A cultura de massa, nesse sentido, traz consigo a tendência de confundir cultura com diversão e uma certeza da eficácia tecnológica da mídia. O surgimento dessa nova cultura, assim entendida, não se deveu ao desenvolvimento do capitalismo ou à democracia. A tecnologia moderna foi considerada a causa necessária e suficiente da cultura de massa. O positivismo tecnológico de McLuhan representa esse entendimento. Conforme Martín-Barbero, o autor formado em Cambridge, expressou em uma linguagem antiteórica a reflexão dos anos de 1940 e 1950 sobre a relação entre a cultura e a sociedade. Seus dois livros mais conhecidos (1962; 1964) trazem as elucidações culturalistas de seu período de formação em uma mesma direção. Ou seja, “longa época “da explosão e da angústia” termina e se inicia outra na qual o efeito é mais importante que o significado” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p.69). A incorporação das massas significou, para ele, a dissolução das classes sociais, com o que

[...] continua fazendo-se impensável o modo de “articulação” específico dos conflitos que têm *seu* lugar na cultura e na imbricação da demanda cultural na produção de hegemonia. Resultado: um culturalismo que recobre o idealismo de seus pressupostos com o materialismo tecnologicista dos efeitos e da inflação a-histórica de sua mediação (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 70).

O capitalismo tardio em sua fase espetacular desenvolveu e indústria da consciência com maior velocidade e alcance que outros setores da produção. Enzensberger (2003) diz, que pela primeira vez na história, as mídias tornaram

possível a participação das massas no processo produtivo social. Sobretudo, mesmo que os meios estivessem em posse das massas, os recursos, tais como televisor e o cinema produziram o impedimento da comunicação. Impedem a reciprocidade entre emissores e receptores, pois

[...] a técnica eletrônica não conhece uma oposição básica entre emissor e receptor. Considerando-se sua construção, cada rádio transistor é também simultaneamente um emissor em potencial; ele pode influenciar outros receptores por meio de retroconexão. A evolução de um simples meio de distribuição para um meio de comunicação não é mero problema técnico. Ela é evitada conscientemente, por boas ou más razões políticas. A diferenciação técnica entre emissor e receptor reflete-se na divisão de trabalho entre produtores e consumidores da sociedade; esse mecanismo adquire intenso contorno político na indústria da consciência. Em última análise, essa evolução reside na contradição básica entre classes dominantes e dominadas (de um lado, o capital monopolista ou burocracia monopolista e, de outro, as massas dependentes) (ENZENSBERGER, 2003, p.17).

A questão é determinar onde está o poder. Embora uma revolução de natureza popular pudesse acontecer, o que aconteceu foi que os empresários tomaram para si a responsabilidade de conduzir as massas. O que evidenciou sua requerida função em uma democracia. Passou a existir uma classe especializada que assumiu a função executiva e de planejamento que contemplasse os interesses de todos. E, uma outra classe, a de espectadores, cuja função foi o de apoiar um ou outro membro da classe especializada pelo sufrágio. Uma vez transferido o apoio, torna-se novamente espectador. O elemento que possibilitou essa standardização, foi a produção do consenso possibilitado pela mídia. Para Chomsky (2013), ela é um monopólio coletivo e o ponto de vista de todos é o mesmo, os “dois partidos são duas facções do partido dos negócios” (CHOMSKY, 2013, p.25). Afinal, as pessoas da comunidade dos negócios foram capacitadas a construir o consenso, estavam vinculadas aos dispositivos e aos recursos do poder para fazê-lo (CHOMSKY, 2013).

A oferta política de um cartel de poder composto de partidos autoritários, corresponde a oferta do cartel de emissoras. As diferenças entre elas são ilusórias como a aparência a de uma concorrência encenada. No sistema partidário de dois partidos, os eleitores, espectadores, tem mínima autonomia reduzida à cifras de um índice estatístico. Assim, elucidou Enzensberger,

Ignóbeis colocaram-se à frente das novas forças produtivas, baseando puramente em intuições, às quais o comunismo não quis dar atenção, para sua desvantagem. Atualmente, essa vanguarda apolítica encontrou seu ventríloquo e profeta na figura de Marshall McLuhan, um autor a quem faltam, é verdade, todas as quaisquer categorias analíticas para a compreensão de processos sociais, cujos livros, apesar de confusos, podem servir de playground de observações incontroladas sobre a indústria da consciência (ENZENSBERGER, 2003, p.80-81).

McLuhan não criou suas proposições teóricas, mas tinha uma denominação comum de “ensinamento reacionário de salvação” (ENZENSBERGER, 2003, p.81). Embora não a tenha inventado, foi ele o primeiro a explicitar uma mística das mídias na qual problemas políticos desapareceram. O que se tornou a atração em seus textos foi a salvação da humanidade por meio da tecnologia da televisão. Empreendimento já iniciado por vários de seus antecessores, ele dividiu a determinação de minimizar os problemas da base econômica, a partir de um enfoque idealista, sobreposto a uma banalização da luta de classes em um humanismo vago. “Um novo Rousseau, assim como todas as reprises, apenas um débil reflexo do antigo, ele proclama o Evangelho dos novos primitivos que, sem dúvida num patamar mais elevado, devem retornar à “aldeia global”, numa existência tribal pré-histórica” (ENZENSBERGER, 2003, p.81). Suas concepções, pressupostas em sua frase publicitária mais conhecida de que o meio é a mensagem, demonstram esse caráter tautológico da mística das mídias. Uma vez a televisão ligada, ela já efetiva seus efeitos. Entretanto, o que ele transmite de fato, é que em sua frase está contido o domínio da burguesia, das classes dominantes sobre os *media*. As classes dominantes dispõem de todos os meios para nos comunicar algo, mesmo que não tenha nada a dizer que a justifique tal situação. “Sua intenção de agarrar-se a todo curso ao poder de dispor sobre os meios de produção sem estar em condições de deles fazer o uso social necessário é aqui expressa claramente na superestrutura: ela deseja as mídias *como tais e para nada*” (ENZENSBERGER, 2003, p.82).

Os aparelhos televisores foram vendidos a partir do final da década de 1920. Daí, então, se tornaram objeto de discussões acirradas. Nesse período, na Grã-Bretanha, elas estiveram focadas em seu inventor, um escocês, nascido em Helensburg, John Logie Baird (1888-1946). Sua apreciação recaía sobre a

publicidade e dependia dela para levantar fundos patrocinadores de seu invento. Como consequência, “fez mais propaganda da televisão em ambos os lados do Atlântico do que qualquer outra pessoa” (BRIGGS; BURKE, 2006, p.177). E seu sucesso decorreu de uma permissão, do presidente do Conselho Britânico de Comércio, para lançar serviços publicitários experimentais de televisão. O que teve início nesse momento, foi a iniciativa da implantação de uma ciência aplicada que estimulasse e pudesse criar uma nova indústria para o mundo todo (BRIGGS; BURKE, 2006). Certamente que tal intento deu certo e a televisão se tornou em um instrumento publicitário poderoso, tanto para os interesses comerciais, quanto para os interesses políticos que se conciliavam com os novos agentes formadores da opinião pública, os intelectuais publicitários.

Os meios de comunicação são tanto produtos quanto meios de produção subordinados ao desenvolvimento histórico. Sua produção é historicamente relacionada às fases históricas gerais da capacidade técnica de produção. Como também, estão historicamente em transformação conforme as relações variáveis com as forças produtivas em suas relações sociais mais gerais. Essas são variações históricas que incluem homologias entre os meios de comunicação e as forças produtivas, como, outrossim, com as relações sociais mais gerais (WILLIAMS, 2011). Por isso, historicamente, surgiram várias concepções sobre os meios de comunicação. Quando entendidos apenas como meios de produção, foram tomados apenas como “mídia”, ou seja, dispositivos transmissores de mensagens entre pessoas e grupos, abstraídos do processo de comunicação como transmissores e receptores. Uma outra posição que se desenvolveu, foi a que considerou os meios de comunicação em dois grupos, os naturais e os tecnológicos. Os primeiros são aqueles do dia-a-dia, o outros, foram agrupados em torno de aparelhos mecânicos e eletrônicos mais desenvolvidos como comunicação de *massa*. A ciência cultural burguesa, foi em grande parte dominada por essas determinações (WILLIAMS, 2011).

Uma variante dessa segunda posição ideológica, particularmente associada a McLuhan, reconhece as diferenças específicas entre os “meios”, mas então sucumbe em um determinismo tecnológico localizado, no qual usos e relações sociais são determinados tecnicamente pelas propriedades de meios diversos, desconsiderando o todo complexo das forças produtivas e relações

sociais dentro das quais eles são desenvolvidos e empregados. Assim, os meios de comunicação são reconhecidos como meios de produção, mas de modo abstrato, e são de fato projetados ideologicamente como os únicos meios de produção nos quais será produzida a “retribalização”, a suposta restauração da “aldeia global”, do homem natural “não caído”. A atração superficial dessa posição, além do materialismo essencialmente abstrato da sofisticação da mídia, apoia-se no isolamento característico retórico da “comunicação de massa” e do desenvolvimento histórico complexo dos meios de comunicação como partes intrínsecas, relacionadas e determinadas de todo o processo histórico, social e material (WILLIAMS, 2011, p.72).

A comunicação e seus meios serviram, para autores como McLuhan, para promover o progresso. Essa motivação projetou conceitos como “aldeia global”, no qual estava contida uma progressiva alteração da comunicação como uma atividade setorial para a comunicação como a base de uma nova sociedade. Essa concepção estava presente nas operações das teorias que conciliavam a modernização e o progresso à própria comunicação. No decurso dos anos de 1950 e 1960, essa foi a proposta para solucionar a insegurança e promover o desenvolvimento dos países designados pelo termo “terceiro mundo”. A comunicação, tida como um agente da mudança social como saída do subdesenvolvimento, deveria contribuir para a “racionalização dos comportamentos nos domínios da planificação familiar, dos métodos agrícolas e da alfabetização” (MATTELART, 1991, p.09). A história linear, nesse interim, foi abandonada pela historiografia culturalista da tecnologia. A comunicação foi tida como cultura devido às concepções tecnicistas e economicistas. A cultura ocupa o centro à medida que os modelos centralizados da gestão cultural do Estado providencial entravam em crise. “À medida que o mercado-mundo se tornava um espaço de regulação transnacional das relações entre as nações e os povos” (MATTELART, 1991, p.10).

A comunicação, desse modo, é o mecanismo que organiza a sociedade ou pela qual se organiza. As relações humanas existem por meio dele e por ele se dissolve. O que demonstra a duplicidade desse mecanismo. Em um sentido, diz respeito ao transporte e organiza fisicamente a sociedade; em um outro, em um aspecto psíquico, ainda agente da organização social, compreende os símbolos e os dispositivos que permitem e garantem sua conservação e transmissão. “O campo da comunicação é simultaneamente a expressão do rosto, a atitude, os gestos, o tom

de voz, as palavras, a escrita que se imprime, os caminhos-de-ferro, o telégrafo, o telefone” (MATTELART, 1991, p.41). Em outras palavras, é tudo que implique em um domínio do espaço e do tempo. O que esse modo de pensar a comunicação implicou uma mudança das mentalidades, um alargamento das perspectivas como produto da exposição frequente às novidades. Estava em questão a utilização e a familiaridade com os novos meios de comunicação entendidos enquanto expressividade, de sentimentos e ideias em um formato de transporte, a permanência da lembrança em um domínio do tempo simultâneo, a rapidez e a ultrapassagem do espaço e a difusão e acesso de todos os grupos humanos. Nesse momento e a partir desses pressupostos é que McLuhan pensou a “aldeia global”. Foi uma substituição da “ideologia do progresso” pela “ideologia da comunicação” (MATTELART, 1991). Nas palavras de McLuhan, “na rapidez de um instante, a audiência transforma-se em ator e os espectadores tornam-se participantes. Na nave Terra, ou no teatro global, a audiência e a tripulação tornam-se atores, produtores, em vez de consumidores” (McLUHAN, 2005, p.237). A partir de uma concepção determinista, entendeu que as novas tecnologias de comunicação significaram o fim das ideologias, uma ideia nova de mudança social capaz de ultrapassar as revoluções políticas.

O grande público americano é sacudido com o *slogan* da “revolução das comunicações”. Este novo *leitmotiv* levantou voo na segunda metade dos anos sessenta. Para assegurar a sua passagem a sua audiência de massa, os representantes da indústria do *marketing* e da publicidade não se preocuparam muito com *nuances*, proclamando desde o início: “A revolução das comunicações que se operou nos sete últimos anos, desenvolveu o desejo de consumo, a responsabilidade social coletiva, a revolta dos jovens, a revolta feminina, a revolta da moda, a era do julgamento individual, numa palavra, uma nova sociedade”. [...] Em todos os cantos deste mundo, a “revolução das comunicações” possuirá, certamente, os seus vulgarizadores-técnicos, mas terá também os seus escritores-ideólogos, anticomunistas habitualmente, os quais, nas suas obras de grande sucesso, farão da “revolução tecnológica” um novo cavalo de batalha, na sua luta contra tudo aquilo que mexe à sua esquerda, incluindo aqueles que não estavam de acordo com este novo mito redentor do campo dos simpatizantes do autoritarismo (MATTELART, 1991, p.165).

Assim, a produção cultural foi conduzida ao interior da mente dos sujeitos. Estes foram impedidos de olhar diretamente, com seus próprios olhos, para o mundo real em busca de referentes. O que, para Jameson (2006), pode ser tomado como uma analogia do mito da caverna de Platão, no qual as pessoas em seu interior traçavam suas imagens mentais do mundo nas paredes que a confinam. Entretanto, ao invés das paredes de uma caverna, os traços estavam no tubo reprodutor de imagens da televisão. Certamente, as comunicações, os complexos midiáticos e tecnológicos que as envolviam fizeram partes da própria definição de hegemonia que os Estados Unidos alcançaram no período após a Segunda Guerra.

O governo americano tinha, em seus planos, mais preocupações concernentes ao impedimento de uma nova Grande Depressão do que com outra guerra. Nesse sentido, enquanto os EUA tiveram em vista uma possível supremacia mundial soviética no futuro, o que Moscou teve em vista foi a hegemonia dos EUA, exercida sobre as partes do mundo não ocupadas pelo Exército Vermelho. Não precisou muito para a URSS se transformar em mais uma das regiões clientes da economia americana (HOBBSAWM, 1995). A própria Guerra Fria tem sua origem nos EUA,

[...] os governos europeus ocidentais, com ou sem grandes partidos comunistas, eram empenhadamente anticomunistas, e decididos a proteger-se de um possível ataque militar soviético. Nenhum deles teria hesitado, caso solicitados a escolher entre os EUA e a URSS, mesmo aqueles que, por história política ou negociação, estavam comprometidos com a neutralidade. Contudo, a “conspiração comunista mundial” não era um elemento sério das políticas internas de nenhum dos governos com alguns direito a chamar-se de democracias políticas, pelo menos após os anos do imediato pós-guerra. Entre as nações democráticas, só nos EUA os presidentes eram eleitos (como John F. Kennedy em 1960) para combater o comunismo, que, em termos de política interna, era tão insignificante naquele país quanto o budismo na Irlanda. Se alguém introduziu o caráter de cruzada na *Realpolitik* de confronto internacional de potências, e o manteve lá, esse foi Washington. Na verdade, como demonstra a retórica de campanha de John F. Kennedy com a clareza da boa oratória, a questão não era a acadêmica ameaça de dominação mundial comunista, mas a manutenção de uma supremacia americana concreta (HOBBSAWM, 1995, p.233).

Para tanto, a reestruturação do capitalismo acompanhou a internacionalização da economia. Assim, não esteve na revolução tecnológica ou da

comunicação, embora expressivas, as causas desse avanço. Foi uma “espécie de casamento entre liberalismo econômico e democracia social (ou, em termos americanos, política do *New Deal* rooseveltiano)” (HOBBSAWM, 1995, p.265). A supremacia americana se tornou um fato. Quando no final de 1945, no Senado foi retificada a carta da nova ONU, a entrada dos EUA e sua permanência na participação de todos os problemas do mundo foi selada. A participação americana carregou a pressuposição de que essa participação também significava seu comando. “Agora finalmente chegara o momento para aquela harmonia racional dos países desenvolvidos, reunidos por uma comunhão de interesses” (KIERNAN, 2007, p. 307). A pressão política vinha de Washington e o plano para a nova ordem econômica mundial teve na supremacia dos EUA parte de uma nova ordem política mundial. Planejada no decorrer dos últimos anos da guerra como as Nações Unidas. Depois da retificação para a nova ONU, as duas instituições internacionais criadas sob os Acordos de Bretton Woods de 1944, o Banco Mundial (“Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento”) e o FMI, “tornaram-se *de facto* subordinadas à política americana” (HOBBSAWM, 1995, p.269). A hegemonia dos Estados Unidos se tornou evidente por sua supremacia no direcionamento da economia e política internacionais.

[...] havia um toque da antiga fé mística em seu destino especial, o dedo da Providência que chama, combinado agora com os temas gêmeos do anticomunismo e do desafio de um poder soviético que tomaria a liderança se a América não o fizesse. Americanos deveriam ficar agradecidos ao desafio soviético, de acordo com Kennan, por obriga-los assumir “as responsabilidades de liderança moral e política que a história claramente pretendia que eles assumissem”. James Burnham, o arauto do gerenciamento, anunciou em 1947 a mensagem de luta inevitável com a URSS com detalhes realistas. Com a era de constituição de Estados genuína e formalmente independentes completa, a bomba atômica possibilitou que um único Estado atingisse a primazia. “Um império mundial tornou-se possível, e a tentativa de estabelecer um império mundial se fará”. Teria o disfarce de outro nome, acrescentou ele; seu próprio nome para esse império, revelado posteriormente no livro, era “a *política de ordem mundial democrática*” (KIERNAN, 2007, p.308).

Essa base democrática foi tomada junto com o trabalho com ações. Os Estados Unidos, como uma nova nação, oferecia aos acionistas modestos, dentre eles, os trabalhadores, a oportunidade de usufruir da sensação de participar do

mesmo jogo que os multimilionários. O controle permaneceu com as oligarquias pequenas que formaram, coletivamente, uma elite de grandes negócios. No capitalismo com excesso de capital, exportou capital em volume crescente. “Durante 1947-55 investimentos diretos no exterior alcançaram 6,3 bilhões de dólares; durante 1956-64, 15,8 bilhões. Um estoque total de 32 bilhões de investimento estrangeiro em 1960 subiu para 86 em 1971” (KIERNAN, 2007, p.314).

O pensamento liberal nos EUA encontrou confiança e otimismo. A importância disso foi proporcional para os setores de ponta da indústria. Em 1960, a metade de gastos com pesquisas foram destinados ao desenvolvimento de bens e serviços, sobretudo, com fins militares (MORAES, 2006). Desse modo, visaram suprimentos de matérias-primas consideradas estratégicas para o desenvolvimento do capitalismo conforme seu ciclo norte-americano, à segurança nacional e à manutenção da vida cotidiana. Como também, à evolução das empresas norte-americanas em direção à conglomeração e à internacionalização, principalmente, aquelas transnacionais de manufaturas e serviços, bancos e financeiras, que se instalaram em dezenas de países. Entre 1959 e 1966, aumentou o percentual, em relação à produção interna, de importação de alguns minerais selecionados e estratégicos. Alguns deles, como chumbo, zinco, cobre, bauxita e petróleo tiveram aumento exorbitante. A relevância de certas matérias-primas, foi demonstrada com a importação de 100% de sua demanda, como é o caso do nióbio, cromo e cobalto, de outras, como o níquel, de 75% (MORAES, 2006). O exemplo diz respeito a uma análise do “motor a jato” que

[...] não nos faz pensar apenas na aviação militar (B-52, Douglas) e seus desdobramentos civis (Boeing, DC-10), mas também na indústria espacial de que depende a comunicação de voz, de imagem e de dados computadorizados essenciais à indústria, aos serviços, às finanças. Isto é, em toda a rede de produção de bens e serviços que compõem os nervos do capitalismo global. O exemplo é, desse modo, uma ponta de iceberg, [se comparadas com] a conglomeração das empresas (manufaturas, bancos) e sua transnacionalização (MORAES, 2006, p.116).

Tendo em vista essas disposições políticas e econômicas não fica difícil perceber como e porque a hegemonia americana contemplou contrastes distintos em diferentes regiões nas quais seus efeitos são divergentes. Entre os povos mais

fracos economicamente, como na América Latina, o capital estrangeiro dominou facilmente e os investimentos americanos tiveram ganhos muito altos. Assim como, dentro do próprio país, o capital motivou acordos liberais, em termos de salários, com sindicatos organizados, enquanto explorou a mão-de-obra desprotegida: mulheres, negros e trabalhadores sazonais mexicanos (KIERNAN, 2007).

Essas são características de uma frente internacional anti-socialista que “deveria substituir a Internacional Comunista, agora desfeita: o livre empreendimento uniria a raça humana” (KIERNAN, 2007, p.322). Como os grupos dominantes precisam de um toque místico em seu modo de pensar (isso reflete a mística dos meios de McLuhan), o anticomunismo, nos Estados Unidos, se tornou a ideologia substituta da “missão civilizadora” dos impérios anteriores. Essa mística, é claro, se deve à uma condição de devoção que o capitalismo impõe àqueles que estão submetidos a ele. A evidência disso é que a justificativa da defesa da democracia durante a Segunda Guerra já não justificaria as ações das várias igrejas que apoiaram a Guerra Fria. No anticomunismo, encontram a unanimidade, “a fonte e a origem do movimento ecumênico para a reconciliação de todos os cristãos. O catolicismo romano foi o mais ansioso de todos para regenerar um mundo pecador por meio de fogo e da espada” (KIERNAN, 2007, p.322-323). Intelectuais das diversas áreas foram atraídos para as atividades públicas envolvidas pelo complexo militar industrial. Se “tomaram parte do planejamento estratégico e no desenvolvimento de guerras e contra-insurgências científicas, eram convidados para a Casa Branca e premiavam os presidentes com os elogios devido à realeza” (KIERNAN, 2007, p.390).

Os problemas enfrentados pelos soviéticos tornaram a propaganda anticomunista ainda mais fortes. Mesmo que os acontecimentos mundiais tenham contradito a mensagem da “Voz da América”, transmitida no início dos anos de 1960 em 38 idiomas, setecentas horas por semana, canais como esse demonstravam de uma maneira efetivamente nova do que se tratava realmente a noção de revolução cultural propagada nesse período. Tratava-se mesmo de um “imperialismo cultural” em que a cultura popular americana foi adaptada aos propósitos propagandistas. Nesse sentido, assim como o *espetáculo difuso* significou a americanização do mundo ao instigar os assalariados a escolherem livremente mercadorias novas que

se enfrentavam, a “hegemonia não construiu um mundo americano, mas contribuiu para o advento de um mundo americanizado” (KIERNAN, 2007, p.398-399).

3.2 AS CIÊNCIAS DA EDUCAÇÃO E OS *MEDIA* COMO MEDIADORES DA FORMAÇÃO HUMANA

Analisaremos aqui como a formação humana passou a ser mediada pelos *mass media*, no período do capitalismo tardio, na, então, hegemônica *sociedade do espetáculo*. Período em que a educação, entendida como um conjunto de processos assistidos pelas várias ciências que se ocupam com o processo formativo humano, torna-se um produto da indústria da consciência. A análise até aqui desenvolvida, pressupõe o entendimento da educação enquanto um produto cultural, cuja sua natureza organizativa e condutora na criação do consenso entre as classes, tornou-a um domínio estratégico para o alcance da hegemonia do espetáculo difuso. A educação, em seu sentido ampliado, foi entendida como exercício do direcionamento moral e cultural no interior da hegemonia política norte americana em na esfera global, em meados do século XX. A formação humana, mediada pelas mídias, foi o modo pelo qual McLuhan procurou, enquanto intelectual, elucidar a questão da educação para o seu tempo. Desse modo, participou ativamente na construção do consenso entre os interesses das classes dominantes no interior da luta hegemônica. A análise do pensamento de McLuhan sobre a educação perpassa, desse modo, o esclarecimento sobre a utilização dos meios de comunicação social como mediadores do processo educativo, da formação humana. Ou seja, se por meio do trabalho, o ser humano produz cultura, por meio dos *media*, o ser humano é preparado para produzir, pelo trabalho, mercadoria cultural.

Quando a educação se tornou um conjunto de ciências, ela se tornou também um processo controlado. A partir de ambientes controlados Dewey (1859-1952), Montessori (1870-1952) e Skinner (1904-1990), por exemplo, fizeram observações empíricas e apresentaram resultados sobre a aprendizagem humana. O objetivo é o de evidenciar como e porque os meios de comunicação se tornaram

mediadores do processo formativo humano diante as demandas do ciclo da produção do capitalismo tardio. O vínculo da natureza da educação é com o destino do trabalho. A separação entre trabalho e capital na qual o sistema capitalista se apoia, “requer a disponibilidade de uma enorme massa de força de trabalho sem acesso a meios para sua realização, necessita, ao mesmo tempo, socializar os valores que permitem a sua reprodução” (SADER, 2008, p. 15). Nesse sentido, pressupõe a mesma relação entre educação e trabalho de períodos anteriores. A diferença foi a de que, com a mudança da produção, foram ampliadas as mediações do processo formativo humano. Essa ampliação se deu mediante a inclusão dos *media* no processo de ensino e aprendizagem na formação humana para o trabalho.

Conforme Manacorda (2010), o trabalho se relaciona com a educação, de duas maneiras. O primeiro, é o do desenvolvimento objetivo das capacidades produtivas sociais, o da revolução industrial; o segundo, é o da moderna “descoberta da criança”. No primeiro caso, pelo trabalho exigente é preciso homens capazes de produzir conforme as máquinas, “precisa colocar algo de novo no velho aprendizado artesanal, precisa de especializações modernas” (MANACORDA, 2010, p.267). Já na segunda maneira, exaspera a questão da espontaneidade da criança, “da necessidade de aderir à evolução de sua psique, solicitando a educação sensório-motora e intelectual através de formas adequadas, do jogo, da livre atividade, do desenvolvimento afetivo, da socialização” (MANACORDA, 2010, p.267). O primeiro tipo de instrução foi o técnico-profissional requerida pelas indústrias e pelos Estados. A segunda, se refere a educação ativa, conhecida como escolas novas. Por um lado, essas posições se opõem, embora, por outro, se complementam e ambas se baseiam no mesmo elemento e objetivo formativo, o trabalho e o homem capacitado a produzir ativamente (MANACORDA, 2010).

Entretanto, para melhor elucidar, essa questão sobre a instrução para o trabalho, retomemos parte de sua história. Em meados do século XIX encontramos o surgimento da pedagogia científica e experimental. Sua tendência é a de separar-se da filosofia e se tornar independente da política com vistas a reconstruir o saber pedagógico em contato com as ciências positivas. Especificamente àquelas que abordam o ser humano como a fisiologia, antropologia e psicologia, e, a sociedade como a sociologia e etnologia. Renovou, assim, seu método e adotou da ciência, indutiva e experimental, como paradigma. Foi, sobretudo, o positivismo que delineou

esse modelo de ciência para o qual a pedagogia se adequou. Modelo “que trabalha em pedagogia sobretudo através dos princípios-guia do evolucionismo e da sociologia positiva” (CAMBI,1999, p. 498-499). Formalmente ideológico, no sentido de produzir o progresso, em contínua evolução, que eliminou a metafísica pelo seu caráter exclusivamente experimental; e dogmático fixada em leis invariantes, interpretação de fatos e isenta de erros (CAMBI,1999).

Além disso, no século XX, a escola sofreu radicais transformações devido à sua abertura “às massas”. Renovação que teve amplitude maior no âmbito da tradição ativista em que a escola se impôs como instituição determinante para a sociedade democrática. Reforçada por um ideal libertário, promoveu experimentações escolares e didáticos que primavam pelo “fazer”. O ativismo foi um movimento internacional que

[...] realizou uma reviravolta radical na educação, colocando no centro a criança, as suas necessidades e as suas capacidades; o fazer que deve preceder o conhecer, o qual procede do global para o particular e, portanto, amadurece inicialmente num plano “operatório”, como sublinhou Piaget; a aprendizagem coloca no centro o ambiente e não o saber codificado e tornado sistemático. Trata-se, como foi dito, de uma “revolução copernicana” na educação (e em pedagogia), a qual é necessária, ainda hoje, levar em conta e que rompia radicalmente com o passado, com uma instituição escolar formalista, disciplinar e verbalista, e com uma pedagogia deontológica, abstrata e geralmente metafísica, alheia ao espírito da demonstração e da teorização interdisciplinar e antropologicamente centralizada (CAMBI,1999, p. 513).

As descobertas da psicologia e a diversidade, em relação à vida adulta e da psique infantil estavam na base das inovações educativas reivindicadas pelos ativistas. Além delas, os movimentos de emancipação das amplas massas populares na sociedade ocidental vieram propor inovações no papel da escola e no seu papel educativo. A partir de pesquisas sobre a instrução, propuseram transformações no aspecto organizacional, institucional e naqueles relacionados aos ideais formativos e objetivos culturais. A infância, conforme Cambi (1999), nos Estados Unidos, segundo esses educadores ativistas e escolanovistas, devia ser entendida como idade pré-intelectual e moral em que processos cognitivos eram entrelaçados com a ação e o dinamismo motor e psíquico. Por isso, a

espontaneidade da criança exige a liberação dos vínculos educativos com a família e escola para que suas manifestações primárias. Por isso a vida escolar sofreu mudanças significativas: “a aprendizagem deve ocorrer em contato com o ambiente externo, em cuja descoberta a criança está espontaneamente interessada, e mediante atividades não exclusivamente intelectuais, [pois elas] não tende jamais a se separar conhecimento e ação, atividade intelectual e atividade prática” (CAMBI,1999, p. 514-515). A ligação, nesse sentido, estreita entre a pedagogia e às ciências humanas, psicologia, especialmente a “genética”, e a sociologia, foi priorizada por essa perspectiva, que indicou algumas implicações políticas, por sua inclinação democrática, e antropológicas, pela destinação da formação de um homem livremente inteligente e criativo.

A difusão do ativismo provocou também a assimilação de alguns de seus elementos fundamentais por parte de ideologias educativas bem distantes de seus pressupostos psicológicos e sociais, como a pedagogia católica e a marxista que, ao lado de uma polêmica às vezes acesa sobre a concepção do homem e da sociedade em que o ativismo se inspirava, dedicaram uma progressiva atenção, muitas vezes genuína e sensível, para as soluções didáticas que o movimento da “escola nova” vinha propondo (CAMBI,1999, p. 526).

As escolas novas foram chamadas ativas por considerarem a espontaneidade, o jogo e o trabalho como elementos educativos presentes (MANACORDA, 2010). Em meados do século XX, se iniciou um certo descaso para com o ativismo em favor da substituição da pedagogia por orientações do tipo cognitivo e tecnológico. Embora tomadas como científicas e, por isso, neutras, estavam orientadas por conteúdos ideológicos e se afastavam de posições como as de Dewey, para quem a escola não deveria apenas se adequar às transformações no âmbito social. À escola foi confiado o papel de transformar politicamente a face da sociedade, de torná-la cada vez menos repressiva e autoritária e de desenvolver os momentos de participação e de colaboração (CAMBI,1999). Sobretudo,

[...] a educação institucionalizada, especialmente nos últimos 150 anos, serviu – no seu todo – a propósito de não só fornecer os conhecimentos e o pessoal necessário à máquina produtiva em expansão do sistema do capital, como também gerar e transmitir um

quadro de valores que *legitima* os interesses dominantes, como se não pudesse haver nenhuma alternativa à gestão da sociedade, seja na forma “internalizada” (isto é, pelos indivíduos devidamente “educados” e aceitos) ou através de uma dominação estrutural e uma subordinação hierárquica e implacavelmente impostas. A (p.36) própria História teve de ser totalmente adulterada, e de fato frequente e grosseiramente falsificada para esse propósito (MÉSZÁROS, 2008, p. 35).

Nesse sentido, as instituições de educação foram adaptadas, no decorrer do tempo, conforme as determinações reprodutivas do sistema capital. Essas determinações em mutação se estendem aos vários âmbitos particulares com influências na educação, para além das instituições formais. Estão integradas na totalidade dos processos sócias e funcionam adequadamente se estiverem alinhadas com “*as determinações educacionais gerais da sociedade como um todo*” (MÉSZÁROS, 2008, p. 43). Sob o domínio do capital, é importante garantir que cada indivíduo tome para si as metas de reprodução possíveis do sistema.

No sentido verdadeiramente amplo do termo *educação*, trata-se de uma questão de “internalização” pelos indivíduos [...] da legitimidade da posição que lhes foi atribuída na hierarquia social, juntamente com suas expectativas “adequadas” e as formas de conduta “certas”, mais ou menos explicitamente estipuladas nesse terreno. Enquanto a *internalização* conseguir fazer o seu bom trabalho, assegurando os parâmetros reprodutivos gerais do sistema do capital, a brutalidade e a violência podem ser relegadas a um segundo plano (MÉSZÁROS, 2008, p. 44).

Salientamos que as instituições formais de educação são apenas uma parte do sistema global de internalização. Pois, se os indivíduos participam ou não dessas instituições, eles serão induzidos a aceitar ativamente princípios reprodutivos orientadores dominantes na sociedade conforme a sua posição na ordem social e as tarefas reprodutivas a eles atribuídas. Ao “internalizar as onipresentes pressões externas, eles devem adotar as perspectivas globais da sociedade mercantilizada como inquestionáveis limites individuais a suas aspirações pessoais” (MÉSZÁROS, 2008, p. 44-45).

As instituições educativas, escolares ou não, expressaram os interesses hegemônicos da sociedade e eles reproduziam, em resposta, sua ideologia. Na

emergência do capitalismo, a Revolução Industrial passou exigir conhecimentos especializados das instituições escolares. Estes refletiam a especialização do trabalho frente aos novos desafios da produção e do mercado. Foi esse marco histórico que vinculou o conhecimento científico ao domínio tecnológico. Os grandes centros articuladores da dinâmica da sociedade capitalista passaram a produzir a ciência e a tecnologia que transformaram as sociedades conforme esse dinamismo. A partir do domínio científico e tecnológico, a articulação do poder pode se apropriar e organizar o espaço e o tempo na sociedade inserida no sistema capitalista (SCHALLENBERGER, 2014). O certo é que uma das funções da educação formal é produzir consenso, tanto quanto for capaz, por meio de seus limites legalmente admitidos enquanto instituição (MÉSZÁROS, 2008, p. 46). Isto posto, a partir de uma concepção que restringe a educação e a vida intelectual, visa manter a ordem e o lugar social dos indivíduos. Contra isso, Gramsci argumentou que

[...] não há nenhuma atividade humana da qual se possa excluir qualquer intervenção intelectual – o *Homo faber* não pode ser separado do *Homo sapiens*. Além disso, fora do trabalho, todo homem desenvolve alguma atividade intelectual; ele é, em outras palavras, um “filósofo”, um artista, um homem com sensibilidade; ele partilha uma concepção do mundo, tem uma linha consciente de conduta moral, e portanto *contribui para manter ou mudar a concepção do mundo*, isto é, para estimular novas formas de pensamento (GRAMSCI, Apud, MÉSZÁROS, 2008, p. 49).

Por mais dominante e hegemônica que uma visão geral de mundo possa ser, nenhuma “*manipulação vinda de cima*” (MÉSZÁROS, 2008, p. 50) pode ser impor e transformar por completo o processo de modelagem dessa visão geral. Ela é constituída por muitas concepções particulares na base de interesses hegemônicos alternativos e irreconciliáveis. Nenhum dispositivo será homogêneo e uniforme mas pode funcionar permanentemente como promotor da lógica do capital.

Não é uma natureza humana geral que determina opções e visões de mundo, mas uma contínua formação histórica e social. Por isso a necessidade de formação humana precisa considerar suas faculdades todas. “A natureza humana não é senão um dado genérico, que a história, a sociedade, o ambiente – a educação, em suma – contribuem para determinar” (MANACORDA, 2013, p. 121). A relação educativa como uma relação permanente, uma vez que uma geração educa

a nova geração, e coerciva, pois a educação luta contra a natureza deve ser ampliada do plano pedagógico escolar para o das relações sociais. Essa mesma proposta gramsciana é encontrada em Marx e Engels (MANACORDA, 2013)⁷.

Correspondeu às exigências sociais do período histórico precedente uma divisão entre o que ficou conhecido como escola clássica e profissional. A primeira, de cultura para intelectuais tradicionais das classes dominantes em que a ciência não era produtiva; a segunda, prática, voltada aos produtores das classes subalternas desprovidas de conhecimentos científicos em sua base produtiva. Por isso, a adequação do sistema de vida ao modo de produção foi necessária. Não é do arbítrio do educar ou da instituição educacional a aquisição dos hábitos de ordem intelectual e moral, mas “uma exigência objetivamente determinada por condições impostas, pela racionalização do trabalho, ao homem. Esse pode ou não se opor a elas” (MANACORDA, 2013, p. 225).

Assim é que o conformismo e seus sinônimos de coerção, persuasão, luta direção ou imposição, se apresenta como a relação educativa. Uma intervenção no processo de formação humana conforme as novas determinações cuja aceitação consciente de uma tarefa sempre existiu de formas diversas entre a classe hegemônica e as classes subalternas. Além disso, o conformismo foi o objetivo e o resultado obtido da conformação do indivíduo à sociedade. Quer dizer, “aquele homem coletivo ou homem-massa, cuja personalidade e originalidade, longe de ser anulada por essa inserção em uma coletividade orgânica, é, graças a ele, libertada das pressões casuais e mecânicas do ambiente” (MANACORDA, 2013, p. 313). Diferente de um conformismo mecânico, o processo pode ser dinâmico e não somente adaptar o indivíduo ao ambiente, mas educa-lo para que possa dominá-lo. Somente assim, o automatismo exigido pelas determinações da produção se converterá em liberdade, responsabilidade e personalidade (MANACORDA, 2013). De acordo com Manacorda (2013), o americanismo, ou industrialismo/industrialização, racionalização e exigência técnica, foram as razões objetivas e a medida do conformismo.

⁷ “A história: a consciência histórica, a capacidade de colocar a si mesmo crítica e historicamente e, do mesmo modo, os outros e todos os objetos de nossa própria reflexão, esse, que realmente constitui, para Gramsci, o grau mais elevado da cultura [...]” (MANACORDA, 2013, p. 127).

Se não houvesse história, se a própria natureza do homem não fosse história, se cada época não apresentasse, em relação à precedente, uma fase do ininterrupto processo de industrialização, isto é, de historicização da natureza e do homem como obra do próprio homem, se, em suma, em cada momento dessa história não houvesse sempre um passado e um presente, colocados em frente ao outro, que sentido teria, e até mesmo como poderia subsistir, um conformismo ou uma coerção? A estagnação não requer esforço e luta. Mas a luta, a coerção social, o conformismo [...] constituem precisamente o processo não exorcizável de adequação do homem às exigências da produção, entendida marxianamente como a verdadeira história da natureza do homem; constituem a formação de homens contemporâneos à sua própria época, capazes de agir com o máximo de economia, de rendimento, de utilitarismo, governado conscientemente as forças da natureza com o objetivo de socializá-la (MANACORDA, 2013, p. 313-314).

Nesse sentido é que a reforma econômica se apresenta como o modo concreto toda reforma intelectual e moral. Toda mudança é, de fato, uma mudança técnico-moral e nos Estados Unidos se desenvolveu, de forma contraditória, um esforço coletivo para a formação de um modelo novo. Diante da nova conformação social, o velho princípio educativo, que correspondeu à divisão da sociedade em camadas intelectuais, dirigentes, e camadas instrumentais, subalternas, e, que se exprimiu em uma duplicidade de escolas, humanística e profissional levou à crise da escola e da unidade cultural tradicional a ela vinculada. A unidade do princípio cultural e educacional ruiu diante da objetividade crescente da sociedade industrial que se opôs, na América, à cultura humanística tradicional. Uma nova cultura tecnológica fragmentou e desagregou a exclusividade cultural tradicional (MANACORDA, 2013).

A implicação intelectual do trabalho industrial foi relacionado ao conhecimento das leis da natureza e da sociedade. A implicação moral foi a aquisição do hábito de um sistema de vida harmoniosa e equilibrada. Ou seja, mesmo que a velha unidade tenha entrado em crise, um princípio educativo unitário ainda foi requerido. Essa tentativa inovadora tinha diante de si o risco de ceder ao conformismo mecânico do ambiente sem estabelecer o vínculo real com a atividade produtiva social (MANACORDA, 2013). Ou seja, dar continuidade à alienação do trabalhador, dos meios de sua produção e dos produtos de seu trabalho. A sofisticação das plantas industriais recebeu os incrementos que a introdução de novas matrizes energéticas, eletricidade e petróleo, proporcionaram. Isso incorreu

para uma aceleração da produção industrial, crescente produtividade e novas formas de racionalização do trabalho. Tudo isso, implicou em uma reconfiguração da relação capital e trabalho e acentuou as contradições sociais. A precarização do trabalho, o desemprego e exclusão de contingentes de trabalhadores dos espaços produtivos consolidados acompanhou associação entre a produtividade e a competitividade. Isso, sobretudo, nos países periféricos em relação aos polos monopolizadores da tecnologia (SCHALLENBERGER, 2014).

O conhecimento científico e tecnológico abriu novas possibilidades aos homens. Os limites impostos pela natureza ao homem puderam ser superados pela contribuição desses conhecimentos que concorreram para a satisfação de demandas individuais e sociais, para a aumento das melhorias sociais através do desenvolvimento da riqueza que, se bem distribuída aos sujeitos sociais, permitiriam maior acesso qualificado aos bens produzidos pela civilização. No entanto, a abertura de novas possibilidades pelo conhecimento científico e tecnológico não foi autônomo. Sua produção e uso estiveram relacionados a determinados sujeitos sociais que se valem dele para fortalecer a posição social em que se encontram, para impor sua ideologia e manter o maior possível controle sobre os processos produtivos e o mercado político. A tecnologia passou a ser utilizada para o exercício do controle dos processos produtivos e da dinâmica do mercado. Isso permitiu entender como as inovações e transformações ocorridas no mundo do trabalho, na reordenação espacial dos povos e da produção não representam os avanços científicos e tecnológicos em um curso natural, “mas expressam o curso do seu uso pelas diferentes estruturas de poder” (SCHALLENBERGER, 2014, p. 145).

Assim, podemos compreender que a escola aliada aos *media*, tendo em vista o que até agora foi discutido, construíram a cidade contemporânea, sua cultura hegemônica em um momento de “transformações da própria natureza da produção industrial”, concomitantes as técnicas de governo “que o uso da força do espetáculo começava a permitir” (1997, p.10). Nesse caso, o poder não é simbólico, é a própria unificação produzida pelo progresso das técnicas e tecnologias aplicadas vinculadas à ideologia da democracia, o mesmo que dizer “reconhecimento dos Direitos do homem espectador” (DEBORD, 1997, p.11).

Surtiram efeitos as ideias do intelectual canadense, ao oferecer à classe dominante americana, um modo pelo qual operacionalizar os meios de comunicação

para otimização da sociedade a fim de produzir a transformação necessária para o tipo de vida que a democracia advoga para si. Seu otimismo para com os meios de comunicação é o otimismo movido pela luta anticomunista travada pelos representantes da democracia americana no período do Pós-Guerra. Mais do que o exercício da democracia política, a educação para além da escola possibilitaria, para ele, conceber a formação humana em suas dimensões conferidas pelas ciências em seus termos objetivos. Já em seus termos subjetivos, é a própria experiência mística. Quando a arte se tornou mercadoria, sua reprodutibilidade exigiu a formação de artistas reprodutivistas (McLUHAN, 1973).

Pedagogia experimental e científica, sociologia da educação delinearam um novo modelo de pedagogia. Modelo inovador em seu estatuto epistemológico e aberto ao crescimento cumulativo assim como o das ciências empíricas. A pedagogia se vinculou à lógica da ciência e também se fortaleceu de sua ideologia. Consolidou-se, dessa maneira, com um dos saberes-chave da contemporaneidade ao mesmo tempo em que se desfez dos aspectos filosóficos e políticos que a orientavam. Para a pedagogia, de acordo com Cambi (1999, p. 595), “tratou-se de executar um salto posterior: habituar-se com a metodologia científica e se redescobrir como saber científico autônomo”. Foi no século XX que essa reviravolta trouxe à tona os problemas que ela levantou.

Essa transformação se completou na segunda metade do século XX. Redefiniu a identidade da pedagogia, renovou seus limites, deslocou seu eixo epistemológico e impôs, em âmbito mundial, sua transformação. “*Da pedagogia passou-se à ciência da educação*; de um saber unitário e “fechado” passou-se a um saber plural e aberto; do primado da filosofia passou-se ao das ciências” (CAMBI, 1999, p. 595). Não foi somente por razões epistemológicas que essa passagem ocorreu. Esteve ligada às transformações dos saberes, mas as razões histórico-sociais foram determinantes. Uma sociedade cada vez mais dinâmica e aberta emergiu e reclamou uma formação humana sensivelmente nova em relação ao passado, ou seja, homens capazes de fazer frente às inovações sociais, culturais e técnicas. Para que fosse possível realizar a formação desses homens, um novo saber pedagógico, agora mais experimental e empírico, fez-se necessário à própria mudança do sistema produtivo. A passagem da pedagogia às ciências da educação marcou esse novo saber (CAMBI, 1999).

Certamente esse processo produziu crises. A pedagogia já não era tomada como um saber unitário e cada vez mais tributária de saberes especializados das “ciências auxiliares”. Eles acabaram por fracioná-la e disseminá-la em vários setores. Desse modo, tornou-se necessário reescrever sua própria identidade. O que desapareceu foi “aquele saber dedicado aos problemas da educação que recebeu o nome de pedagogia” (CAMBI, 1999, p. 596). Tal saber desapareceu como único referente à educação e seus problemas, mas não foi eliminado; ele se deslocou para o terreno da reflexão epistemológica e histórica em torno desses problemas, e se põe depois das ciências da educação, redefinindo-se como filosofia da educação. As ciências da educação passaram ocupar um âmbito próprio, com métodos e objetivos próprios. Desse modo, a pedagogia foi transposta para as ciências da educação e, então, somente partindo se delas se tornou possível enfrentar a problemática educativa (CAMBI, 1999).

O conjunto de ciências que passaram a compor o leque das ciências da educação foi constituído saberes especializados e autonomamente estabelecidos. A complexidade dos fenômenos educativos se refere a sujeitos que agem em uma sociedade, que estão imersos em uma tradição, que crescem e se desenvolvem, que precisam aprender técnicas, que se apresentam em instituições formativas constituídas pelo processo histórico. Por isso, passaram a ser abordados por múltiplas disciplinas. O saber pedagógico se pluralizou e se articulou em seu próprio interior. Trouxe uma série de competências setoriais que dissolveu a figura do pedagogo, transcrita para o técnico. O que mudou foi a imagem do saber pedagógico que passou a ser constituído de muitos elementos, “a ser submetido a uma coordenação reflexiva e capaz de desenvolver também uma radical auto-reflexão, que controle seus estatutos e finalidades” (CAMBI, 1999, p. 598). Eles devem ser pensados, desde então, em termos de saberes empíricos, aqueles das ciências da educação. Pois, inspiradas numa lógica da experimentação e do controle científico devem obter a especificidade e a variedade dos problemas e submetê-los a processos de análise e de intervenção que permeiam soluções verificáveis (CAMBI, 1999).

Aqui se inserem também os elementos tecnológicos que passaram a compor esses procedimentos. A utilização de tecnologias eletrônicas, certamente passou a

contribuir muito para a obtenção e controle preciso dos dados que os problemas em torno da educação requeriam para sua posterior resolução.

Com as novas tecnologias educativas, operadas pelas pesquisas do neocomportamentalismo de Skinner e pelo desenvolvimento da *computer science*, veio se delineando uma centralidade sempre maior atribuída às máquinas nos processos de ensino e aprendizagem (não mais suportes, mas protagonistas do ensino): como a calculadora, o televisor, os vídeos, os computadores. Desse modo, transformou-se mais impessoal, mas controlável, mais microestruturado, mas capaz de auto correção (através do feedback dos circuitos cibernéticos, que é um voltar atrás para modificar o próprio operado e obter resultados melhores). As diversas máquinas para ensinar, segundo Skinner, são pedagogicamente positivas porque permitem a autocorreção, porque seguem o ritmo natural da aprendizagem, porque têm uma sequência coerente (CAMBI, 1999, p. 616).

A escola foi assim submetida a dois problemas. Por um lado, deveria difundir a cultura desinteressada. Por meio dela se forma e sustenta a inteligência e a pessoa. Por outro, precisaria criar perfis profissionais. Se viu, dessa maneira, diante duas instâncias conflitantes que definiram os debates em torno de sua identidade em quase todos os países. Impasse não resolvido senão com o advento de uma indústria de cultura e com os *mass media*, que produziram uma “revolução pedagógica” (CAMBI, 1999, p. 630). Talvez seja exagero de Cambi chamar de revolução, mas ainda sim, de fato, uma mudança, um deslocamento e uma ampliação de sua atuação e labor. A pedagogia deve, agora, lidar com as fantasias e desejos do comportamento e da *psique* humana e para poder fazer isso, foi, definitivamente, fragmentada nas várias ciências da educação.

Os “persuasores ocultos” ocuparam espaços cada vez mais amplos na formação do imaginário coletivo. Influenciaram diretamente sobre a consciência pessoal de cada indivíduo, sobre seus níveis de aspiração, seus gostos, comportamentos, consumos, chegaram a regular, até mesmo, sua identidade e, portanto, também as massas. Desde a imprensa, jornais políticos, jornais esportivos, mimeógrafos, quadrinhos, até o cinema, do rádio até o disco e a televisão, tudo foi posto em movimento, num processo de produção de mitos e de visões do mundo que alimentam a fantasia das massas e vinculam suas ideias a comportamentos.

Os *mass media* foram verdadeiros e próprios educadores, informais e até ocultos, mas educadores de primeiro plano, que se tornaram potentíssimos através do meio televisivo que revoluciona a percepção e a conceitualização (elementarizando-a, separando-a da linguagem verbal e resolvendo-a sobretudo em imagens), agindo em profundidade já desde e sobretudo na infância, deixando a marca na mentalidade coletiva (infantilizando-a, como sublinhou Postman) (CAMBI,1999, p. 630-631).

Autores como Marshall McLuhan valorizaram a democratização da cultura. Ele reconheceu sua função de informação e de aproximação dos produtos artísticos, de sensibilização nos confrontos do mundo, reconhecendo-lhes, portanto, “uma função educativa positiva” (CAMBI,1999, p. 632). A mediação, nesse sentido, ampliou. Das antigas instituições família, igreja e escola, manteve parte dos conteúdos e sistemas axiológicos. Com a inclusão dos *mass media* a mediação da formação humana passou para um outro tipo de cognição, aquela produzida pelo ambiente das comunicações eletrônicas (McLUHAN, 2001).

A formação do imaginário foi dominada pela televisão. Não passou mais pelo mundo familiar ou das culturas locais, apenas uma escassa parte. Agindo sobre o imaginário determinou condicionamentos de gênero diverso e foi internalizado em toda personalidade infantil, adolescente e juvenil. Provocou a “aldeia global”, homologações planetárias, transcontinentais e transculturais e ativou processos cognitivos diferentes do passado. Se “o meio é a mensagem” a linguagem icônica da televisão empobreceu ou substituiu a inteligência verbal, conceitual, lógica, com riscos para a cultura e para a identidade psíquica dos sujeitos. Regulou modas, consumos, modelos de comportamento e os afirmou como autorizados através da visão repetida e da fruição imediata que ela produz (CAMBI,1999).

O controle e a organização dos *mass media* se tornou uma verdadeira indústria, uma produção regulada pelas leis de mercado, pela demanda, oferta e concorrência, como pelas transformações do mercado, concentração e monopólio. Se vinculou cada vez mais à lógica econômica e à ideologia dos grupos dominantes. “O que se quer obter é a *padronização* dos comportamentos difundidos junto ao público sob formas persuasivas e através de uma série de expedientes reiterados e

ativos, com vigor e profundidade para fazer prosperar os novos mitos na consciência” (CAMBI,1999, p. 631).

A cultura veiculada pelos *media* foi uma cultura de massa baseada no princípio do lazer, que penetrou por toda a parte. Movida por um movimento duplo, do real para o imaginário e do imaginário para o real. Essa cultura é integração e evasão ao mesmo tempo. Tornou-se a cultura dominante na “época da reprodução técnica” da arte. Tempo novo que levou a arte às massas e assim a simplificou, vulgarizou, não obstante, também levou as massas para além do folclore e do horizonte religioso, de superstições e de irracionalidades de suas vivências e experiências restringidas geograficamente. Os *mass media* desenvolveram, também, um papel próximo ao da emancipação das massas. Afastou da “cultura popular” e as introduziu em âmbitos diferentes de cultura, ainda que fragmentados e empobrecidos, mas também, as aproximou da linguagem, do léxico, da sintaxe das classes dominantes e criou uma língua comum no âmbito das nações (CAMBI,1999). Temos de reconhecer esses fatos mesmo que esse mesmo movimento carregue consigo os fatores contraditórios de qualquer sociedade.

Com o advento dos *mass media* e de uma indústria cujo produto é mercadoria cultural, todo o universo educativo foi radicalmente transformado na sua centralidade social e no interior da experiência individual de formação, já que foi atribuído um papel cada vez mais central à formação do imaginário (em relação à própria informação ou à formação moral), que se modelou segundo princípios impostos pelo mercado e pela sua lógica comercial, já que se concedeu um lugar cada vez mais central à imagem ou ao som, em relação à linguagem verbal e aos seus vínculos cognitivamente mais complexos e sofisticados, mais articulados e plurais (CAMBI, 1999, p.634).

O que nesse momento se aliou, a esse advento dos *mass media*, foi a informação. A informação veio compor, com a educação e o entretenimento, uma tríade bastante reconhecida no século XX. Muito antes da popularização de termos “sociedade da informação” ou “tecnologias de informação”, nos anos 1970 e 1980, esses três âmbitos já se coadunavam às mutações do processo produtivo. Embora esses elementos nem sempre tenham sido identificados com a mesma linguagem, ainda sim, entre os anos de 1950 e 1970, ocuparam lugar de destaque nas análises

sobre os meios de comunicação, sobretudo, no pensamento de McLuhan. “Nos séculos XVII e XVIII, a “informação” era geralmente descrita como “inteligência”; “educação” era “instrução”; e “entretenimento”, “recreação”, “passatempo” ou “diversão” (BRIGGS; BURKE, 2006, p. 189).

Entre os séculos XIX e XX aconteceram mais mudanças que continuidades na educação e no entretenimento, até ao ponto em que essas duas se coadunaram no processo formativo humano, vinculadas à importância do acesso à informação. A maioria delas foi explicada em termos econômicos e sociais desde, sobretudo, quando se incorporou na análise a tecnologia. A tecnologia requer e produz mudanças sociais e organizacionais. Houve diferenças institucionais naquilo que foi considerado um complexo de mídia. Mesmo então, escolas e universidades eram bastante diferentes, pelo menos quanto aos princípios, de redações de jornais, estúdios de rádio e televisão, teatros, cinemas estádios esportivos, embora pudessem incorporar cada uma dessas atividades ou todas. Tanto a educação quanto a tecnologia, requisitaram e demandaram as mudanças sociais e organizacionais. A industrialização aumentou a riqueza e o lazer, e deu um novo significado a cada um desses elementos. Enquanto demandou circulação de informação mais substancial e confiável, tanto por motivos financeiros quanto para o controle dos processos industriais, a industrialização também precisou a longo prazo de um acesso público mais amplo à educação. A instrução de massa foi julgada essencial. O desenvolvimento industrial necessitou de maiores oportunidades de lazer ativo ou passivo, sob a forma de recreação (BRIGGS; BURKE, 2006).

Na uniformidade da mudança social, os *media* ocuparam um lugar central. Foram encarados como agentes de desenvolvimento, como produtores de condutas modernas. Eram eles os portadores da “revolução das esperanças crescentes”, revolução estimada pelos modelos de consumo e aspirações, definidos por aqueles que já ascenderam à etapa maior na evolução da humanidade, a sociedade moderna.

A propaganda a favor do modernismo contido nos meios de comunicação comerciais não é somente um pretexto para fazer comprar uma certa marca de sabão. O pleito em favor de um modo de vida totalmente modernizado. Os meios de comunicação, destinados a abrir mercado a novos produtos, novos interesses, apresentam, além disso, o retrato de um novo tipo de homem um

novo tipo de meio. Como sublinhou Marx, o chefe da empresa é um revolucionário, se bem que essa não seja sua intenção. São os *mass media* que transformaram aquilo que, de uma outra maneira, não teria sido mais do que o sonho insatisfeito de alguns modernizadores, numa aspiração dinâmica de todo um povo (MATTELART, 1991, p. 200).

Os *media* traduziram a modernidade tecnológica e social, ao mesmo tempo em que a transmitiram às elites. Descobriu-se aí em ação as teorias da persuasão por etapas relativas aos processos de tomada de decisão dos eleitores, como dos compradores. Os *media* passaram a agir enquanto “passadores”, permitindo aos indivíduos tradicionais participação na borda do “progresso”. O modelo foi universalizado e qualquer sociedade que desejasse empreender a transição da “sociedade tradicional”, pré Gutemberg, no entendimento de McLuhan, e, na sua concepção da ciência e da tecnologia, para aquela da “idade do consumo de massas” deveria, obrigatoriamente, repetir a experiência da industrialização daqueles que a tinham precedido. À “exposição aos *media*”, o papel jornal, os aparelhos de rádio, as sessões de cinema por cabeça, foi cruzada com o rendimento per capita, as taxas de analfabetismo, as taxas de urbanização e de industrialização. Emanou daí uma estratégia de mudança fundada sobre uma carta dos “padrões mínimos”. Para sair do subdesenvolvimento, era necessário dispor, para cada centena de habitantes, de, pelo menos, dez exemplares de jornal, cinco aparelhos de rádio, dez televisores e duas sessões de cinema por sala (MATTELART, 1991).

Todos esses índices e correlações foram compilados por político que deles retiram modelos de “desenvolvimento político”. A urbanização se conjugou com a alfabetização, à exposição aos *media* e a participação pelo voto. A educação, nesta concepção, foi um número de alunos nos estabelecimentos, e não um sistema de transmissão cultural; os meios de comunicação de massa eram a quantidade de rádios, sem que houvesse preocupações com o seu uso. Assim, duas foram as concepções de cultura e de encarar a democratização cultural. Por um lado, a cultura de massa foi entendida como o prolongamento de um sistema político concreto, aquele da democracia liberal, como expressão de um projeto de cooptação social, como modo particular de produzir consenso, cada vez mais dependente das logísticas de mercado e, enquanto tal, estruturado à volta do “divertimento”. Pelo outro, um projeto no qual o acesso aos bens da alta cultura clássica se tornou o sinal

distintivo de uma democratização dos lazeres, um projeto indissociável da ideia da vocação pedagógica dos meios de difusão. Do outro lado, sob a tese do “*free flow of information*”, perfilou o princípio do funcionamento da cultura de massa e da modernidade mediática: o *entertainment* (MATTELART, 1991).

Sob a máscara da defesa do direito que garante a cada indivíduo receber e retransmitir livremente todas as informações sem o estorvo de fronteiras, esse princípio, revisto e retificado pela diplomacia americana, se tornou a garantia da liberdade de circulação dos produtos culturais em um mercado sem quaisquer empecilhos. Nesse sentido que urbanistas e arquitetos conceberam os novos espaços urbanos. Mas, os conceberam como se eles mesmos fossem uma espécie de decoradores das cidades, que procuravam fazer delas um espetáculo em si reluzente de mercadorias cuja circulação estava garantida por meio dessa liberdade (LIPOVETSKY; SERROY, 2015).

Encontrou-se aí, aplicada à urbanização, a ideia que o marketing sensorial e o *retailtainment* desenvolveram nos próprios locais de venda: a ideia de um “reencantamento do mundo”, que conduz a viver a cidade, espaço meio comercial, meio lúdico, como um parque de diversões, que é consumido com a paixão e o prazer devidos. Teatralizando-se, tematizando-se, espetacularizando-se, a cidade gera experiências, suscita emoções, cria sensações: nela busca-se uma atmosfera. Ela responde a uma “demanda de ambiência” (LIPOVETSKY; SERROY, 2015, p. 321).

Em direção a essa demanda para a promoção da liberdade, foi que a abertura dos mercados e a livre circulação de mercadorias se realizou. De operário a consumidor, o proletário, foi então humanizado pela mercadoria (DEBORD, 1997). Esse foi o espetáculo, o momento do capitalismo, sobretudo, o de seu mistério, a mercadoria. Conforme Debord, a “dominação da sociedade por “coisas suprassensíveis embora sensíveis” (DEBORD, 1997, p. 28), se realizou completamente no espetáculo, “no qual o mundo sensível é substituído por uma seleção de imagens que existe acima dele, e que ao mesmo tempo se fez reconhecer como o sensível por excelência” (DEBORD, 1997, p. 28). Ele promoveu o *afastamento* dos homens entre si e em relação a tudo que produzem.

As instituições educativas foram implementadas e atualizadas pelas mais novas extensões eletrônicas, nos termos mcluhanianos, de distribuição e

transmissão de mercadorias. Contidas pelos meios de comunicação, viabilizaram sua manutenção por meio dos ambientes que produziram. O capitalismo, que cumpre os anseios das antigas religiões (BENJAMIN, 2013), em seu período de acumulação de então, sob a hegemonia cultural dos Estados Unidos, considerou também os lares da humanidade na produção. Produção, aliás, alienada que trouxe como dever para as massas o consumo alienado (DEBORD, 1997). Nesse momento, a educação pôde ser considerada entretenimento (McLUHAN, 1973; CAMBI, 1999).

A passagem do popular ao massivo foi refletida nessas transições. Tal mudança permitiu ir de uma compreensão dos processos sociais baseada na exterioridade conspirativa da dominação a outra que os pensa a partir da hegemonia pela qual se lutou. Pensar, a partir da hegemonia, a indústria de mercadorias culturais, a cultura de massa, implicou rupturas que não se vê nos trabalhos de McLuhan. Sua concepção se fez a partir positivismo tecnicista que reduziu a comunicação a um problema de meios, e, a partir do etnocentrismo culturalista que assimilou a cultura de massa ao problema da degradação da cultura. Essas rupturas ressituiu os problemas no espaço das relações entre práticas culturais e movimentos sociais, isto é, “no espaço histórico dos deslocamentos da legitimidade social que conduzem da imposição da submissão à busca do consenso” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 131). A constituição histórica do massivo se encontrou arrolada ao processo longo de gestação do mercado, do Estado e da cultura nacionais, como também, aos dispositivos desse processo que tornaram a memória popular cúmplice com o imaginário das massas mais do que à degradação da cultura pelos meios.

O sentido do tempo nas culturas populares foi bloqueado por dois dispositivos que se convergiram, o que deforma as festas e o que as desloca, situando na produção o novo eixo de organização da temporalidade social. A deformação operou pela transformação da festa em espetáculo: algo que já não é para ser vivido, mas visto e admirado. Convertida em espetáculo, a festa, que no mundo popular constituía o tempo e o espaço de máxima fusão do sagrado e do profano, passou a ser o tempo e o espaço em que se fez especialmente visível o alcance de sua separação: a demarcação nítida entre religião e produção agora sim opondo festa e vida cotidiana como tempos de ócio e do trabalho. Só o capitalismo avançado, o da “sociedade do espetáculo”, refuncionalizou a oposição produzindo uma nova verdade para sua negação (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 137).

Desde o século XIX a cultura, no interior das lutas, articulações e readaptações da hegemonia, foi entendida como espaço estratégico para a reconciliação das classes e reabsorção das diferenças sociais. Quando as massas emergem, foi isso que se passou com a cultura, tornou-se um domínio estratégico. A forma das inovações tecnológicas de comunicação aí se encontrada, “o sentido que vai tomar sua mediação, a mutação da materialidade técnica em potencialidade socialmente comunicativa” (MARTIN-BARBERO, 2103, p.196). Martín-Barbero (2013) afirmou que as modalidades de comunicação que neles e com eles aparecem só foram possíveis na medida em que a tecnologia materializou mudanças que, a partir da vida social, davam sentido a novas relações e novos usos. “*Situou os meios no âmbito das mediações, isto é, num processo de transformação cultural que não se iniciou nem surgiu deles*” (MARTIN-BARBERO, 2103, p.197). Eles passaram a desempenhar um papel muito importante a partir dos anos de 1920. Foi pelo poder que os Estados Unidos contraíram para si que essa importância se determinou historicamente. Nesse país os meios conheceram seu maior desenvolvimento. A produção da cultura de massa tomou forma, como tendência no mercado mundial, quando a economia norte-americana articulou liberdade de informação, de empresa e comércio e deu a si própria uma vocação imperial. Foi desde então que o “estilo de vida norte-americano” se erigiu como modelo de uma cultura que foi divulgada e propagada como sinônimo de progresso, desenvolvimento e modernidade. Essa tendência pela qual a cultura tomou ao ser modelada pelos meios depende da sociedade que a ela imprimiu seu estilo. “A América do Norte do século XIX lançava, por assim dizer, as bases do “estilo de vida” que no século XX proporcionaria a matéria-prima para o imaginário dos meios” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 198).

A combinação do processo tecnológico com a abundância de créditos possibilitou foi realizada pela prosperidade econômica americana. Em meio a essa combinação, a produção massiva de uma quantidade significativa de utensílios e o barateando seu custo se tornou possível e abriu às massas o seu consumo. A prosperidade econômica inaugurou o “consumo de massa”. Entretanto, o consumo conforme requerido pela nova estrutura de produção, ainda não era, o que podemos dizer, um hábito social. Pelo contrário, essa nova estrutura teve de enfrentar a *mentalidade das massas*, recentemente urbanizadas, ainda não adaptadas a essas

novas demandas consumistas. As massas ainda poupavam, não consumiam. Os *media* no âmbito das mediações atuaram, para tanto, pela educação e formação humana para essas novas demandas da produção capitalista.

Para o “sistema”, **era indispensável educar as massas para o consumo**. Em 1919, dizia um magnata de Boston: “A produção em massa exige a educação das massas; as massas devem aprender a comportar-se como seres humanos num mundo de produção de massa. Devem adquirir não apenas a simples alfabetização, mas também uma certa cultura”. Mesmo tendo eclodido poucos anos depois a crise de 1929 e mais tarde a Segunda Guerra Mundial, tornando-se o consumo uma prática generalizada só a partir dos anos 1950, ele seria desde então um ingrediente-chave do estilo de vida e da cultura de massa norte-americanos (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 198. **Grifo nosso**).

O consumo foi convertido em elemento da própria cultura no mesmo momento histórico em que a cultura se tornou um produto da indústria. A evidência foi a mudança sofrida pela publicidade quando passou a compor toda a realidade social e transformou a comunicação inteira em persuasão. Ao deixar de oferecer informação sobre o produto, a publicidade se dedicou a propagar os objetos dando forma à demanda como mercadoria. A matéria-prima deixa de ser formada pelas necessidades a passa a ser constituída por desejos, ambições e supressões das frustrações dos sujeitos. O processo de secularização que se iniciou séculos antes chegou às massas. Autores como McLuhan, embora não mencionassem explicitamente isso, propuseram uma salvação convertida em bem-estar, uma imagem objetiva da felicidade. “Para a cultura de massa, a publicidade não é somente a fonte mais vasta de seu financiamento; é também a força que produz seu encantamento” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 199).

A cultura que os *media* ajudaram a formar tornou-se a imagem que viabilizou a coesão da sociedade norte-americana. Seus traços característicos tornou-se a presença das classes médias moldando o individualismo em uma procura incessante por recompensas e a conversão das relações sociais em valores psicológicos, reduzindo os problemas sociais a problemas da psicologia. Essa cultura passou a valorizar a experiência individual ao ponto que ela se transformou no o objeto dessa imagem. “Os heróis da nova mitologia, mais do que representar a comunidade que encarnaram, representaram sua própria trajetória, *seu esforço para*

se fazer” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 199). A relação entre cultura e meios de comunicação, nos Estados Unidos, causou à articulação de dois planos: aquele de que os meios reproduzem um estilo de vida particular, e, o de que produzem uma gramática de produção com que os meios universalizam um modo de viver.

A cultura de mediação de massa é forjada na tensão entre essas duas dinâmicas: a dos interesses econômicos de um capitalismo mais e mais monopolista, que se aproveita da presença débil e funcional do Estado, e a de uma poderosa sociedade civil que defende e amplia os limites da liberdade. [...] Foi nos Estados Unidos que a imprensa verdadeiramente alcançou uma audiência massiva. Para isso contribuíram a falta de uma autêntica centralização estatal, a abolição dos pesados impostos que incidiam sobre a imprensa europeia, o papel desempenhado pela comunicação em todos os níveis no processo de construção da nacionalidade e uma concorrência comercial que estimulou a ruptura das regras tradicionais de organização e elaboração do jornal. [...] Formato novo para uma nova concepção da informação, consagrando o valor de *intercâmbio* da notícia, ao mesmo tempo mercadoria e comunicação civil, horizontal em face de qualquer autoritarismo. Convertida em *produto*, a notícia adquire o direito de penetrar qualquer esfera, “ampliando progressivamente a definição do público, absorvendo e atenuando as diferenças e contradições de classe, e detendo-se tão somente no limite externo da tolerância média do público mais amplo possível” (MARTÍN-BARBERO, 2013, p. 199-200. **Grifo nosso**).

Uma ética do consumo não derivou apenas das necessidades econômicas. Foi preciso que se ajustasse às relações determinadas pela sociedade e fosse, simultaneamente, compartilhada pelos seus membros. O advento da sociedade urbano-industrial, trouxe a noção de pessoa não mais centrada na tradição. Foram rompidos os laços de solidariedade. Nas grandes cidades do capitalismo, o anonimato pilhou as relações sociais antes existentes e deixou os indivíduos “surfando” (McLUHAN, 2001) na superfície do social. Por isso, essa sociedade urbana e produtiva em todas as suas atividades inventou novas instâncias para a integração das pessoas. Nela o mercado se tornou uma das principais forças reguladoras, enquanto a tradição passou a ser insuficiente como orientadora da conduta. Assim, a publicidade foi transformada em uma dessas instâncias integradoras, pois passou a desenvolver e elaborar o desejo do consumidor, conferindo a ele estabilidade e participação social. Os publicitários, consciente ou

inconscientemente, reconheceram a complexidade do modo de vida urbano, especializado e interdependente.

Percebendo o vácuo na orientação das relações pessoais, eles começaram a oferecer seus produtos como resposta para o descontentamento moderno. *A publicidade adquire, assim, um valor compensatório e pedagógico.* Ela é o modelo de referência. Por isso os publicitários da década de 1920 e 1930 se consideram como “apóstolos da modernidade”. *Eles procuram guiar os indivíduos, ensinando-lhes, por meio dos produtos, como se comportar.* Dentro desta perspectiva, os modos vigentes são vistos como algo ultrapassado (o que significa que a ética calvinista do início do capitalismo torna-se um anacronismo), e a fugacidade e efemeridade das coisas, um valor do tempo presente (ORTIZ, 2000, p. 120-121).

A produção em massa implicou, para os homens de negócio, na educação do povo. Assim como a escola, o consumo passou a conduzir a coesão social. Consumo e nação como partes de uma mesma moeda levou os publicitários a se considerarem os artífices da identidade nacional. Foram eles que ensinaram aos homens as maneiras e o imperativo do consumo. Trabalharam em prol da eficácia do mercado e do reforço da unidade nacional. O consumo adquiriu seu aspecto de cultura por meio da publicidade. Ele assumiu o lado da ideologia do nacionalismo e da democracia com a retórica empresarial e governamental. Como resposta à produção capitalista, o americano de massa nasceu dos desejos massificados. “*A indústria requeria, portanto, uma individualidade de massa correspondente, denominada de civilização americana, herança que encontrava-se no mercado*” (ORTIZ, 2000, p. 121-122). A aldeia global do consumo emergiu assim como a atmosfera privilegiada da cidadania. Prova disso, foi que os diversos símbolos de identidade tiveram suas origens na esfera do mercado. *Disneyland, Hollywood, Superbowl e Coca-Cola* constituíram o espelho do autêntico *American way of life* (ORTIZ, 2000).

Para Debord, esta não é uma contradição lógico-conceitual entre a base e a superestrutura da sociedade, mas, uma experiência cotidiana experimentada como contraditória pelos indivíduos. A inclusão da experiência imediata dos indivíduos por uma homogeneidade vazia, abstrata e quantitativa, do tempo, na sociedade espetacular, expropria dessa experiência da possibilidade da constituição de seus próprios sentidos e de suas razões de viver emancipadas das exigências da

racionalidade da mercadoria. As possibilidades da expressão concreta, inseparável da comunicação e da atividade, encontram-se inviabilizadas no capitalismo da “abundância mercantil”. Os repetitivos gestos do trabalho, do consumo e o esvaziamento da comunicação tanto nas relações imediatas e genéricas, compõem a crise da vida cotidiana. Isso graças à transformação inteira da vida cotidiana em lugar de produção e realização abstrata da mercadoria. A vida cotidiana foi privatizada.

“A vida privada é privada de que?”, pergunta-se ele. “Antes de tudo, a vida, que dela está cruelmente ausente. As pessoas estão, tanto quanto possível, privadas de comunicação e de realização de si mesmas. Precisaria dizer: de fazer sua própria história pessoalmente”. Rejeitando qualquer idéia de uma reificação total, Debord registra experiências individuais – o *réellement vécu* – sem relação direta com o tempo irreversível de economia e mesmo em oposição ao consumo pseudocíclico do tempo no capitalismo espetacular. Nestes casos, constituem-se experiências que permanecem “clandestinas”, *sem linguagem, sem comunicação* e, portanto, *sem memória* e *sem história*. O realmente vivido “é incompreendido e esquecido em proveito da falsa memória espetacular do não-memorável” (SdE, 157). A vida individual permanece assim *sem história*, do mesmo modo que a descoberta pelo pensamento burguês de uma “história universal” já havia, nas diversas filosofias da história, sacrificado o indivíduo; e permanecem assim porque é a história mesma que, em sua imediatividade vivida, é socialmente recusada (AQUINO, 2006, p. 64).

O capitalismo tardio é marcado pela forte presença de um espaço público midiático. Nele coexistem meios voltados para públicos diversos e, por isso, com diferentes propostas. Trata-se de um ambiente dominado pela ação privada e sua ideologia. A interação da sociedade com ela própria sofre com essa ação das indústrias de produções culturais pelos impedimentos a delimitam. A interação delimitada pelos poderes constituídos bloqueia debates, reivindicações, encaminhamentos, posicionamentos, encontros, resgates de identidades e suas proposições estéticas. É importante ter sempre em vista que esse espaço público midiático foi demarcado no momento em que a aceleração da inovação tecnológica desempenhou um papel decisivo no reordenamento do capital. Foi a tecnologia que forneceu o lastro para as várias reestruturações da esfera pública (BOLAÑO; BRITTOS, 2007).

Isto ocorreu porque, para o mais amplo controle social e, assim, a maior extração da mais-valia, o capital busca a adesão da sociedade a todo um projeto de vida, que inclui comprometimento com consumo reiterado e modos de comportamento, assim como cerceamento de grupos e transformação do alternativo em mercadológico. Isso é hegemonia conforme concebida por Gramsci (1989). Não é um caso de passividade, mas de manipulação consentida por um sistema de mediação simbólica operado por capitais individuais em concorrência, cada um com sua própria estratégia em relação ao público, ou aos segmentos de público de seu interesse particular. É esse caráter relacional da produção de ideologia no capitalismo que garante a sua eficácia, muito além dos instrumentos meramente repressivos, dos quais, não obstante, o sistema jamais abriria mão (BOLAÑO; BRITTOS, 2007, p. 86).

Inúmeros elementos foram articulados pela manipulação ideológica em consonância com os interesses da sociedade capitalista diante o capital. Mesmo que suas expressões da ideologia manipulada se tornaram uma característica da construção social e as reações do próprio público, ainda sim essa consonância se mantém. “Identifica-se uma plasticidade no jogo de composição dos produtos culturais, justamente pela imperiosidade de conquista hegemônica e pela posição da cultura como setor econômico” (BOLAÑO; BRITTOS, 2007, p. 87). O consenso foi disposto em torno dos propósitos da classe dominante desse momento histórico. Mesmo que para tal disposição foi necessário a passagem pelos espaços culturais que podem ser compreendidos como posições de luta contra-hegemônica.

As categorias de verdade e falsidade se tornaram irrelevantes para os *mass media*. Elas foram substituídas por noções outras bem distintas como as de credibilidade, plausibilidade ou confiabilidade. As declarações das personalidades autorizadas substituíram os fatos. Elas transmitem suas preferências particulares convertidas em propaganda e deixaram a informações à deriva das preferências do público. Esse processo se trata de um apelo à intimidade e à vida privada como suportes que garantem a ordem pública. Os códigos da vida privada passaram a determinar os códigos da vida pública e eliminaram assim a diferença entre espaço público e espaço privado (CHAUI, 2014).

A função de ocultar ou dissuadir as relações sociais e as relações políticas enquanto tais ficam a cabo das relações interpessoais, intersubjetivas e grupais. O traço distintivo das relações sociais e políticas está na determinação das instituições

sociais e políticas. São elas relações mediatas e não imediatas como as relações pessoais, definidas por uma relação direta entre pessoas. Nestas últimas, os sentimentos, emoções, preferências e gostos são decisivos. As relações sociais e políticas são mediações referentes a interesses e a direitos regulados pelas instituições. Regulados ainda pela divisão social das classes e pela separação entre o social e o poder político. Quando no “lugar da opinião pública, tem-se a manifestação pública de sentimentos” (CHAUI, 2014, p. 127), essa especificidade das relações mediadas passou a “operar sob a aparência da vida privada, portanto referidas as preferências, sentimentos, emoções, gostos, agrado e aversão” (CHAUI, 2014, p. 127).

Os *medias*, no âmbito das mediações, são instrumentos determinantes dessa transposição dos espaços e das relações. O que é preciso levar em conta, segundo McLuhan, sobre os meios de comunicação, é modo como são utilizados, pelos seus efeitos. Deixa claro isso com uma metáfora que diz ser o “conteúdo” de um meio “como a “bola” de carne que o assaltante leva consigo para distrair o cão de guarda da mente”. O efeito de um meio se torna mais forte e intenso justamente porque o seu “conteúdo é outro meio” (McLUHAN, 2001, p. 33). Assim, o conteúdo do filme é o romance, uma peça teatral ou ópera. O efeito, então, não está relacionado ao seu conteúdo. Esse conteúdo, no caso da escrita e da imprensa, é a fala. Entretanto, sobre isso, qualquer leitor permanece inconsciente (McLUHAN, 2001). A palavra galáxia deve ser entendida como esse novo ambiente sem fronteiras entre público e privado, pois o público aqui é privado. Esse ambiente não é criado pelas determinações da produção, mas o ambiente artificial criado pelos meios. “Qualquer nova tecnologia de transporte ou comunicação tende a criar seu respectivo meio ambiente humano” (McLUHAN, 1972, p. 15). Os ambientes tecnológicos são recipientes de pessoas e ativos processos que as remodelam juntamente com outras tecnologias. A maior mudança em todo tempo histórico ocorreu, de acordo com o arauto da “aldeia global”, na passagem da tecnologia mecânica para a tecnologia do circuito elétrico.

A impressão por tipos móveis criou novo ambiente inteiramente inesperado: criou o público. A tecnologia do manuscrito não teve a intensidade do poder de difusão necessário para criar públicos em escala nacional. As nações, como viemos a chama-las nos séculos recentes, não precederam nem podiam preceder o advento da

tecnologia de Gutenberg, do mesmo modo que não poderão sobreviver ao advento do circuito elétrico com o poder de envolver totalmente todo o povo em todos os outros povos (McLUHAN, 1972, p. 15).

A transição da produção capitalista, descrita por Debord como sociedade espetacular, foi entendida por McLuhan como a de uma transição da era comercial, quando a produção e distribuição de utilidades absorveu o engenho dos homens. Essa passagem corresponde à passagem da produção de mercadorias para o empacotamento de informação pelos meios de comunicação. “Anteriormente, invadimos os mercados estrangeiros com utilidades. Hoje invadimos culturas inteiras com informação acondicionada, diversão e ideias” (McLUHAN, 2011, p. 168). Essa invasão conta com o alcance global instantâneo dos novos meios de visão e som (McLUHAN, 2011). Por ela o processo cognitivo se tornou semelhante ao filme “já que o mundo à luz do dia que a câmera enrola no carretel é invertido e projetado a fim de se tornar o mágico mundo de sonhos da plateia” (McLuhan, 2011, p. 173). Todos os meios de comunicação, para ele, compartilham desse caráter cognitivo (McLUHAN, 2011).

No sistema do capital, na sociedade do espetáculo, a educação é, ela mesma, uma mercadoria. Por isso, a crise do sistema público de ensino sofre pressão pelas demandas do capital e pelos cortes de recursos dos orçamentos públicos destinado ao seu exercício. A mercantilização da educação é a própria característica do sistema capitalismo tardio, pois nele até mesmo os setores improdutivos foram incluídos no sistema produtivo. “Uma sociedade que impede a emancipação só pode transformar os espaços educacionais em *shopping centers*, funcionais à sua lógica do consumo e do lucro” (SADER, 2008, p. 16). Esse enfraquecimento da educação pública é paralelo ao crescimento do sistema privado e se deu ao mesmo tempo em que a socialização e formação humana se deslocou da escola para os *media*, publicidade, consumo e produção de mercadorias culturais. McLuhan é um intelectual que representa e ajuda orquestrar esses interesses da classe dominante já nos anos de 1950 e 1960. Afinal, sabemos que se aprende a todo momento, “mas o que se aprende depende de onde e de como se faz esse aprendizado” (SADER, 2008, p. 16).

A luta contra a sociedade mercantil, a alienação e a intolerância, tem por objetivo central a emancipação humana. O elemento social que a pode promover é a educação. Entretanto, ela se tornou instrumento da sociedade capitalista. Nesse modelo de sociedade ela fornece conhecimentos e pessoal necessário à máquina produtiva em expansão do sistema econômico. Além disso, gera e produz valores que legitimam os interesses dominantes. Desse modo, a educação não é senão uma parte do processo de acumulação de capital e do estabelecimento do consenso que tornou possível a reprodução do sistema de classes. Embora pudesse ser instrumento de emancipação, é um mecanismo de reprodução e perpetuação do sistema (SADER, 2008). O deslocamento do processo de exclusão educacional não se dá mais principalmente na questão do acesso à escola, mas sim dentro dela, por meio das instituições da educação formal. A questão que está posta não é apenas a modificação política dos processos educacionais, mas a reprodução da estrutura de valores que contribui para perpetuar uma concepção de mundo baseada na sociedade mercantil (JINKINGS, 2008). Essa reprodução congrega uma concomitância entre o enfraquecimento do público e o aliciamento dos *media* quando um novo conceito de trabalho se dilatou.

Um novo conceito de trabalho se dilata para além das atividades próprias das fábricas ou das empresas. Trabalho é a produção de própria existência humana. Trabalho é cuidar da oficina da fábrica, mas é também cuidar da horta, do jardim e da cozinha de casa. Tanto a operária como a dona-de-casa merecem remuneração, simplesmente porque as duas trabalham (NOSELLA, 2005, p. 251-252).

As explorações tecnológicas e a abundância de mercadorias expostas tornaram visíveis os traços do caráter nacional norte-americano. Técnica e consumo são, dessa maneira, entendidos como atributos da americanidade. São também uma mistura de mercadoria, técnica e entretenimento. Nesse sentido, o homogêneo cedeu lugar a uma diversidade de julgamentos estéticos, irredutíveis uns aos outros (ORTIZ, 2000). Essa mesma ênfase se encontra nos escritos sobre tecnologia. Dentre eles, os textos de McLuhan afirmam que o velho padrão mecânico, que se expandiu do centro para a margem, já não tem relevância no mundo da eletricidade, pois ela descentraliza. Nisto constitui a diferença entre um sistema ferroviário e um sistema elétrico. A eletricidade se tornou disponível nas fazendas e nas suítes dos

executivos e permitiu a qualquer lugar ser o centro. O sistema cibernético eletrônico é descentralizador. Na sociedade eletricamente conformada, todas as informações necessárias para a manufatura e a distribuição se encontra, disponível para todos ao mesmo tempo. A cultura se organizou, assim, como um circuito elétrico, cada ponto da rede é tão central quanto qualquer outro (McLUHAN, 2001). Neste caso, a tecnologia surgiu como elemento vitalício na passagem de uma era mecânica para uma outra era, a eletrônica. O modelo descentralizado se tornou incompatível com a ordenação hierárquica das coisas.

Descentralização = autonomia = democracia. A equação se reforça. Sem esquecer, porém, de acrescentar um outro elemento: a individualidade. Como o processo de fragilização das centralidades promove as autonomias, os indivíduos ganhariam em “liberdade” no seio das sociedades pós-informatizadas-globais. Indivíduo que, na sua integralidade, teria a todo o momento uma capacidade de escolha (ORTIZ, 2000, p. 160).

O objetivo dos *media* foi transmissão de conhecimentos dirigidos. O livre mercado é a denominação do regime de competição livre no qual o Estado faz pouca diferença devido sua mínima regulamentação sobre os negócios. A livre competição garante a qualidade do serviço. Os defensores deste ponto de vista argumentam que “liberdade de expressão é garantida pela exclusão quase completa do Estado no processo constituinte do sistema de comunicação” (SANTOS; SILVEIRA, 2007, p. 56).

As raízes do modelo americano estão no livre mercado. Mesmo que os primeiros regulamentos e suas conseqüentes regulações considerassem que o espectro radiofônico era uma espécie de bem público, e mesmo sendo necessárias licenças dadas pelo governo federal para as radiodifusoras funcionarem, a radiodifusão americana era um empreendimento privado. Este foi o ponto de contraste entre os Estados Unidos e a Europa, onde a radiodifusão foi tratada como bem público e que deveria ter a garantia de universalidade de acesso garantida pelo Estado. O modelo americano é um modelo baseado no financiamento da publicidade, com canais licenciados pelo governo. Modelo que valoriza a liberdade em relação ao Estado e estava a ele atado pela concessão de licenças. Valoriza, também, a liberdade de expressão em relação ao setor privado, mas estava a ele

ligado pelo sistema de financiamento (SANTOS; SILVEIRA, 2007). Os conteúdos de mídia e a capacidade de seus pequenos produtores atingirem audiências amplas foram extintas por conglomerados de mídia transnacionais (SILVERSTONE, 2016).

A concepção do determinismo tecnológico está relacionada com toda essa eficácia dos meios. Congrega nela uma visão incisiva e ortodoxa da natureza da mudança social. Conforme essa concepção, as novas tecnologias foram descobertas por um processo interno de pesquisa e de desenvolvimento que definiu as condições para a mudança social para o progresso. Esse último, em particular, seria a história dessas invenções que gestaram o mundo moderno. Os efeitos, diretos e indiretos, previstos ou imprevistos, das tecnologias, seriam o resto da história. “A máquina a vapor, o automóvel, a televisão e a bomba atômica *construíram* o homem moderno e a condição moderna” (WILLIAMS, 2016, p. 26). O determinismo tecnológico considerou a pesquisa e o desenvolvimento como geradores a si mesmos. As novas tecnologias, inventadas numa esfera independente, criaram novas sociedades ou novas condições humanas. Essa

[...] perspectiva depende, portanto, do isolamento da tecnologia. Esta é, dependendo da visão, uma força que age por si mesma, criando novas formas de vida ou fornecendo materiais para novas formas de vida. Essas posições são tão profundamente estabelecidas no pensamento social moderno que é muito difícil pensar para além delas. A maioria das histórias da tecnologia, como a maioria das histórias de descobertas científicas, é escrita a partir desses pressupostos. Um apelo aos “fatos”, contra esta ou aquela interpretação, é muito difícil simplesmente porque as histórias são em geral escritas, consciente ou inconscientemente, para ilustrar os pressupostos. Isso pode ser feito de forma explícita, com a consequente interpretação anexada, ou, o mais comum, implicitamente, quando a história da tecnologia ou do desenvolvimento científico é oferecida como uma história independente (WILLIAMS, 2016, p. 27).

Essa concepção incluiu uma relação direta com as prioridades do sistema comercial em expansão e, em alguns períodos, do sistema militar. Essa relação levou a uma definição de necessidades no âmbito desses sistemas. Os objetos e as consequentes tecnologias eram operacionais na esfera das estruturas desses sistemas. A orientação da tecnologia elétrica moderna foi para usos de operador para operador, dentro de estruturas específicas previamente estabelecidas. Em um

segundo momento, essa qualidade pôde ser realçada por contraste com a tecnologia elétrica chamada de radiodifusão. “A tecnologia de mensagens específicas para pessoas específicas foi complementada, mas relativamente tarde, por uma tecnologia de mensagens variadas para um público em geral” (WILLIAMS, 2016, p. 33).

Entretanto, a base desse sistema precedeu os desenvolvimentos em tecnologia. Socialmente, o conjunto de máquinas e aparelhos foi caracterizado por duas tendências da vida moderna industrial e urbana. São aparentemente paradoxais, mas interligadas. Pois, se, por um lado, temos a modalidade, por outro, temos os lares, à primeira vista mais autossuficientes. O período anterior, da tecnologia pública das estradas de ferro e iluminação das cidades, foi substituído por um tipo de tecnologia que serviria a um estilo de vida móvel e focado no lar ao mesmo tempo. Uma “forma de privatização móvel. A radiodifusão, em sua forma aplicada, foi um produto social dessa tendência distintiva” (WILLIAMS, 2016, p. 38). A televisão teve essa mesma pressuposição (WILLIAMS, 2016).

A ênfase maior recaiu na melhoria da vida familiar pela relativa melhoria de salários e das condições de trabalho, aliadas a uma mudança qualitativa na distribuição do dia, da semana e do ano, entre o trabalho e os períodos de folga. Dois efeitos combinados que resultaram nessa ênfase. A privatização móvel levou a necessidade de novos tipos de contato. Era somente a aparência privada e autossuficiente dos novos lares, pois dependiam da manutenção do financiamento regular e do abastecimento a partir de fontes externas. Além disso, essas fontes externas tiveram uma influência decisiva, desde o emprego e preços às guerras e às depressões econômicas, sobre o que foi visto como um projeto separável da “família”. “Essa relação criou tanto a necessidade como a forma de um novo tipo de “comunicação”, notícias vindas “de fora”, de fontes até então inacessíveis” (WILLIAMS, 2016, p. 38). O lar privatizado recebeu melhorias imediatas em sua condição e eficiência graças a nova tecnologia do “consumidor”. Expedições a partir de casa receberam novos equipamentos no transporte privado. O aparelho de rádio levava ao lar um novo tipo de subsídio social, notícias e entretenimento. Esses “aparatos do lar”, como conhecidos essas novas máquinas, sempre foram muito mais do que isso. Elas foram a expressão da tecnologia aplicada, um conjunto de

ênfases e respostas, dentro dos limites e das pressões da sociedade capitalista industrial (WILLIAMS, 2016).

O desenvolvimento básico inicial das instituições de televisão foi um contraste ou competição entre instituições de “serviço público” e “comerciais”. A radiodifusão comercial não se intitulou a si mesma comercial ou capitalista, assim como a retórica de defesa do capitalismo o fez. Utilizou descrições de relações públicas como “livre” e “independente” e afirmou se contrapor ao “monopólio” e “controle de Estado”. As instituições de radiodifusão tiveram como objetivo a realização e a distribuição de lucro privado sobre o capital investido. Isso independente de controles públicos ou de definições de política poderiam vir a existir. Isso afetou visivelmente suas diretrizes.

O caráter “comercial” da televisão, então, precisa ser visto em vários níveis: como a produção de programas para o lucro em um mercado conhecido; como um canal de publicidade; e como uma forma cultural e política diretamente moldada por e dependentemente das normas de uma sociedade capitalista, que vende tanto bens de consumo como um modo de vida baseado neles, em um *ethos* que é ao mesmo tempo gerado localmente, por interesses capitalistas e autoridades internas, e organizado internacionalmente, como um projeto político, pelo poder capitalista dominante. Então, não é exagero dizer que a transição geral, nos últimos vinte anos, do que era normalmente uma radiodifusão sonora nacional e controlada pelo Estado para o que são agora, em termos mundiais, as instituições predominantemente comerciais de televisão, é uma consequência dessa operação planejada pelos Estados Unidos (WILLIAMS, 2016, p. 51-52).

A expressão “comunicação de massa” se refere aos objetivos tecnológicos que são capazes de transmitir uma mesma informação para um vasto público, a massa. Referia-se inicialmente ao rádio e ao cinema, uma vez que, a imprensa pressupunha pessoas alfabetizadas. Pouco a pouco, estendeu-se também para a imprensa, a publicidade ou propaganda, a fotografia e a televisão. Os meios, pelos quais a informação é transmitida ou comunicada, são os objetivos tecnológicos. Assim, McLuhan comparou as diferenças entre o ensino baseado no livro impresso e o ensino pelos meios eletrônicos.

Não obstante as organizações midiáticas decidiram suas estratégias operacionais a partir de suas próprias metas, esses complexos industriais culturais

exercerem um papel de manutenção e reprodução do sistema. Seus trabalhadores, inclusive aqueles ligados à criação intelectual, integraram diretamente o processo produtivo. Cada vez mais as companhias produtoras e distribuidoras de cultura “são veículos por excelência de apresentação e divulgação do viver capitalista, a partir dos processos contemporâneos que redefinem o capitalismo” (BOLAÑO; BRITTOS, 2007, p. 87). As ciências e tecnologias, que agora compõem a orientação e direcionamento da educação, estão presentes também na mediação da formação humana pelos *media*. O fim de um modelo de educação se tornou, outrossim, o momento da constituição de um novo modelo para o seu exercício. Foi a partir daí que McLuhan desenvolveu sua concepção a partir dos novos meios.

3.3 A EDUCAÇÃO PARA ALÉM DA SALA DE AULA: A CONCEPÇÃO DE McLUHAN

O entretenimento, na indústria de mercadorias intangíveis, foi o recurso metodológico da aprendizagem em que os professores se tornaram participantes de um *show*, e os motivadores dos alunos, espectadores à procura de algo em um ambiente em processo de mutação (McLUHAN, 2005; LIMA, 1982). Essa, podemos assim dizer, pedagogia do entretenimento constitui a publicidade. O conjunto das ciências da educação aliadas aos *mass media*, puderam fornecer o ambiente ideal para a formação do trabalhador, em seu turno extra da produção, para o consumo e lazer. Os dois entendidos como mercadorias culturais na sociedade espetacular. Para a formação do homem industrial, diz McLuhan, foram necessárias as letras, elas deram forma à linearidade da produção (McLUHAN, 1972). Para a remodelação desse *homem-massa*, a manipulação de imagens e dos signos, entendidos como abstrações que representam a realidade e a ela são imanentes, mediante os *media*, foram entendidas como formas de flexibilização da produção para a produção cultural (McLUHAN, 2001).

A educação, quando mediada pelos aparatos eletrônicos, está relacionada ao trabalho. Esses aparatos compõem as mediações (MÉSZÁROS, 2008). Embora nesse tópico outros autores nos ajudem na discussão, será analisada, especificamente, a concepção de McLuhan sobre a educação mediada pelos meios de comunicação. Sobretudo, restringimos a análise principalmente, a partir, de dois textos: **Aula sem Paredes** e **Cultura Tecnológica**. Restringimo-nos a esses textos, porque neles encontramos, embora ainda de forma seminal, suas principais teses quanto à educação. No primeiro, a preposição é de que a escola deve ter uma nova função e de que a educação acontece predominantemente fora dela. No segundo, é que a cultura, denominada tecnológica, é ela mesma determinada por seus instrumentos autônomos. Cabe ao processo educativo conceber seu ambiente formativo de um novo homem em uma totalidade social que transpassa e supere a qualquer fronteira. Mesmo assim, a análise de seu pensamento compreende, outrossim, a leitura de suas outras obras, pois, temos em vista que nelas as

questões concernentes à formação humana, o trabalho e os ambientes eletrônicos construídos pelos *media*, objetos de nossa análise, são retomadas por ele. Estes últimos, conforme ele, são os ambientes de aprendizagem urbanos que não se limitam ao seu espaço. Assim, a educação, de acordo com McLuhan, está para *além da sala de aula*. Afinal, para ele, “em nossas cidades, a maior parte da aprendizagem ocorre fora da sala de aula” (McLUHAN, 1974, p. 17).

O livro “foi primeiro produto da produção de massa” (McLUHAN, 1974, p. 17; 2005, p. 37). McLuhan parte dessa afirmativa para definir suas afirmações sobre a educação. Para ele, por isso mesmo, foi um erro compreender que o livro deveria ser o principal recurso de ensino e a escola o principal local de aprendizagem. Afinal, foi por ele, o livro, que o individualismo e o isolamento individual do leitor produziram o “eu” ocidental.

Com ela [a imprensa], todos podiam ter os mesmos livros. Nos tempos medievais, era impossível para diferentes estudantes, diferentes instituições, terem exemplares do mesmo livro. Os manuscritos, os comentários, eram ditados. Os estudantes decoravam. A instrução era quase inteiramente oral, feita em grupos. O estudo solitário era reservado aos eruditos, aos intelectuais mais avançados. Os primeiros livros impressos eram “auxiliares visuais” da instrução oral. [...] Antes da imprensa, o jovem aprendia ouvindo, observando, fazendo. Assim, até uma época recente, as nossas próprias crianças rurais aprendiam a linguagem e as artes de seus maiores. A aprendizagem tinha lugar fora da aula. Só os que almejavam carreiras profissionais chegavam a frequentar a escola. Hoje, em nossas cidades, a maior parte da aprendizagem ocorre fora da sala de aula. A quantidade pura e simples de informações transmitidas pela imprensa, revistas, filmes, rádio e televisão excede, de longe, a quantidade de informações transmitidas pela instrução e textos escolares. Esse desafio destruir o monopólio do livro como auxiliar de ensino e abriu brechas nas próprias paredes da aula, tão de súbito que ficamos confusos, desconcertados (McLUHAN, 1974, p. 17-18).

A percepção de McLuhan é de que os meios não são apenas recursos para criar ilusão. Embora, ainda assim, sua análise se desenvolve em torno de uma concepção histórica cujo movimento se deve ao desenvolvimento tecnológico dos meios. Os meios são dotados de poderes de expressão. Historicamente, são os recursos do inglês modelados e expressos de modos novos e variantes. A imprensa alterou, além da qualidade da escrita, o caráter da linguagem e as relações entre

autor e público. Para McLuhan, o rádio, o filme e a televisão “impeliram o inglês escrito para as mudanças espontâneas e a liberdade do idioma falado” (McLUHAN, 1974, p.18). Os meios de comunicação precisam ser dominados e assimilados como novas linguagens. Não assimilados à herança cultural que a cultura escrita legou. A expansão do rádio e da televisão, o aperfeiçoamento do cinema e a implantação de satélites artificiais como um sistema mundial de informações fazem parte daquilo que McLuhan chamou de Aldeia Global, a superação da Galáxia de Gutenberg. O declínio dessa galáxia significa o declínio do livro reverberado pelo mundo (MELO, 19998).

A formulação do professor canadense, sobre os meios de comunicação e a evolução histórica produzida por eles, foi sistematizada em uma história que retrata a evolução cultural da humanidade em três etapas: a primeira, de tribalização; a segunda, destribalização; e, a terceira, retribalização. A tribalização se iniciou próprio início da humanidade, quando, segundo ele, o homem adquiriu a linguagem. A incorporou como instrumento indispensável de comunicação e de sobrevivência social, quando os indivíduos deixaram simplesmente de lutar uns contra os outros e de se destruírem. Começaram a perpetuar os modos de intervenção na natureza e de organização social sustentados na forma de padrões culturais. Todo o patrimônio cultural alicerçado pelo homem se perpetuou, nessa primeira fase, por meio da comunicação oral e foi transmitida de uma geração a outra. Esse patrimônio sofria circunstancialmente alguns decréscimos, na medida em que o seu registro se limitava à memória dos anciões e o seu desenvolvimento dependia da habilidade que tinham determinadas gerações em transmitir aqueles padrões culturais a outras gerações (MELO, 1998)

A destribalização teve sua origem na invenção da escrita. Em uma perspectiva antropológica, esse fenômeno correspondeu à inquietação cultural de certos indivíduos na sociedade que criaram novos instrumentos. Considerou que os indivíduos estiveram presos à vida da tribo. Uma vez que, no período precedente, a sobrevivência cultural resultou de informações que pertenciam aos mais velhos, a escrita proporcionou o rompimento das heranças tribais. Conforme Melo (1998), interpretando McLuhan, libertou o homem da dependência direta aos ancestrais, tornou disponível um vasto patrimônio de experiências, pois possibilitou sua conservação sob a forma de registros gráficos.

De acordo com o intelectual canadense, ao criar o indivíduo destribalizado, a instrução fonética gerou a necessidade de um programa educacional novo. Assim Platão propôs uma estratégia, segundo ele, espetacular. Substituiu a enciclopédia tribal pelos dados classificados. A sabedoria coletiva, recomendava procedimentos analíticos e propôs, para o aprendizado e organização, uma ordem de visual de ideias. É a cibernetização, o sistema de circuitos que “parece estar nos tirando do mundo visual dos dados classificados e retrocedendo ao mundo tribal dos padrões integrais e da percepção coletiva” (McLUHAN, 2005, p. 81). Desse mesmo modo, o que entende por era eletrônica, aboliu a forma de trabalho conhecida como emprego, o que resultou na forma não-especializada e “altamente” envolvente da dedicação humana “chamada desemprego de papéis. Dir-se-ia que estamos passando da era da especialização para a era do envolvimento abrangente” (McLUHAN, 2005, p. 82).

O homem foi destribalizado pelo material impresso. Passou, assim, em alguns poucos anos, de nômade primitivo a técnico alfabetizado. Num período posterior e igualmente breve, foi retribalizado pelos dos meios eletrônicos. O resultado é que a instrução que abandonou, o homem primitivo aceitou; a linguagem oral que ele rejeitou, o homem retribalizado aceitou. Por isso, naquele momento, para McLuhan, foi importante a compreensão, a causa e o processo. Propôs-se a desenvolver “um conhecimento consciente sobre os meios impressos e as mais recentes tecnologias da comunicação e *obter o máximo de cada uma no processo educacional*” (CARPENTER; McLUHAN, 1974, p. 16). Sem a compreensão de uma gramática dos meios de comunicação, seria impossível, segundo ele alcançar uma consciência contemporânea do mundo em que vivia.

A escrita evolui para estrutura fonéticas e culminaram na implantação do alfabeto. Embora isso aconteceu 4000 anos antes da era cristã, sua difusão só se verificou anos depois. A escrita não significava apenas instrumento de comunicação ou registro cultural; mas foi, antes de tudo, um símbolo de poder. Durante a fase tribal, o poder estava monopolizado pelos anciãos do patrimônio coletivo. Eram ao mesmo tempo detentores das informações sobre a vida material e porta-vozes a serviço da manutenção das tradições, no plano espiritual. O aparecimento da escrita significou potencialmente a acessibilidade de todos os indivíduos aos bens culturais da comunidade e, conseqüentemente, ameaçou a desarticulação do sistema de

autoridade. Por isso os governantes cercaram a difusão da escrita, a tornaram privilégio e constituíram castas de letrados (MELO, 1998).

Se a escrita desencadeou a destruição da vida tribal, a imprensa, como “fase extrema da cultura alfabética”, completou esse processo e proporcionou, segundo McLuhan, os instrumentos e oportunidades para o individualismo e a auto expressão na sociedade. O livro, primeiro produto da imprensa, acarretou uma revolução cultural, alargou a uma maior faixa de indivíduos os bens culturais acumulados. A cultura deixou de ser privilégio das elites e das classes dominantes. O próprio surgimento do livro acelerou o movimento da expansão educacional, ampliou consideravelmente a faixa dos alfabetizados e letrados (McLUHAN, 1973; MELO, 1998). “Quanto maior a amplitude do meio, mais expansiva será as possibilidades da educação” (MELO, 1998, p. 228).

A terceira fase, a retribalização, ocorreu em meados do século XX, quando a imprensa perdeu seu monopólio como meio de comunicação de massa e surgiram novos instrumentos capazes de superar fronteiras geográficas, linguísticas e culturais. A retribalização se constitui na constituição de uma aldeia global em que a televisão se tornou o veículo básico, institucionalizou a linguagem universal, ou seja, a imagem, linguagem da evidência (McLUHAN, 1973; MELO, 1998).

A linguagem impressa dominante do século XVII, foi entendida por McLuhan como um clichê que enterrou no inconsciente as imagens do coração. Já no seu mundo contemporâneo, o inconsciente foi recuperado e trazido para a percepção. Isso aconteceu tanto para a mente individual como para a coletiva. Esse “estremecimento metafísico” teve relação com a mudança do falado para o escrito, e, por isso, provavelmente, foi gerado também pelas novas tecnologias ambientais. A consciência individual móvel do homem condicionado pela palavra impressa se revestiu em “inércia tribal da multiconsciência. É mais ou menos semelhante ao que acontece quando um país desmobiliza ao fim de uma grande guerra” (McLUHAN, 1973, p. 20).

O planeta foi envolvido por um ambiente produzido pelo homem. Esse envolvimento foi produzido pelo Sputnik e os satélites. Eles terminaram com a natureza e tornaram “o globo um teatro” e seu repertório deve ser programado. O resultado dessa vivência dentro de “um arco de proscênio” formado por satélites foi

que os jovens aceitaram os espaços públicos da terra como áreas onde se representam papéis. Nesse sentido, adotaram, segundo McLuhan, vestuários e papéis e estão “sempre prontos “para fazer sua cena” em toda parte” (McLUHAN, 1973, p. 24). Desde que o Sputnik pôs o globo num “arco de proscênio” e a aldeia global se transformou em teatro global, o resultado foi o uso do espaço público para cada um fazer seu papel. Um planeta ambiental criado pelo homem não mais oferece objetivos ou metas para as nações ou os indivíduos. O próprio mundo se tornou uma sonda. No momento em que “o principal negócio do mundo é a espionagem, o segredo se torna a base da riqueza, como a mágica em uma sociedade tribal” (McLUHAN, 1973, p. 27).

Com os meios elétricos, o próprio homem ocidental começa sofrer exatamente a mesma inundação que atinge o remoto nativo. Não estamos mais bem preparados para enfrentar o rádio e a televisão em nosso ambiente letrado do que o nativo de Gana em relação à escrita, que o expulsa de seu mundo tribal coletivo, acuando-o num isolamento individual. Estamos tão sonados em nosso novo mundo elétrico quanto o nativo envolvido por nossa cultura escrita e mecânica (McLUHAN, 2001, p. 31).

Uma cultura tribal intimamente integrada não se submeterá facilmente à pressão separatista e individualista do visual, que levou à divisão do trabalho e a certas formas aceleradas, como a escrita e o dinheiro. Se o homem ocidental estivesse realmente disposto a não abrir mão de seus padrões fragmentados e individualistas, derivados da palavra impressa, em particular, teria de apagar de sua vida toda a sua tecnologia elétrica, desde o telégrafo. “O caráter implosivo da tecnologia elétrica faz girar para trás o disco ou o filme do homem ocidental, rumo ao núcleo da escuridão tribal” (McLUHAN, 2001, p. 131). O caráter instantâneo do movimento informacional elétrico, segundo McLuhan, não aumenta e sim envolve a família do homem num estado coesivo de vida aldeã.

Nesse contexto, o vocabulário prático de termos como “dar aula”, deveria ser substituída por “orientar um período de aprendizagem”. McLuhan, se refere à “aprendizagem” como uma expressão futurista que começou a ser uma expressão utilizada pela generalidade do magistério. A imprensa e os leigos, por exemplo, continuam a se referir ao ensino como algo que o professor transmite ao aluno. Ora,

isso está no interior da própria teoria da informação onde se verificou que ninguém informa ninguém; “o indivíduo informa-se” (LIMA, 1982, p. 36).

De acordo com Lima (1982), ao interpretar McLuhan, a psicologia social mostrou que o processo, para o profeta, de compreender, persuadir, ensinar não dependem das habilidades do “agente”, mas da atividade do “paciente”. Desse modo, ou o aluno está mobilizado e engajado na aprendizagem, ou não há “ensino” possível. A função do professor não é mais ensinar, mas mobilizar, engajar, motivar, é um *animador*. O ambiente sócio-cultural inteiro tirou o privilégio tradicional da escola e popularizou a informação. Sem informação como sua a especialização, a escola mudou sua função. Além disso, é possível a escola no trem, no navio, no ônibus, no avião. Na vida “exterior” é que se passou a buscar a matéria prima da educação. No céu repleto de satélites, na densa rede eletrônica que se emaranhou no ar, nas microondas que passaram a cruzar o espaço, nos telefones que ligam todos os lares, nos emissores e nos receptores dos veículos que transitam no mar, no ar, no solo e no subsolo. Todos esses meios não permitiriam a clausura do homem no lar. Tanto o senhor latifundiário como o intelectual solitário se tornaram público, mas público como foi na aldeia tribal (LIMA, 1982). “Teilhard de Chardin previa um adensamento populacional que produziria este resultado: esqueceu que a aldeia do futuro será resultado de um adensamento eletrônico, como profetiza McLuhan” (LIMA, 1982, p. 59). Essa não sintonia entre o mundo especializado, visual, e o mundo integral, auditivo, foi entendida por conter a chave para uma compreensão daquilo que a automação e a cibernética subentendem. “A era eletrônica da cibernética está unificando e integrando, enquanto a era mecânica foi fragmentadora e dissociativa” (McLUHAN, 2005, p. 78). Nas palavras de McLuhan,

[...] no fim da era neolítica, temos a Bomba como parte do ambiente do mundo. A Bomba não é uma coisa ou uma engenhoca. Não é algo que foi inserido na instituição militar, da mesma forma que a automação não é algo que agora está sendo inserido na instituição industrial. A Bomba, como a automação, é um novo ambiente que consiste numa rede de informação e circuitos retroalimentadores. Ao passarmos da era mecânica para a era eletrônica, passamos do mundo da roda para o mundo do circuito. E onde a roda era um meio ambiente fragmentador, o circuito é um processo ambiental de integração. A Bomba, como pura informação, consiste num saber

superior. É, por assim dizer, a extensão da universidade moderna em suas mais elevadas áreas de pesquisa, criando efetivamente um ambiente muito estanque (McLUHAN, 2005, p. 78).

As culturas humanas entendidas como sistemas cibernéticos responsivos, tornou o homem consciente de seus ambientes. Isto foi afirmado por McLuhan. “Nunca tivemos consciência de nosso ambiente até ele se tornar o conteúdo de um novo ambiente. A cultura na qual o homem vive consiste em estruturas baseadas em regras básicas das quais somos misteriosamente inconscientes” (McLUHAN, 2005, p. 78-79). Principalmente em seu tempo, quando a eletricidade se tornou, para ele, a extensão do sistema nervoso humano, um novo ambiente social (McLUHAN, 2005). Fato é que as grandes empresas queriam saber o tipo de mundo estavam criando para si. Elas estavam cientes de que as inovações tecnológicas criariam novos ambientes. Entretanto, esses ambientes eram imperceptíveis, salvo para o artista. Desse modo, se o empresário tivesse, de acordo com McLuhan, percepções que o capacitassem a ler a linguagem das artes, poderia controlar e prever todos os campos da educação, do governo e do *merchandising*. “Uma das ironias da era eletrônica é que o empresário deve ficar alerta e ser altamente treinado no mundo das artes. Um dos mistérios da cibernetização é que ela sempre se vê desafiada pela necessidade de simular a consciência” (McLUHAN, 2005, p. 80). Para o autor que concebeu a aldeia global, tende a simular atividades especializadas da mente do mesmo modo que as tecnologias simularam partes do corpo. Somente na cidade é que a imagem do corpo humano como uma unidade se tornou manifesta (McLUHAN, 2005). Uma cidade cibernetizada seria, então, a mente e o corpo humano simulados em unidade.

A extensão do sistema nervoso na tecnologia eletrônica foi uma revolução. Suas consequências foram proporcionalmente maiores que as anteriores, como a da invenção da roda. Por isso, faz a observação sobre o abandono escolar diante à confusão resultante da mudança súbita dos fatores ambientais. McLuhan diz que a criança comum que vive em um ambiente eletrônico, vive em mundo de sobrecarga de informação. Desde a infância ela se confronta com a imagem da televisão, com sua textura semelhante ao braille e seu caráter profundamente envolvente. Uma coisa típica da orientação retrospectiva e de hábito de encarar o novo através das lentes do velho seria o de entendermos a televisão como uma extensão das nossas

faculdades visuais. Ela é, para ele, muito mais uma extensão do sentido integrador e ativo do tato. “Qualquer momento de televisão propicia mais dados do que os que poderiam ser registados em uma dúzia de páginas de prosa” (McLUHAN, 2005, 83). As crianças, acostumadas a uma grande quantidade de dados em seus ambientes cotidianos, se veem diante uma contradição grave quando são introduzidas em salas de aula e currículos do século XIX, onde o fluxo de dados é pequeno. Esse choque ambiental pode anular a motivação na aprendizagem (McLUHAN, 2005, p. 84).

O entendimento que decorrer dessa observação é de que os alunos que abandonam a escola são os melhores da classe. Pois, eles dizem que preferem se envolver nos processos criativos de produção ao invés de se encontrar em processos com pacotes de dados. Para o profeta das mídias, as salas de aula e os currículos estão modelados conforme um ambiente industrial ultrapassado. A indicação feita para os novos procedimentos de aprendizagem não foi a absorção de dados classificados e fragmentados, mas o “reconhecimento de padrões, com tudo o que isso implica de percepção das inter-relações” (McLUHAN, 2005, p. 84). O paradoxo se refere ao fato de que foram criadas cidades que podem ser consideradas máquinas de ensino mais efetivas do que o sistema educacional formal. O ambiente se tornou mais rico. O tempo que o intelectual dos meios visualiza aquele que os ambientes serão programados, não mais os currículos (McLUHAN, 2005). A partir de seus estudos pesquisas e experimentos se concluiu que

[...] a observação e o teste, isto é, um ambiente comprometido como tal, tendia a mudar toda a situação do trabalho. Descobriu-se que o ambiente preparado para o aprendizado e o trabalho deve ser idealmente programado para novas percepções e descobertas. A sala de aula e o currículo do futuro deverão ter esse padrão de descoberta embutido a fim de atender ao potencial de movimento de informação melhorada. O mundo da cibernética oferece a possibilidade imediata de programar toda a educação para a descoberta e não para a instrução e a absorção de dados. Essa foi a grande descoberta de Maria Montessori, que constatou que o ambiente planejado operava maravilhas que iam muito além do nível do currículo planejado (McLUHAN, 2005, p. 84-85).

A proposta de McLuhan para a educação é a criação dos ambientes para a formação do homem conforme as tecnologias entendidas como extensões de seu

próprio corpo e mente. “Penso nas tecnologias como extensões de nosso próprio corpo, de nossas próprias faculdades, quer se trate das roupas, da habitação, quer se trate dos tipos mais familiares de tecnologias, como as rodas, os estribos, que são extensões de várias partes do corpo” (McLUHAN, 2005, p. 90). Daí adveio a necessidade de ampliar as capacidades humanas de forma que possa lidar com vários ambientes. “Essas amplificações de nossas capacidades, espécies de definições do homem, eu as defino como tecnologias. Elas criam ambientes” (McLUHAN, 2005, p. 90). Aqui se encontra um dos aspectos mais importantes de sua concepção. Toda tecnologia faz ao mesmo tempo um rearranjo de padrões de associação humana e cria um novo ambiente nem sempre notado. Qualquer meio, então, seja ele o rádio ou televisão, está predisposto a criar um novo ambiente humano (McLUHAN, 2005). Essa pressuposição lhe permite fazer a seguinte incursão:

Se o papel natural do sistema de circuitos é a profundidade e um envolvimento e responsabilidade crescentes, diríamos que ele não requer um grande aumento da autonomia e da consciência humanas. Acho que, se existe uma lógica, e parece haver uma lógica auspiciosa, essa lógica é a completa disseminação de todos os aspectos inconscientes de nossa vida; para vivermos com nós mesmos nessa profundidade, nessas situações de feedback instantâneo, teremos de entender tudo para que a nossa complacente acomodação ao inconsciente não possa perdurar; teremos de assumir a totalidade do ambiente humano como um artefato (McLUHAN, 2005, p. 108).

A utilização das artes no que elas têm de melhor, nesse sentido, seria uma forma de aumentar a percepção do ambiente. Sem ela não se tem consciência. Ou melhor, era preciso desenvolver a habilidade total para converter o próprio ambiente numa obra de arte, ou seja, “de percepção transcendente”, essa é a lógica dessa forma. A programação de ambientes como artefatos, como obras de arte, é algo para o qual as pessoas, conforme McLuhan, estão caminhando juntas. Por isso cita como exemplo os próprios planejadores urbanos, seus intentos foram de moldar o ambiente total como um artefato ao invés de se limitarem a introduzir artefatos nos ambientes. “A necessidade de nos tornarmos inteiramente autônomos e cômicos de todas as consequências de tudo o que estamos fazendo antes que as

consequências sobrevenham, eis para onde estamos indo” (McLUHAN, 2005, p. 109).

Estes últimos aliados aos publicitários e artistas capazes de reproduzir infinitamente sua arte, consideram que a criança é a “criança mais trabalhadora que já houve em toda a história humana” (McLUHAN, 2005, p. 116). Aqui, processar dados é trabalho, e, no ambiente de informação do século XX, elas têm de processar mais dados do que qualquer ser humano em qualquer cultura anterior. Desde a infância estão empenhadas em um trabalho extraordinariamente difícil. Além disso, elas têm o trabalho de crescer, pois crescer no ambiente eletrônico moderno é uma tarefa que ameaça privar as pessoas de sua identidade, de seu próprio conceito. Para McLuhan, por incrível que pareça, uma das características peculiaridades do ambiente eletrônico é que as pessoas ficam tão profundamente envolvidas umas com as outras que acabam perdendo o senso de identidade privada devido ao envolvimento profundo que esse ambiente exige (McLUHAN, 2005). Tanto o trabalho quanto a escola se encontram, dessa maneira, no processo do ambiente produzido pelas tecnologias eletrônicas. O trabalho se tornou um processamento de informação enquanto à escola foi atribuída uma nova função.

Uma maneira de expressar isso consiste em dizer que, pela primeira vez na história humana, existem mais informações e dados fora da sala de aula ou da escola do que dentro delas. A notável quantidade de níveis de informação que existe fora da sala de aula, no ambiente, excede de longe o montante de dados e informações existentes dentro dela. [...] No passado humano comum, o conhecimento e a informação eram maiores dentro da sala de aula do que fora dela. Com a inversão espetacular dessa situação, dir-se-ia que é possível que a função da escola também se tenha invertido, que a função da escola já não seja instruir, mas descobrir. E a função do estabelecimento de ensino é treinar a percepção do ambiente exterior em vez de meramente reproduzir informação e introduzi-la nos crânios dos alunos dentro do ambiente (McLUHAN, 2005, p. 127).

Um meio de comunicação cria um ambiente. Para o teórico dos meios, um ambiente é também um processo, não é um invólucro. “É uma ação e atuará sobre os nossos sistemas nervosos e nas nossas vidas sensoriais, modificando-os por inteiro” (McLUHAN, 2005, p. 129). As artes medievais já permitiam que o público se aproveitasse do senso de comunidade e envolvimento festivo. Em contraste com as

artes modernas, esse aspecto não foi concedido em termos de vida privilegiada de elite. O que aconteceu foi a programação do ambiente. A arte significou para os artistas medievais a lida com o próprio ambiente, como se ele fosse uma obra de arte. Para McLuhan é esse um dos significados da *pop art*. Ela não é um aspecto superficial de uma demanda produtiva de massa, mas o reconhecimento de que o próprio ambiente exterior pode ser processado como arte. E isso, diz ele, “é um fenômeno eletrônico, pois só numa era de imediatismo e totalidade eletrônica se poderia pensar em tratar a totalidade do ambiente humano como uma obra de arte. Isso está acontecendo conosco” (McLUHAN, 2005, p. 130). A *pop arte* foi dessa maneira entendida como um aviso à nação de que esse evento está ocorrendo e de que a preparação para ele deveria se iniciar. Embora se referiu à arte em sua expressão *pop*, comercial, que o autor tinha em vista era o poder eletrônico de exteriorizar não somente a mente, mas, inconsciente humano.

O nosso novo poder elétrico permite-nos exteriorizar o inconsciente como um ambiente convencional que experimentamos inconscientemente. Cria-se assim uma nova ponte ou fronteira entre o consciente e o inconsciente. Uma das coisas mais anárquicas, e para qualquer adulto sumamente perturbadoras, do nosso tempo é esse súbito aparecimento de um mundo no qual tudo o que o homem já foi ou conheceu está no exterior, como parte do ambiente humano. Isso é muito semelhante ao inconsciente, e confrontar o inconsciente como um fato ambiental é como confrontar ou afrontar a anarquia (McLUHAN, 2005, p. 161).

Esse é o sentido de falar em um sentido para o fato de o Canadá, enquanto fornecedor de tecnologia e energia elétrica para os EUA, exercer também um papel no mundo da arte ao poder tornar visível o ambiente americano. Ambiente que, na verdade, é um processo, criado pelo homem e que estava se tornando um ambiente mundial. Afinal, à medida que os Estados Unidos se tornaram um ambiente mundial, diga-se, um modo de produção, um processo de construção, alguns meios foram necessários para torná-lo visível, apreciado e criticado (McLUHAN, 2005, p. 165). A questão que permeia tal preocupação com esse processo não outra coisa, senão o ensino. Pois,

[...] esse tipo de ambiente de que dispomos, um ambiente de informação, eletricamente programado, converte todo o planeta numa máquina de ensinar, numa máquina de ensinar produzida pelo homem. O planeta é agora um ambiente criado pelo homem. É nesse tido de virada ou inversão que estamos vivendo. O velho homem tribal tinha uma consciência que era coletiva. Agora estamos começando a ter uma consciência privada pela primeira vez na história humana. O planeta como uma máquina de ensinar produzida pelo homem oferece-nos uma consciência inclusiva que é ao mesmo tempo privada e tribal – algo nessa direção – e é um tipo de desenvolvimento que está carregado de mais poder de crescimento e significação. Um dos resultados do ambiente de informação produzido pelo homem e convertido em máquina de ensinar é que o público se tornou uma força de trabalho. Em vez de estar ali como um consumidor passivo, o público transformou-se cada vez mais em força de trabalho. Isso costumava ocorrer simplesmente na forma de pesquisas de opinião pública. No entanto, mesmo as pesquisas de opinião pública são uma maneira de usar o público como força de trabalho. Também a urna eletrônica e a cabina eleitoral representam uma tentativa de mobilizar o público como força de trabalho, como energia criativa no governo (McLUHAN, 2005, p. 180-181).

Ademais, isso significa que o ambiente de informação envolve automaticamente a todos na tarefa de aprender, pois o usuário de um programa de rádio, de um jornal ou de um anúncio está ajudando no processo da comunidade tanto quanto os que se encontram numa sala de aula ou numa linha de montagem. Quando se assiste a uma peça ou a um jogo de futebol, trabalha-se pela comunidade. Os paradoxos e contradições aparentes são causados pela velocidade eletrônica em que todas as facetas das distintas situações são apresentadas. A causa é a simultaneidade. Uma revolução que já fora descrita em termos mais radicais como *desescolarização*, tema trabalhado por Ivan Illich (1926-2002) em sua obra **Sociedade sem Escola** (1970)⁸. Como a informações se encontra mais fora do que dentro da escola, para Illich basta que se feche as portas da escola. Os jovens obterão sua educação no ambiente geral. Entretanto, McLuhan chama atenção para o fato que Illich não consegue ver que, a partir desse momento histórico da era eletrônica, se tornou possível “fazer das escolas não um lugar para informação empacotada, mas um lugar para o diálogo e a descoberta” (McLUHAN, 2005, p. 241). A informação passou a ser totalmente ambiental e instantânea, o que impossibilitou os monopólios de conhecimento ou especialização. Fato que é inquietador, exceto para os conglomerados que surgiriam a partir de então, para

⁸ Publicado no Brasil pela Editora Vozes no ano de 1973.

quase todas as instituições. Foram perdidos os monopólios de conhecimento e especialização e isso ficou registrado, acentuou McLuhan (McLUHAN, 2005).

Nos anos de 1950 e de 1960, quando o poderio tecnológico tomou conta do “ambiente global a fim de ser manipulado como o material da arte, a natureza desapareceu como natureza-poesia”. Nesse mesmo momento, a eficácia da sala de aula, em sua nova função, promoveu o declínio da cultura do livro. “Assim como Erasmo via a sala de aula como o novo palco para o drama da imprensa, verificamos hoje que a situação nova que se oferece igualmente aos jovens e velhos é a sala de aula sem paredes” (McLUHAN, 2011, p. 168). Conforme asseverou McLuhan em seus textos, todo o ambiente urbano se tornou pedagógico, pois tudo e todos tem uma mensagem a declarar e um fio a ligar a outro. O circuito foi delineado em um arranjo global. Na aldeia global, o homem retribalizado foi, na verdade, cibernetizado.

As preocupações de McLuhan estiveram em torno dessa situação “perturbadora” da sociedade causada pelos meios de comunicação eletrônicos em que professores encararam os novos meios mais como passa tempo e diversão do que como educação. Diferente dos estudantes, estes sabiam que o livro também fora no passado considerado um entretenimento “frívolo”. “Apontem-me um clássico que não tenha sido primeiro considerado um entretenimento superficial” (McLUHAN, 1974, p. 18). Essa percepção dos alunos e professores indicam, a partir de uma ‘exploração analítica’, uma das estratégias básica da cultura destinada à sala de aula. O livro, quando apareceu, representou ameaças aos processos orais de ensino e criou a aula de então. “Em vez de elaborar o seu próprio texto, o seu próprio dicionário, a sua própria gramática, o estudando recorreu a esses instrumentos. Podia estudar não uma, mas numerosas línguas” (McLUHAN, p. 19). Do mesmo modo, os novos meios representam ameaças aos métodos tradicionais. A essas ameaças são dadas respostas que evidenciam os efeitos infelizes do cinema e da televisão, como rejeitam a sala de aula. Entretanto, na concepção de McLuhan as características em forma e conteúdo desses novos meios, ao lado de outras espécies de arte e narrativa, poderiam ser convertidas em aquisições para os professores. Afinal, o importante é onde se encontra o interesse do estudante. Onde este estiver focalizado, aí se encontrará a elucidação para outros problemas. A tarefa educativa deve fornecer, não somente instrumentos de percepção, mas

desenvolver a “capacidade de julgamento e discriminação” através da experiência social corrente, não dos livros e aulas.

Ser articulado e perspicaz a respeito das questões e informações correntes é a marca que distingue um homem educado. É ilusório supor que existe qualquer diferença básica entre entretenimento e educação. Essa distinção apenas serve para aliviar as pessoas da responsabilidade de aprofundarem o problema. É como estabelecer uma distinção entre poesia didática e lírica, com o fundamento de que uma ensina e a outra diverte ou dá prazer. Contudo, sempre foi verdade que tudo o que agrada ensina mais eficientemente (McLUHAN, 1974, p. 19-20).

Mais uma vez a simultaneidade é reclamada como causa e seus efeitos devem ser aceitos pois ela obrigou a focalizar o que foi feito. “A simultaneidade é a forma de imprensa ao tratar da Cidade Terrena. Simultaneidade é a fórmula para escrever tanto novela policial como um poema simbolista. São derivados (um “baixo” e um “alto”) da nova cultura tecnológica” (McLUHAN, 1974, p. 218). As comunicações de massa foram entendidas como extensões dos mecanismos de percepção humana, imitadores de modos de compreensão e discernimento. Por meio dessas extensões a cultura tecnológica, na forma de jornal, em mosaico, corresponde a estruturação em padrões que correspondem aos trabalhos do físico e do matemático. Os novos meios incluem a imprensa e têm seus próprios pressupostos como formas artísticas. Assim para essas novas comunicação não devem ser entendidas como métodos que se relacionam com o “antigo” mundo real, elas são o próprio mundo real e remodelam o antigo mundo. As novas comunicações não podem realizar as tarefas dos antigos meios de comunicação, como querem os representantes da cultura oficial. “Mas o veículo sem cavalos não faz o trabalho do cavalo; aboliu o cavalo e faz o que este nunca poderia fazer. Os cavalos são admiráveis; os livros também” (McLUHAN, 1974, p. 220). Uma metáfora expressiva quanto a qualidade dos livros em uma sociedade que já não precisa mais dele, senão enquanto mais um produto estético na prateleira. As metáforas de McLuhan não param. Assim também foi com a própria cidade. A metrópole é a sala de aula e os anúncios são os seus mestres. Mas, ainda assim, a sala de aula seria uma forma de reclusão. Define em sua concepção que as novas comunicações não são mediações entre o homem e natureza, mas a própria natureza. Atingimos seu

mais alto grau de evolução e temos de nos adaptar a ela. Uma vez que a mecanização criou a sala de aula, a educação das massas, a imprensa, o telégrafo e a linha de montagem original, ao “ultrapassarmos a escrita, recuperamos a nossa totalidade, não num plano nacional ou cultural, mas cósmico. Evocamos um homem supercivilizado, subprimitivo” (McLUHAN, 1974, p. 247).

De acordo com McLuhan foi uma “programação instantâneo-simultânea” que sucedeu o mundo da linha de montagem. Esse tipo de programação é familiar ao mundo da IBM que tornou possível incluir todos os programas de linha de montagem de uma empresa em *chips* transistorizados. Essa trajetória teve implicações diretas com o modo de pensar humano. O modelo sugerido por Vannevar Bush (1890-1974) foi recuperado por McLuhan. Com a passagem das velocidades de sequência para o *hardware* vem a passagem da escala de *hardware* para a programação de *software*. “A passagem da quantidade do *hardware* para a do *software* em nenhum lugar é mais espetacular do que na biblioteca por micropontos inventada por Bush para uso dos astronautas” (McLUHAN, 2005, p. 236). Essa biblioteca possibilitou incluir uma quantidade infinita de volumes impressos em forma processual. Retomemos as palavras do próprio Vannevar Bush,

Sabemos que quando o olho vê, toda a informação consequente é transmitida ao cérebro por meio de vibrações elétricas no canal do nervo ótico. Esta é uma analogia exata com as vibrações elétricas que ocorrem no cabo de um sistema de televisão: elas transmitem a imagem das fotocélulas que a levam para o radiotransmissor através do qual é feita a emissão. Sabemos ainda que se nos aproximarmos do cabo com os instrumentos apropriados, não precisamos tocá-lo. Podemos receber essas vibrações por indução elétrica e então descobrir e reproduzir a cena sendo transmitida, exatamente como se faz o grampo no fio do telefone (BUSH, 2011, p. 31).

Para o físico americano, funcionário, nos anos de 1910, da *General Elctric*, no mundo exterior, as formas de inteligência, todas elas, seja de som ou visão, puderam ser reduzidas em circuitos elétricos à forma de correntes variáveis para que pudessem ser transmitidas. Desse modo, foi possível entender a própria moldura humana, na qual acontece o mesmo tipo de processamento. Os movimentos mecânicos entre um fenômeno elétrico e outro não garantem o contato com a realidade imediata. O espírito dos homens, diz ele, precisa revisar seu passado

sombrio em que precisou mecanizar seus registros. Por mais sugestivo que tal procedimento seja, ele se limita muito devido à sua limitada memória. Precisa readquirir o privilégio de esquecer as inúmeras coisas, mas proceder em suas explorações de modo que possa recuperar, com segurança, quando precisar esses dados que esqueceu. Isso o coloca diante procedimentos novos que os circuitos elétricos podem oferecer o modo de proceder, ou seja, a recuperação de dados por associação. Deve alterar seu modo de pensar de uma forma linear para essa forma associativa que os circuitos elétricos produziram (BUSH, 2011)⁹.

Esse é para McLuhan um dos aspectos principais do que ele reconheceu como era elétrica. Ela estabeleceu uma rede global que tem semelhanças com nosso sistema nervoso central. Pensar linearmente é proceder como homem do passado. O sistema nervoso central, embora não seja apenas uma rede elétrica e constitua um campo único e unificado da experiência, é um lugar de interação. Assim como, diz ele, os biólogos apontaram, as impressões e experiências se intercambiam e se traduzem, o que permite ao homem reagir ao mundo como um todo.

Naturalmente, quando a tecnologia elétrica entra em ação, as operações da indústria e da sociedade, por variações amplas que sejam, rapidamente assumem uma posição unificada. Mas esta unidade orgânica da interprocessos, que o eletromagnetismo inspira nas mais diversas e especializadas áreas e órgãos de ação, está no pólo oposto da organização numa sociedade mecanizada. A mecanização de qualquer processo se atinge por fragmentação, a começar pela mecanização da escrita mediante tipos móveis e que já mereceu nome de “monofratura da manufatura” (McLUHAN, 2001, p. 390).

A automação, ou cibernetização, opera com todas as unidades e componentes do processo industrial e mercadológico exatamente como o rádio ou a televisão combinam com os indivíduos de uma audiência num novo interprocesso. A

⁹ “Nascido em Massachusetts em 1890, licenciou-se em engenharia dando aulas de matemática para custear as despesas do curso. Depois de concluir a licenciatura em 1913, foi trabalhar para a General Electric, voltando pouco depois à universidade para fazer o doutorado. Durante a Primeira Guerra, desenvolveu investigações na indústria do armamento, designadamente no campo da detecção magnética de submarinos. Após o término da guerra, definiu o departamento de engenharia eletrotécnica no MIT. Em 1937 foi nomeado presidente no *Carnegie Institute*. Durante a Segunda Guerra fundou o *National Defense Research Committee* (NDRC), cuja missão era congregar tarefas de cientistas, militares, governantes e empresários na pesquisa e investigação no setor militar. Morreu em 1974, poucos anos antes do surgimento da World Wide Web” (BUSH, 2011).

nova espécie de inter-relação que se observa na indústria e no mundo do entretenimento é o resultado da velocidade elétrica instantânea. A nova tecnologia elétrica produziu a extensão do processamento instantâneo do conhecimento mediante aquela inter-relação que há muito se manifesta em nosso sistema nervoso central. Essa mesma velocidade que constitui a “unidade orgânica” e que acaba com a era mecânica que atingira alta velocidade com Gutenberg (McLUHAN, 2001). A automação trouxe uma real “produção em massa”.

Aprender este fato é indispensável à compreensão da era eletrônica – e da era da automação, em particular. Energia e produção tendem agora a fundir-se com a informação e o aprendizado. O mercado e o consumo tendem formar um corpo único com o aprendizado, o esclarecimento e a absorção de informação. Tudo isto faz parte da *implosão* elétrica que agora se segue e sucede aos séculos de explosão e de especialização crescente. A era eletrônica, literalmente, é uma era de iluminação e esclarecimento. Assim como a luz é, ao mesmo tempo, energia e informação, assim a automação elétrica une a produção, o consumo e o ensino num processo inextricável. É por isto que os professores já constituem o maior grupo de funcionários da economia dos Estados Unidos – podendo vir a tornar-se o único grupo (McLUHAN, 2001, p. 393).

O mesmo processo de automação que provocou uma retirada de força de trabalho da indústria fez com que o próprio aprendizado se transformasse na principal espécie de produção e consumo. O aprendizado pago se transformou tanto no emprego como na fonte dominante de novas riquezas. Este é o novo papel dos homens na sociedade, enquanto que a velha ideia mecânica de “emprego”, por ser uma tarefa fragmentada ou vaga especializada para “trabalhadores”, perde o sentido sob regime da automação (McLUHAN, 2001).

A eletricidade impele a fazer correr o desenvolvimento mecânico da frente para trás, pois tende a produzir a reversão desse desenvolvimento. A mecanização depende do estilhaçamento de um processo em partes homogêneas mas não relacionadas. A eletricidade unifica esses fragmentos novamente pois a sua velocidade de operações exige um alto grau de interdependência entre todas as fases de uma operação. “Esta aceleração e interdependência elétricas acabaram com a linha de montagem na indústria” (McLUHAN, 2001, p. 395).

Esse processo se deve ao fato de que o aperfeiçoamento da máquina, ao torna-la automática está envolvido com a realimentação, o *feedback*. Essa realimentação significou, nas análises de McLuhan, introduzir um circuito, ou *loop*, informacional onde antes se tratava de um fluxo unidirecional, ou seja, uma sequência mecânica. O *feedback* significou o fim da linearidade introduzida no mundo ocidental pelo alfabeto e pelas formas contínuas do espaço euclidiano. O *feedback*, que pode ser também entendido como o diálogo entre o mecanismo e sua ambiência, acarretou o entrelaçamento de máquinas “isoladas numa galáxia de máquinas que toma conta de toda a planta ou *layout* da fábrica. Daqui deriva de um novo entrelaçamento entre plantas isoladas e fábricas, no sentido de toda uma matriz industrial dos materiais e serviços de uma cultura” (McLUHAN, 2001, p. 397). Este último estágio se deparou com um mundo de diretrizes, o trato do complexo industrial como um sistema orgânico afetou o mercado de trabalho, a segurança, a educação e a política (McLUHAN, 2001).

Tudo o que antes era conseguido mecanicamente, por meio de grande empenho e coordenação, agora é obtido eletricamente sem maiores esforços. Daí o espectro do desemprego e da ausência de propriedade na era da eletricidade. A riqueza e o trabalho se tornam fatores informacionais e estruturas totalmente novas se tornam necessárias para dirigir um negócio e relacioná-lo aos mercados e às necessidades sociais. Com a tecnologia elétrica, os novos tipos de interdependência e interprocesso instantâneo que comandam a produção ingressam também nas organizações sociais e de mercado. Por esta razão, o mercado e o ensino projetados para serem atendidos pelos produtos do trabalho servil e da produção mecânica, já não são mais adequados. Há muito tempo já que a nossa educação está marcada pelo caráter fragmentário e parcelado do mecânico. E sofre agora a pressão crescente das forças que a impelem para a profundidade e a inter-relação indispensáveis no mundo de-uma-vez da organização elétrica (McLUHAN, 2001, p. 400-401).

Na concepção do autor canadense, a automação tornou obrigatória a educação liberal. Segundo ele, a “era elétrica” produziu os servomecanismos e liberou os homens dessa servidão mecânica e especializada de uma era anterior, maquinizada. Da mesma forma que a máquina e o automóvel liberaram o cavalo e o projetaram ao plano do entretenimento, a automação procedeu em relação aos homens e exigiu deles uma participação imaginativa na sociedade na forma de auto-emprego. Foi isso que permitiu a percepção das rotinas monótonas dos

procedimentos mecânicos. Como a história cultural demonstra em sua perspectiva, o homem coletor de comida teve de assumir tarefas que contavam com posições fixas e sedentárias. Por isso se especializou e com o desenvolvimento da escrita e da imprensa marcou uma fase importante desse processo. Entretanto, por isso mesmo, se tornaram especializados em separar “os papéis do conhecimento dos papéis da ação” (McLUHAN, 2001, p. 401). Foi com a eletricidade e a automação que a tecnologia dos processos fragmentados se fundiu com o próprio diálogo humano a necessidade da unidade humana considerada integralmente.

De repente, os homens passaram a ser nômades à cata de conhecimentos nômades como nunca, informados como nunca, livres como nunca do especialismo fragmentário, mas envolvidos como nunca no processo social total: com a eletricidade, efetuamos a extensão de nossos sistema nervoso central, globalmente, inter-relacionando instantaneamente toda a experiência humana. Já acostumados a esta situação pela leitura das notícias sobre a Bolsa de Valores e das notícias sensacionais de primeira página. A indústria, como um todo, tornou-se uma unidade de cálculo, o mesmo se dando com a sociedade, a política e a educação consideradas como globalidade (McLUHAN, 2001, p. 402).

Por isso, a automação de uma fábrica ou de um conjunto industrial inteiro deve fornecer um modelo para as mudanças que devem acontecer na sociedade por força da mesma tecnologia elétrica. Desse modo que o ato de assistir à televisão foi tomado como um ato de participação, afinal, quem assistiu a televisão deve preencher as lacunas entre as imagens transmitidas. A cibernetização significou a constituição da autonomia e descentralização nos negócios humanos. O que se espera, então, é a produção de artigos sob encomenda para a autonomia e a profundidade na aprendizagem. A sugestão feita por McLuhan para exemplificar essa transformação foi a relação com mundo da ética e da religião. Diz ele que o movimento ecumênico e litúrgico da época tem a ênfase no pluralismo e aguçou a participação. São tendências culturais resultantes da tendência cibernética de produção de artigos sob demanda. Esse fato representa a consciência coletiva e a experiência inclusiva da humanidade, tanto passada quanto presente, de um padrão místico (McLUHAN, 2005).

Toda a propaganda em favor do primitivismo parecer ter chegado a nossos lares para alojar-se de maneira espetacular, e esse bombardeiro foi propiciado pela nova tecnologia. Vivemos hoje miticamente. Continuamos a pensar nos velhos padrões racionais das tecnologias mais antigas. Mas de repente somos forçados a viver em sistemas tão complexos, tão comprimidos e de tão alta velocidade que nos voltamos para os padrões míticos (McLUHAN, 2005, p. 96-97).

A preocupação dos publicitários se tornou, então, o que o público está extraindo disso. Diante essa preocupação McLuhan se propôs a oferecer esclarecimento por meio da ideia de *feedback*, afinal, nesse circuito, estar envolvido significa participar da própria participação de um público, é um produto natural do sistema. Sob as condições elétricas tudo entrou em circuito. “Você se volta para si mesmo. Sua auto-imagem muda por completo” (McLUHAN, 2005, p. 100). A partir dessa alteração produzida pelos circuitos é que falou sobre o trabalho. Para ele, inclusive, tem muito pouco haver com emprego assalariado e legalmente prescritos por contratos. O trabalho, diante essa imagem que se volta sobre si mesma, é mais uma atividade em relação com a descoberta e com o envolvimento em processos a tal ponto em que o próprio trabalho consistirá no saber. O futuro do trabalho como saber, corresponde para ele, no futuro da identidade como envolvimento. Ao contrário dos antigos trabalhos como ocupações, encontramos na concepção de McLuhan, o trabalho como o exercício de papéis no teatro global (McLUHAN, 2005).

A estranha dinâmica ou padrão da informação eletrônica consiste em envolver o público cada vez mais como parte da força de trabalho, em vez de apenas lhe atirar coisas como objetos de consumo ou entretenimento. A tendência é envolver o público como força de trabalho, como fazem com as torradeiras elétricas, os barbeadores elétricos, qualquer coisa elétrica. Você faz o trabalho. E estamos chegando a isso. Tempo virá em que será possível informar o público da televisão ou de formas similares sobre os grandes problemas da física, da ciência, seja o que for, e convidá-los a dar sua resposta a esses problemas por cartões IBM distribuídos em supermercados e lojas (McLUHAN, 2005, p. 121).

Essas possibilidades de trabalho, que a automação da sociedade pelos circuitos cibernéticos abriu, definem uma outra tendência desse sistema. Uma característica particular da tecnologia eletrônica: a oferta de serviços descentralizados sob a medida do cliente. Os professores já conheceram essa

tendência quando começaram a produzir seus próprios livros, para suas classes específicas e projetados para as necessidades de uma classe em particular. As implicações desse mundo da tecnologia elétrica e dos circuitos foi o envolvimento do público como uma força de trabalho. Esse trabalho pode ser evidenciado, segundo ele, enquanto esse desenvolvimento está ocorrendo, uma vez que, na produção de um mundo de entretenimento, os espectadores classificam o programa e propiciam índices de audiência (McLUHAN, 2005).

A questão educacional na concepção mcluhaniana se assenta em uma problemática em torno do sistema educacional. Ela parte da análise de que não foi desenvolvido um sistema educacional programado para treinar a percepção do mundo exterior. A passagem para essa atividade produzirá um tipo de choque ou trauma que pode ser superado tendo em vista o público acostumado com o entretenimento, acostumado a perceber essa exterioridade. Principalmente “as crianças em nosso sistema escolar atual dispõem de recursos informacionais de nível muito elevado tanto em seus próprios sistemas nervoso e constitucional como no mundo que lhes é imediatamente acessível” (McLUHAN, 2005, p. 127). Quando chamou a atenção para esse fato, McLuhan tinha em vista a própria natureza da publicidade. Afinal, o entretenimento e a publicidade, ou o entretenimento na publicidade, compõem elementos importantes da educação no ambiente produzido pelos meios de comunicação eletrônicos. Segundo ele,

Na publicidade moderna vai-se tornando cada vez mais um substituto do produto. Dados os seus ricos recursos e meios de motivação sensível, a publicidade moderna pode nos proporcionar o efeito de praticamente qualquer coisa sem que precisemos nos dar ao trabalho de ter a coisa. [...] E a isso se chama arte abstrata não-objetiva. Ora você a vê, ora não vê. Os artistas costumam passar por esses processos cinquenta anos ou mais antes que os engenheiros se dêem conta deles. [...] A publicidade está se dirigindo pura e simplesmente para um mundo onde o anúncio se tornará um substituto do produto, e todas as satisfações decorrerão informacionalmente do anúncio, enquanto o produto será um mero número de arquivo (McLUHAN, 2005, p. 134-135; 141).

Chagamos, então, a um dos aspectos mais importantes da concepção de McLuhan, segundo a análise aqui proposta. Demonstra a constituição da própria realidade pela imagem e a própria imagem como objeto de circulação no sistema

cibernético no processo de construção do ambiente artificial da cultura eletrônica. A imagem por representação é um simulacro, seja pintura, escultura, imagem no espelho ou música. Um simulacro. Em outras palavras, “o simulacro é um duplo, porque é imagem de uma coisa percebida” (CHAUI, 2014, p.121)¹⁰.

Por meio dele, a percepção de uma coisa passa à sua representação ou a sua reprodução em imagem. A reprodução para nossos órgãos perceptivos da figura e as qualidades que uma coisa emite se dá por meio dessa película (ou *simulacrum*). Elas se desprendem das coisas e ficam soltas produzindo sensações quando encontram nosso corpo. Para Chauí (2014) podem se deformar de duas maneiras. Na primeira, se encontram películas de coisas diferentes e se deformam. Na segunda, pelo encontro das películas que chegam até nós com aqueles que já estavam em nós. Nesse caso, todas se deformam. Temos, então, uma passagem do simulacro entendido como cópia das coisas ao simulacro entendido como *fantasma*: “nossa fantasia (a imaginação) compõem imagens reunindo as imagens novas que nos chegam e as que já estavam em nós. (CHAUI, 2014, p. 122)”. Essas dão forma às imagens fantásticas de coisas e seres inexistentes que nos assustam e espantam. Elas se mantêm sob a forma de crenças que podem nos causar medo. Do medo provém superstição, de modo que o poder que daí emana permite a alguns exercer domínio sobre outros pela manipulação de suas crenças. Esse é um segundo sentido que o simulacro pode conter, ou seja, o de tomar aparência de, simular, dissimular, fingir, enganar. “É aqui que vem exercer o poder da mídia, que emite e manipula fantasmas” (CHAUI, 2014, p. 123).

Para muitos, o maior malefício trazido à cultura pelos meios de comunicação de massa têm sido a banalização cultural e a redução da realidade à mera condição de espetáculo. Não cremos que a dimensão do espetáculo tenha sido criada pela comunicação de massa nem que o espetáculo, enquanto tal, seja um malefício para a cultura, pois é próprio da obra e de pensamento e da obra de arte oferecer-se expor-se ao pensamento, à sensibilidade e à imaginação de outrem para que lhes confira sentido e as prossiga. Espetáculo e especulação possuem a mesma origem e estão ligados à ideia do conhecimento como operação do olhar e da linguagem. A cultura

¹⁰ Simulacrum é uma palavra latina derivada de *similis*, que significa “o semelhante”. De *similis* vem o verbo *simulare*, que significa “representar exatamente”, “copiar”, “tomar a aparência de”; este último sentido leva o verbo a significar também “fingir”, “simular”. Ou seja, *simulacrum* pode significar uma representação ou cópia exata de alguma coisa percebida ou o oposto disso, isto é, um fingimento, uma simulação. (CHAUI, 2014, p. 121)

está impregnada de seu próprio espetáculo, do fazer ver e do se deixar ver. A questão, portanto, não se coloca diretamente sobre os espetáculos, mas com o que sucede ao espetáculo quando capturado, produzido e enviado pelos meios de comunicação de massa (CHAUI, 2014, p.131).

O entretenimento e a publicidade estão diretamente subordinados a essas demandas da produção de mercadorias espetaculares. Aconteceu uma transmutação da cultura sob as condições das mídias eletrônicas. McLuhan mesmo evidenciou isso. Entretanto, tem em vista o entretenimento e essa transmutação do trabalho cultural, das obras do pensamento, das obras de arte, dos atos cívicos e religiosos e das festas se restringe a ele. O entretenimento tem sua característica principal no repouso, em deixar passar o tempo livre como um tempo nosso. Está relacionado ao tempo biológico de recuperação de forças físicas e psíquicas. Ele é uma dimensão da cultura quando tomado em sentido antropológico “pois é a maneira como uma sociedade inventa seus momentos de distração, diversão, lazer e repouso” (CHAUI, 2013, p.137). Por isso, deve outrossim, ser tomado enquanto algo diferente da cultura no momento em que esta é entendida como trabalho criador e expressivo do pensamento e da arte (CHAUI, 2014).

McLuhan não faz essa distinção. Para que fique mais clara, consideramos, a partir da análise de Chaui (2013), traços da cultura que a afastam do entretenimento. Num primeiro momento, o trabalho é um movimento de criação do sentido, quando a obra de arte e a de pensamento capturam a experiência do mundo dado para interpretá-la, criticá-la, transcendê-la e transformá-la. Em segundo, é a ação para dar a pensar, dar a ver, dar a refletir, a imaginar e a sentir o que se esconde sob as experiências vividas ou cotidianas, transformando-as em obras que as modificam porque se tornam conhecidas. Em terceiro, em uma sociedade de classes, de exploração, dominação e exclusão social, a cultura é um direito do cidadão, direito de acesso aos bens e obras culturais, direito de fazer cultura e de participar das decisões sobre a política cultural (CHAUI, 2014). Com a imagem da cultura de massa, ou produto cultural comercializado, os meios de comunicação não compreendem esses traços da cultura.

Sob a ação dos *mass media*, as obras de pensamento e de arte correm vários riscos, como: (1) passar de expressivas e reprodutivas

e repetitivas; (2) do trabalho da criação a eventos para consumo; (3) da experimentação do novo a consagração do consagrado pela moda e pelo consumo; (4) de duradouras a parte do mercado da moda, passageiro, efêmero, sem passado e sem futuro; (5) de formas de conhecimento que desvendam a realidade e instituem (p.138) relações com o verdadeiro a dissimulação, ilusão falsificadora, publicidade e propaganda (CHAUI, 2014, p. 137-138).

O que a cultura faz, abstraída da realidade trabalho e da produção, enquanto cultura de massa é se apropriar das obras culturais para consumi-las e transformá-las em simulacros. O simulacro, como parte do espetáculo, se põe como entretenimento. Desse modo, os meios de comunicação de massa transformam toda a cultura, fruto do trabalho humano, em entretenimento, mercadoria. Assim se define o mercado cultural. O entretenimento está para a propaganda, assim como a propaganda está para os meios de distribuição, como trabalho não produtivo incluído na produção capitalista.

Do verbo 'propagar' a palavra 'propaganda' é derivada. Tem o sentido de multiplicar uma coisa por meio da reprodução, de modo que se espalhe por um território e aumente numericamente, seja, por contágio, irradiação, difusão e, ou, divulgação. A propaganda não é apenas um comercial ou os negócios em torno da publicidade. Ela é a difusão a divulgação de ideias, valores, opiniões, informações para o maior número de pessoas no mais amplo território possível, de preferência, pelo menor curso. A propaganda produz a mercadoria intangível e a distribui. Nesse sentido estão incluídos a propaganda religiosa e propaganda política, pois se dirigem publicamente às pessoas e são formas de publicidade (CHAUI, 2014).

A publicidade não se contenta em construir imagens com as quais o consumidor é induzido a identificar-se. Ele as apresenta como realização de desejos que o consumidor sequer sabia ter e que agora, seduzido pelos simulacros, passa a ter – **uma roupa ou um perfume são associados a viagens a países distantes e exóticos ou a uma relação sexual fantástica; um utensílio doméstico ou um sabão em pó são apresentados como a suprema defesa do feminismo, liberando a mulher das penas caseiras; um alimento para crianças é apresentado como garantia de saúde e alegria infantis, despertando na criança o desejo de consumi-lo e levando a mão ou o pai a adquiri-lo porque esperam adquirir tranquilidade e certeza de bem alimentar os filhos** (CHAUI, 2014, p. 154. grifo nosso).

Além dos produtos que simulam, e por isso dissimulam as mercadorias, a propaganda ainda ganha um impulso ainda maior quando amplia sua dissimulação para a promoção de empresas que nada tem haver diretamente com o produto consumido. “É assim que bancos, financeiras, empresas de construção civil, passam a ter suas imagens associadas a programas de rádio e televisão, às artes e às ciências, pois patrocinam tais atividades” (CHAUI, 2014, p. 155). Por que não dizer, da própria escolarização e educação na sociedade que McLuhan definiu como retribalizada.

O “papa da comunicação” (LIMA, 1982, p. 06) teve uma visão do fenômeno da escolarização. Para ele a educação é um processo de comunicação. A função do professor foi ameaçada devido às mutações pedagógicas para as quais apontava McLuhan. O professor, como aquele que emite uma informação ou mensagem se tornou para ele, um arcaísmo. A mudança da relação aluno-professor muda o processo escolar como um todo. Essa, pelo menos, é a concepção de Lima (1982).

Há quem afirme que a educação não pode ser usinificada, tendo que permanecer como uma relação bipolar (aluno-professor) [...]. Mas não é isto o que deixam prever os meios de comunicação de massa. Tudo lava crer – e de certa forma o fato já está ocorrendo – é que a educação passará a ser uma auto-educação, sendo colocadas no contexto os “meios” de que se servirão os alunos para sua atividade auto-educativa: desta forma, todos poderão desenvolver, isoladamente ou em grupos, um processo educativo em massa independentemente da presença do professor e da existência de escolas. Educar-se, do ponto de vista do educando, é um processo de informar-se, isto é, um processo de re-agir (ver noção de “feedback” em cibernética e de “acomodação” em J. Piaget). Se a atmosfera cultural estiver saturada de informação, não se tornará necessário em um processo sistemático (escola) de provocações das reorganizações que constituem o fenômeno educativo (LIMA, 1982, p. 07).

Para esse autor, que toma as prescrições de McLuhan positivamente, alunos em sala de aula em frente ao quadro negro, mesa e professor recitando textos é uma imagem anacrônica. A expressão “escola de comunidade” procura significar mais precisamente a mutação da qual trata McLuhan. A escola, se tornaria mais um centro comunitário propulsor dos equilíbrios sincrônicos e diacrônicos no grupo social a que estiver servindo. Ela escola utilizaria o equipamento coletivo, como a

comunidade utilizaria o local da escola como um centro de atividade. A atividade educativa, assim, passaria a ser tarefa comunitária que envolverá todos os adultos e não uma atividade privativa dos “professores”. Assim como na aldeia tribal não se distinguia, como instituição autônoma, a “escola”, assim, na aldeia eletrônica, a escola não se reduziria a um lugar fixo e murado, se tornaria uma atividade pública.

O homem é um ser em trânsito, não é uma realidade acabada. Educar não é reproduzir um modelo: é fazer um novo homem na progressão genética de seu destino evolutivo. O educador pode descobrir as variáveis do processo, não pode antecipar a forma da construção porque a evolução não é uma fatalidade determinada, mas um processo probabilístico. Pode acelerar ou frear a progressão, mas não pode limitar (sem empobrecer) as possibilidades criativas de um ser ontologicamente original. Participa do processo criativo, mas não impõe, soluções, porque cada homem é uma infinitude de probabilidades. Educar passará ser, simplesmente, uma facilitação da criatividade, repondo o ser humano em sua linha evolutiva histórica. Depois de uma longa parada, a humanidade retorna à marcha batida de sua evolução para um futuro, que só pode ser antecipado por uma reflexão probabilística [...]. “As Escolas esforçam-se para sustar a Evolução – a própria essência da vida. Mas a vida se rebela e termina encontrando meio de ficar fiel à biogênese, à psicogênese e a sociogênese. Cada criança que nasce inicia nova humanidade” (McLuhan) (LIMA, 1982, p. 61-62).

Entretanto, a concepção de McLuhan vai além das considerações sobre a comunidade educativa. A educação é um exercício que pertence à própria natureza dos meios de comunicação eletrônicos. O meio, quando é a mensagem, define a si mesmo e em seu circuito próprio determina o processo evolutivo humano. Esse processo é seu próprio ambiente produzido por essa evolução histórica e cultural da humanidade. Qualquer outra atividade educativa que procure se apropriar dos meios foi entendida como uma tentativa de se opor à própria natureza benevolente da evolução. Os meios são produtores da evolução histórica do ser humano e por meio deles o ser humano encontrará sua realização. No caso da era eletrônica, a realização de um novo homem cuja consciência e percepção recuperada foram internalizadas e acolhidas. Para McLuhan, o arquétipo é essa percepção recuperada ou consciência. Uma vez que o clichê é uma unidade de extensão do homem, um arquétipo é a extensão mencionada, meio, tecnologia ou ambiente. A partir dessa compreensão, definiu que a totalidade da cultura em ação constituiu a propaganda

ou o ensino. A verdadeira propaganda ou ensino, é ambiental e invisível. Somente o contra-ambiente criado pelo artista serviu para trazer os meios ambientais ocultos ao nível de percepção consciente, do arquétipo. “A propaganda não é esta ou aquela ideologia, senão a ação e a coexistência de todos os veículos de divulgação ao mesmo tempo, o que explica por que a propaganda [e o ensino] é ambiental e invisível” (McLUHAN, 1973, p. 102). A vida de qualquer cultura em sua totalidade tende, conforme ele, a ser “propaganda”, por esse motivo.

Não importa a forma que a educação assuma, ela é a recuperação, ou memorização, do arquétipo. “O clichê, em outras palavras, é incompatível com outros clichês, mas o arquétipo é extremamente coesivo; os resíduos de outros arquétipos aderem a ele” (McLUHAN, 1973, p. 37). Diz McLuhan, a partir de suas análises, que a recuperação consciente do arquétipo implica na recuperação inconsciente de outros. Isso se dá em regressão infinita. Esse é o sentido do inconsciente coletivo para ele. É o conjunto de arquétipos excluídos de nosso trabalho consciente de recuperação, a educação (McLUHAN, 1973).

Na primeira grande era da produção em massa de bens de consumo e da literatura como artigo de mercado, tornou-se necessário examinar o efeito da arte e da literatura antes de produzir qualquer coisa. “Essa é literalmente a porta de entrada para o mundo do mito” (McLUHAN, 1972, p. 368). Assim, a técnica do julgamento suspenso é tomada como uma grande descoberta no século XX. “E falar-se de corrente de consciência, como diferente do mundo racional, é meramente insistir em considerar a sequência visual como norma racional, e entregar a arte no modo inteiramente gratuito ao inconsciente” (McLUHAN, 1972, p. 370).

Por último, resta ainda mencionarmos que para McLuhan o mundo tribal tem no número a supressão da civilização das letras. A medição numérica ou tátil, como ele quer, nos deu os novos meios de comunicação eletrônicos que restauraram o mundo em sua abrangência cultural. Os números são condições desse mundo tribal (McLUHAN, 2005). Assim, o dinheiro pode criar valores sociais e espirituais enquanto meio social, ou extensões de uma motivação ou desejo interior. “Como qualquer outro meio, o dinheiro é uma matéria-prima, um produto natural. Como forma exterior e visível de necessidade de trocar e intercambiar, ele é uma imagem corporificada ou corporativa que depende da sociedade para ganhar status

institucional” (McLUHAN, 2001, p. 155). Ele não faz sentido algum fora da participação comunal.

O dinheiro primitivo, bem de consumo, como as palavras mágicas da sociedade não-letrada, pode ser um celeiro de energia, que muitas vezes propicia uma atividade econômica. [...] Tal como a escrita, o dinheiro tem o poder de especializar e redistribuir as energias humanas e de separar as funções, bem com o de traduzir e reduzir um tipo de trabalho a um outro. Mesmo na era eletrônica, o dinheiro nada perdeu de sua potência (McLUHAN, 2001, p. 155).

O dinheiro compra livros e promove sua produção em escala massificada. Por muito tempo o livro impresso foi visto como uma forma barata e vulgar de manuscrito. Mas esse livro não estendeu as formas mais antigas de educação a um público mais amplo. Ele dissolveu o diálogo e criou padrões totalmente novos de poder político e associação profissional. Devemos entender, segundo McLuhan, que o movimento das velocidades eletrônicas e dos modos de informação criou as condições da aldeia oral para todo o planeta. Precisamos, pois, estar preparados para ver o fim de todos os nossos velhos conceitos da pessoa privada em relação ao Estado e à sociedade. Temos de aceitar essas consequências com o mesmo espírito de resignação sonâmbula com o qual fizemos a nova tecnologia empreender a liquidação de todos os valores e instituições que se criaram no platô da tecnologia mais velha do alfabeto e da imprensa (McLUHAN, 2005).

Hoje, então, o globo já é uma comunidade de saber. E a universidade, em vez de ser lugar destinado ao aprimoramento de espíritos jovens torna-se a norma da associação humana. O diálogo humano que ocorre no *campus* assume o caráter de um modelo vivo para estados e comunidade globalmente. [...] O surgimento de uma comunidade global de saber não será o resultado natural de um mundo onde a produção e o transporte de mercadorias se fundem, enfim, com o movimento da própria informação? [A tecnologia mais avançada] alimenta diretamente o processo e a percepção criadora do indivíduo (McLUHAN, 2005, p. 55).

Saltamos da era da roda para a era do circuito. Um circuito elétrico que realimentou o usuário criou o envolvimento de tais circuitos. Um dos efeitos disso, foi que todas as indústrias de hoje estão se tornando indústrias de serviços. Na era

elétrica, a produção de serviços garante a produção sem limites de mercadorias. “Não só no aspecto educacional. Mas própria cidade torna-se uma indústria de serviços. “A urbe orbita”. A urbe da cidade torna-se uma forma mundial e ao mesmo tempo uma indústria de serviços. Torna-se um serviço instantâneo” (McLUHAN, 2005, 186). Enfim, de acordo com a concepção de McLuhan a mudança para o visual de um lado, isto é, para a fotografia, e para os meios auditivos de rádio e equipamento de alto-falantes de outro, criou uma ambiência totalmente nova para o processo educacional (McLUHAN, 2011).

4. CONCLUSÃO

A proposta de uma educação *para além da sala de aula* está no interior da luta de classes. Como tal, as discussões em torno destas propostas, foram oportunas tendo em vista a tentativa de resoluções das contradições do capital, do qual a cultura do dinheiro é a sua expressão. Se cultura é trabalho, trabalha-se, na *aldeia global*, com o equivalente universal. Se educação e trabalho estão sempre relacionados, a proposta, então, da educação mediada pelos *media*, diz respeito à preparação dessa classe trabalhadora, que o capitalismo representa, em fragmentos sociais.

Na concepção de McLuhan, o desempenho de uma relação extensa de atividades está voltado para um único e mesmo fim comum, o trabalho para edificação do ser humano. Dentro de um ambiente global estritamente humano que os *media* produziram, não existe uma natureza humana que se auto-define e se constrói, mas uma que pode se sobressair, determinar e construir, é claro, um novo humano. Um ambiente manipulado conforme os interesses de classes dominantes, se propunha produzir consciência e reproduzi-la conforme os reordenamentos da produção e as suas novas demandas. O dinheiro produz dinheiro, representante da mercadoria. Os *media* produzem o mundo, representante também, duas vezes abstrato, da realidade concreta. A contradição entre a aparência e realidade teve uma tentativa de resolução na refuncionalização da instituição escola, a partir de um sobressalto do *locus* da educação da sala de aula para o ambiente cibernético produzido pela indústria dos *media*. O que resta aos alunos dessa nova sala de aula é tomarem consciência, desde a infância, de que são trabalhadores. Tomada de consciência pela subordinação da percepção aos circuitos inconscientes da mente humana, não pela apropriação dos meios. Outra contradição com a qual o capital precisa lidar para se manter em plena imobilidade motriz. Na sociedade do espetáculo, conforme McLuhan, a educação é para a formação de atores que atuarão no palco do mundo.

Quanto mais os resultados eram alcançados, mais as anedotas mcluhanianas eram requeridas como profecias. Inclusive, essas foram suas finalidades em suas aparições entusiásticas, enquanto intelectual, nas instituições, privadas e públicas, constituintes da produção de massa da comunicação. A cultura do espetáculo, com a qual o capital promoveu e privilegiou a sociedade capitalista, em meados do século XX, produziu uma educação espetacular. Nesse momento histórico, as relações sociais são mediadas por imagens-mercadorias e, por isso, o modo de produção e reprodução da “nova sociedade” necessitava de uma nova forma de distribuição. O dinheiro já não era suficiente para o meio. Como diz McLuhan, é a comida do pobre. Tanto as instituições e fábricas produtoras dos domínios técnicos necessário de transmissão e comunicação, tecnologias elétricas e eletrônicas, quanto de uma cibernética, e conseqüente artificialização da consciência e da inteligência.

Antes, o biológico justificava as atrocidades do desenvolvimento das forças promotoras do capital e do dinheiro, agora, as forças das finanças atribuem aos preços aleatórios dos produtos na prateleira. Duplamente o valor de uso é ignorado e o valor de troca predomina pela autoridade representativa dos números. Dos símbolos do *dollar*, a moeda norte-americana é capaz de produzir valor. A movimentação e circulação do dinheiro, pelas instituições civis e políticas, constitui a indústria americana da comunicação. O *dollar* é o dinheiro universal e o inglês a sua língua, dupla abstração, por ser número, e, por ser valor. Por ser mercadoria e ser imagem. Por ser dinheiro e ser mensagem. A flexibilização do meio de distribuição, corresponde ao período de institucionalização dos meios de comunicação social. As participações entusiásticas de McLuhan e o realismo de suas prescrições foram concebidos por ele a partir do ceticismo epistemológico, que desmereceu, principalmente, as classes subalternas. Os modos parasitários da produção de imagens seriadas se utilizaram de instituições populares, como as feiras, se refletiram nos modos como as mídias eletrônicas foram parasitárias das instituições privadas, como Igreja, a Família e as de Ensino Técnico. Ainda que o caráter público da educação predomine em termos formais dentro do aparato do Estado, os *media* privados foram incrementados pela oferta de vida privada. A vida humana foi privatizada.

Eles distraem com entretenimento e, portanto, se educação é entretenimento, distrai com ele os processos de ensino-aprendizagem, abstraindo o mesmo da realidade local pela construção do consenso de que assim, livremente, é melhor aprender a se distrair. Tal concepção vai de encontro às teorias de formação humana que concebem a aprendizagem como um processo de apropriação. É na apropriação dos produtos humanos que está a emancipação, a constituição da subjetividade e o desenvolvimento das faculdades superiores da mente e linguagem. A educação, tomada como um serviço privado, implica na manutenção da hegemonia onde a classe trabalhadora é representada como aquilo que ela não é. Alienados de seu trabalho, agora serão também alienados de seus sonhos e desejos. Uma dupla abstração que, já há algum tempo, ilude o olhar do espectador.

Do ensino-aprendizagem pela escola ao ensino aprendizagens pelos *media*, essa mudança institucional tem seus contornos definidos por uma cosmovisão fetichista sobre a realidade e a condições humana. Enquanto a adaptação evolutiva será obrigada a eliminar os mais fracos da espécie, os mais fortes permearão e semearão os elementos de uma consciência adaptada às necessidades primeiras do capital, reproduzir-se e multiplicar-se.

A erupção dos meios está no centro da dialética da história. É a análise sobre a mediação, o trabalho humano, na construção da história. A luta entre as classes pela hegemonia dentro da construção do bloco histórico, cujo complexo industrial vem, no século XX, constituir uma sociedade global, permeia, ora a educação, ora a comunicação. As sociedades civil e política carregam consigo o próprio ambiente produtivo. Seus interesses diversos, às vezes, até divergentes, são alcançados na medida de sua parcialidade participativa nas delegações do poder. Na aldeia, dinheiro produz dinheiro.

Ao ser humano, desapropriado da própria consciência, a alienação corresponde a uma sofisticação daquele fetiche que constitui a experiência religiosa, mística. As ciências produziram, no período de transição da produção e do valor de troca, para as indústrias que as patrocinaram, as financeiras. Essa produção diz respeito às contradições sociais do capital, em sua expressão de livre mercado dominante no capitalismo do espetáculo. Para McLuhan, a tecnologia pode solucionar alguns dos “problemas” concernentes ao ser humano, no tempo em que ver é saber e ser visto é valor. Em termos de exercício do poder no direcionamento

cultural, os termos correlatos ao âmbito do educacional ganharam relevância. Com eles os territórios e máquinas da produção foram desapropriados das classes subalternas. O domínio do ver, do perceber a realidade, é propriedade da tecnologia humanizada como extensões do homem. Ainda é propriedade privada mesmo que imbrincada aos domínios dos públicos. O ambiente cibernético corresponde ao da cibernetização da percepção, ou seja, a automação da consciência mediada pela cultura mística da publicidade. As aulas acontecem à luz do dia e da noite. Um vigilante que não descansa de proteger o sonhador. A cibernetização da percepção humana passa constituir, então, a possibilidade de um modelo de funcionamento psíquico do humano. Assim, divulgaram o inconsciente.

A inclusão da educação na lógica do capital, significou oportunidade de negócios. Para as populações, significou oportunidade de inclusão e interiorização dos produtos do consciente, os clichês, e àqueles que constituem o inconsciente, os arquétipos. No mundo da aldeia global, cuja realidade é fragmentada, o financiamento dos cursos à distância, por exemplo, é a face oculta da falsa “realização de um sonho”. Diante do aparente caos do circuito, em refluxo contínuo de informação, enquanto às pessoas são ofertadas oportunidades de inserção social com pacotes de conhecimentos, cujo valor de troca é regulado pelo mercado de ações e de trabalho, a educação ainda é o elemento estratégico para a performance dessa indústria da consciência. Os cursos das instituições de ensino são tão parasitas dos meios quanto a televisão foi do cinema. A educação se encontra no lugar estratégico da construção do consenso. Assim como foram os cursos das disciplinas curriculares nas instituições de ensino formal, as escolas, também serão os conteúdos curriculares dos *media*. Não importa, ambas as mediações foram mediações pelas quais as classes dominantes se aperfeiçoaram na formação do ser humano para o trabalho. Muda a produção, o produto, o trabalho e o trabalhador. No caso da profecia de McLuhan, transforma e revoluciona. Reforma, mas não emancipa!

5. REFERÊNCIAS:

AQUINO, João Emiliano Fortaleza de. **Reificação e Linguagem em Guy Debord**. Fortaleza: EdUECE; Unifor: 2006.

BENJAMIN, Walter. **O Capitalismo Como Religião**. São Paulo: Boitempo, 2013.

BRIGGS, Asa; BURKE, Peter. **Uma História Social da Mídia: de Gutenberg à Internet**. 2ª ed. Rio de Janeiro: Zahar, 2006.

BOLAÑO, César Ricardo Siqueira; BRITTOS, Valério Cruz. Espaço Público Midiático e a Ideologia do *Merchandising* Social da Rede Globo: uma crítica na perspectiva da economia política da comunicação. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (Orgs.). **Políticas de Comunicação: buscas teóricas e práticas**. São Paulo: Paulus, 2007. p. 83-98

BUSH, Vannevar Bush. Como Podemos Pensar. **Rev. Latinoam. Psicopat. Fund.**, São Paulo, v. 14, n. 1, p. 14-32, março, 2011. Disponível em: http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-47142011000100002. Acesso em: 15 maio 2016.

CAMBI, Franco. **História da Pedagogia**. São Paulo: Editora UNESP, 1999.

CARPENTER, Edmund; McLUHAN, Marshall (Orgs.). **Revolução na Comunicação** (1960). 3ª ed. Rio de Janeiro: Zahar Editores, 1974.

CHAUÍ, Marilena. Simulacro e Poder: uma análise da mídia. In: ROCHA, André (org.). **Escritos de Marilena Chauí**. Volume 3. Belo Horizonte: Autêntica; São Paulo: Fundação Perseu Abramo, 2014. p. 121-194.

CHOMSKY, Noam. **Mídia: propaganda política e manipulação**. São Paulo: Martins Fontes, 2013.

DEBORD, Guy. **A Sociedade do Espetáculo**. Rio de Janeiro: Contraponto, 1997.

ENZENSBERGER, Hans Magnus. **Elementos para Uma Teoria dos Meios de Comunicação**. São Paulo: Conrad Editora do Brasil, 2003.

FINKELSTEIN, Sidney. **McLuhan: a filosofia da insensatez**. Rio de Janeiro: Editora Paz e Terra, 1969.

GOMES, Jarbas Maurício. **Religião, Educação e Hegemonia nos Quaderni del Carcere de Antonio Gramsci**. Maringá: EDUEM, 2014.

GRAMSCI, Antonio. **Literatura e Vida Nacional**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Editora Civilização Brasileira, 1986.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Volume 2. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2000.

GRAMSCI, Antonio. **Cadernos do Cárcere**. Volume 4.. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2001.

GRAMSCI, Antonio. **Escritos Políticos: 1910-1920**. Volume 1. Organização e Tradução de Carlos Nelson Coutinho. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2004.

HOBBSAWN, Eric. **A Era dos Extremos: o breve século XX 1914-1991**. 2ª ed. São Paulo: Companhia das Letras, 1995.

IANNI, Octavio. O Príncipe Eletrônico. **Perspectivas**. São Paulo, 22: 11-29, 1999. Disponível em: <http://seer.fclar.unesp.br/perspectivas/article/viewFile/2079/1701>. Acesso em: 15 maio 2016.

JAMESON, Fredric. **Marxismo e Forma: teorias dialéticas da literatura no século XX**. São Paulo: Editora HUCITEC, 1985.

JAMESON, Fredric. **A Cultura do Dinheiro: ensaios sobre a globalização**. Petrópolis: Vozes, 2001.

JAMESON, Fredric. **A Virada Cultural: reflexões sobre o pós-moderno**. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 2006.

JINKINGS, Ivana. Apresentação. In: MÉSZÁROS, István. **A Educação Para Além do Capital**. 2ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2008. p. 09-14

KIERNAN, Victor Gordon. **Estados Unidos: o novo imperialismo**. Rio de Janeiro: Record, 2007.

LECLERC, Gérard. **Sociologia dos Intelectuais**. São Leopoldo: Editora UNISINOS, 2004.

LIMA, Lauro de Oliveira. **Mutações em Educação Segundo McLuhan**. 15ª ed. Rio de Janeiro: Vozes, 1982.

LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. 8ª edição. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

LIPOVETSKY, Gilles; SERROY, Jean. **A Estetização do Mundo: viver na era do capitalismo artista**. São Paulo: Companhia das Letras, 2015.

MANACORDA, Mario Alighiero. **História da Educação: da antiguidade aos nossos dias**. Tradução de Gaetano Lo Monarco. 13ª ed. 2ª reimpressão. São Paulo: Cortez Editora, 2010.

MANACORDA, Mario Alighiero. **O Princípio Educativo em Gramsci: americanismo e conformismo**. 2ª ed. Campinas: Editora Alínea, 2013.

MATTELART, Armand. **A Comunicação-Mundo: História das Ideias e das Estratégias**. Lisboa: Instituto Piaget, 1991.

MARTÍN-BARBERO, Jesús. **Dos Meios às Mediações**. Comunicação, cultura e hegemonia. 7ª ed. Rio de Janeiro: Editora UFRJ, 2013.

MARX, Karl. **Grundrisse**. Manuscritos econômicos de 1857-1858. Esboços da crítica da economia política. São Paulo: Boitempo, 2011.

MARX, Karl; ENGELS, Friedrich. **A Ideologia Alemã**. São Paulo: Martins Fontes, 1998.

McLUHAN, Marshall. **A Galáxia de Gutenberg: a formação do homem tipográfico (1962)**. São Paulo: Companhia Editorial Nacional, 1972.

McLUHAN, Marshall; **Os Meios de Comunicação como Extensões do Homem** (1964). 14ª ed. São Paulo: Cultrix, 2001.

McLUHAN, Marshall. Visão, Som e Fúria. In: LIMA, Luiz Costa. **Teoria da Cultura de Massa**. 8ª ed. São Paulo: Paz e Terra, 2011.

McLUHAN, Herbert Marshall. Cultura Popular / Cultura de Massa (1960): perspectivas americanas (1960) – A revolução das Comunicações. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.31-71.

McLUHAN, Herbert Marshall. Cibernética e Cultura Humana (1964). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.75-86.

McLUHAN, Herbert Marshall. O Futuro do Homem na Era Eletrônica (1965). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.89-109.

McLUHAN, Herbert Marshall. O Meio é a Massagem (1966). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.113-135.

McLUHAN, Herbert Marshall. A Comunicação. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.139-142.

McLUHAN, Herbert Marshall. As Conferências de Marfleet (1967) – Canadá, o Caso da Fronteira. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.145-169.

McLUHAN, Herbert Marshall. As Conferências de Marfleet (1967) – Para uma consciência inclusiva. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.171-188.

McLUHAN, Herbert Marshall. O Noticiário de Televisão como Nova Forma Mítica (1970). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.189-204.

McLUHAN, Herbert Marshall. O Futuro do Livro (1972). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.207-220.

McLUHAN, Herbert Marshall. O Fim da Ética do Trabalho (1972). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.223-242.

McLUHAN, Herbert Marshall. A Arte Como Sobrevivência na Era Eletrônica (1973). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.245-263.

McLUHAN, Herbert Marshall. Viver à Velocidade da Luz (1974). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.267-286.

- McLUHAN, Herbert Marshall. O que a Televisão Tem de Melhor (1976). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.289-299.
- McLUHAN, Herbert Marshall. A Televisão Como Veículo de Debate (1976). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.303-309.
- McLUHAN, Herbert Marshall. A Violência Como Busca de Identidade (1977). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.313-325.
- McLUHAN, Herbert Marshall. O Homem e os Meios de Comunicação (1979). In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan: conferências e entrevistas**. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.329-351.
- McLUHAN, Marshall; FIORE, Quentin. **Guerra e Paz na Aldeia Global**. Rio de Janeiro: Record, 1971.
- McLUHAN, Marshall; WATSON, Wilfred. **Do Clichê ao Arquétipo**. Rio de Janeiro: Record, 1973.
- MELO, Jose Marques de. **Teoria da Comunicação: paradigmas Latino-Americanos**. Petrópolis: Vozes, 1998.
- MÉSZÁROS, István. **A Educação Para Além do Capital**. 2ª ed. São Paulo: Boitempo, 2008.
- MILLER, Jonathan. **As Idéias de McLuhan**. São Paulo: Editora Cultrix; EDUSP, 1973.
- MORAES, Dênis de. Sistemas midiático, mercantilização cultural e poder mundial. In: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013. p.19-52.
- MORAES, Reginaldo Carmello Correa. **Estado, Desenvolvimento e Globalização**. São Paulo: Editora da UNESP, 2006.
- NOSELLA, Paolo. A Educação e o Mundo do Trabalho: da sociedade industrial à sociedade pós-industrial. STEPHANOU, Maria; BASTOS, Maria Helena Camara. **Histórias e Memórias da Educação no Brasil**. Volume III – Século XX. Petrópolis: Vozes, 2005. p.243-256
- ORTIZ, Renato. **Mundialização e Cultura**. São Paulo: Brasiliense, 2000.
- RAGAZZINI, Dario. **Teoria da Personalidade na Sociedade de Massa: a contribuição de Gramsci**. Campinas: Autores Associados, 2005.
- RAMOS, Murilo César. Sobre a Importância de Repensar e Renovar a Idéia de Sociedade Civil. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (Orgs.). **Políticas de Comunicação: Buscas Teóricas e Práticas**. São Paulo: Paulus, 2007.
- RAMONET, Ignacio. Meios de Comunicação: um poder a serviço de interesses privados? In: MORAES, Dênis de (org.). **Mídia, Poder e Contrapoder: da concentração monopólica à democratização da informação**. São Paulo: Boitempo; Rio de Janeiro: FAPERJ, 2013. p. 53-70

SADER, Emir. Prefácio. In: MÉSZÁROS, István. **A Educação Para Além do Capital**. 2ª Edição. São Paulo: Boitempo, 2008. p.15-18

SANTOS, Suzy; SILVEIRA, Érico da. Serviço Público e Interesse Público nas Comunicações. In: RAMOS, Murilo César; SANTOS, Suzy dos (Orgs.). **Políticas de Comunicação**: buscas teóricas e práticas. São Paulo: Paulus, 2007. p. 49-82.

SATAINES, David. Posfácio. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p. 355-360.

SCHALLENBERGER, Erneldo. A Ciência e a Tecnologia na Organização do Espaço como Instrumento de Poder. In: ORSO, Paulino José; et al. (orgs.). **Sociedade Capitalista, Educação e As Lutas dos Trabalhadores**. São Paulo: Outras Expressões, 2014. p. 141-152

SILVERSTONE, Roger. Prefácio à Edição da *Routledge Classics* (2003). In: WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC/Minas, 2016. p. 13-18

TOLEDO, Plínio Fernandes. **A Astúcia da Dialética**: o desvio em Guy Debord. São Paulo: LiberArs, 2015.

TRINTA, Aluizio R. Marshall McLuhan: Essencial. **Lumina** - Juiz de Fora - Facom/UFJF - v.6, n.1/2, p. 1-14, jan./dez. 2003. Disponível em: http://disciplinas.stoa.usp.br/pluginfile.php/1166159/mod_resource/content/1/McLuhan-AluizioTrinta.pdf. Acesso em: 15 fev. 2016.

TURNER, Graeme. Prefácio à Edição Brasileira. In: WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC/Minas, 2016. p.07-11

WILLIAMS, Raymond. **Cultura e Materialismo**. São Paulo: UNESP, 2011.

WILLIAMS, Raymond. **Televisão**: tecnologia e forma cultural. São Paulo: Boitempo; Belo Horizonte: PUC/Minas, 2016.

WOLFE, Tom. Introdução. In: McLUHAN, Stephanie; STAINES, David (orgs.). **McLuhan por McLuhan**: conferências e entrevistas. Rio de Janeiro: Ediouro, 2005. p.7-24.

WOLFF, Francis. Dilemas dos Intelectuais. In: NOVAES, Adauto (org.). **O Silêncio dos intelectuais**. São Paulo: Companhia das Letras, 2006. p. 45-68.