

1

O Meio é a Mensagem

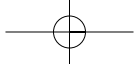
Numa cultura como a nossa, há muito habituada a fraccionar e dividir todas as coisas para melhor as controlar, é por vezes chocante que nos recordem que, em termos práticos e operativos, o meio é a mensagem. Isto significa apenas que as consequências pessoais e sociais de qualquer meio — ou seja, de qualquer extensão de nós próprios — resultam da nova escala introduzida nos assuntos humanos por cada extensão de nós próprios, por qualquer nova tecnologia. Assim, com a automatização, por exemplo, os padrões da associação humana tendem a eliminar postos de trabalho. Este é o lado negativo. O lado positivo é que a automatização cria papéis a desempenhar, o mesmo é dizer, intensifica o envolvimento na esfera do trabalho e das relações humanas, que a anterior tecnologia mecânica havia destruído. Muita gente estaria disposta a afirmar que não é na máquina, mas no que fizemos com ela, que reside o seu sentido ou mensagem. Relativamente aos modos como a máquina alterou as nossas relações com os outros e com nós próprios, era irrelevante se ela produzia flocos de milho ou Cadillacs. A reestruturação do trabalho e das relações humanas foi moldada pela técnica da fragmentação, que constitui a essência da tecnologia mecânica. A essência da tecnologia da automatização representa o oposto. É profundamente integral e descentralizadora, tal como a máquina era fraccionante, centralizadora e superficial na sua estruturação das relações humanas.

O exemplo da luz eléctrica é, neste aspecto, elucidativo. A luz eléctrica é informação pura. É um meio sem mensagem, por assim dizer, a menos que seja utilizado para difundir um anúncio publicitário verbal ou um nome. Este facto, característico de todos os meios de comunicação, significa que o «conteúdo» de qualquer meio é sempre outro meio.

O conteúdo da escrita é a fala, tal como a palavra escrita é o conteúdo da tipografia, e a palavra impressa o conteúdo do telégrafo. Se perguntarmos, «Qual o conteúdo da fala?», é necessário responder, «É um processo de pensamento, que em si mesmo é não-verbal.» Uma pintura abstracta representa uma manifestação directa de processos de pensamento criativo, tal como poderiam aparecer nos desenhos de um computador. No entanto, o que está aqui em consideração são as consequências psíquicas e sociais dos desenhos ou dos padrões enquanto ampliadores ou aceleradores dos processos existentes. Pois a «mensagem» de qualquer meio, ou tecnologia, é a mudança de escala, ou de ritmo, ou de estrutura que ela introduz nos assuntos humanos. O caminho-de-ferro não introduziu a roda, nem o movimento, nem a ideia de transporte na sociedade humana, mas acelerou e ampliou a escala de anteriores funções humanas, criando tipos de cidades inteiramente novos, assim como novas formas de trabalho e de lazer. Isto aconteceu independentemente de o caminho-de-ferro ser instalado num ambiente tropical ou setentrional, e é um facto totalmente independente da carga ou conteúdo do meio ferroviário. O avião, por seu lado, ao acelerar a velocidade de transporte, tende a dissolver a estrutura ferroviária das cidades, da vida política e das associações humanas, independentemente daquilo para que seja usado.

Voltemos à luz eléctrica. É indiferente que a luz seja usada para uma operação ao cérebro ou para jogar basebol à noite. Poder-se-ia argumentar que essas actividades constituem, de certo modo, o «conteúdo» da luz eléctrica, uma vez que sem ela não poderiam existir. Este facto não faz mais do que realçar que «o meio é a mensagem», pois é o meio que configura e controla a escala e a forma da acção e da associação humanas. O conteúdo, ou os usos, de tais meios são tão diversos quanto incapazes de moldar a forma das associações humanas. Na verdade, é até bastante sintomático que o «conteúdo» de qualquer meio nos impeça de entrever a natureza desse mesmo meio. Só agora as indústrias tomaram consciência dos diferentes tipos de negócios em que estão envolvidas. A IBM entrou no rumo certo quando descobriu que não era no negócio de fabricar material de escritório que havia que apostar, mas sim no de processar informação. Grande parte dos lucros da General Electric provém do fabrico de lâmpadas e de sistemas de iluminação. A empresa ainda não descobriu que a sua aposta devia incidir no transporte de informação, quase tanto como na AT&T.

Se a luz eléctrica passa despercebida como meio de comunicação, isso deve-se apenas ao facto de não ter «conteúdo». O que a converte num



valioso exemplo de como se falha no estudo dos meios. Pois a luz eléctrica só é vista como um meio quando usada para iluminar uma marca comercial. Mas aí, aquilo em que se repara não é na luz mas sim no «conteúdo» (que, na verdade, constitui outro meio). A mensagem da luz eléctrica, tal como a mensagem da energia eléctrica na indústria, é totalmente radical, ubíqua e descentralizada. Pois embora estejam separadas do seu uso, tanto a energia como a luz eléctrica eliminam factores temporais e espaciais no âmbito da associação humana, exactamente como o fazem a rádio, o telégrafo, o telefone e a televisão, criando um envolvimento em profundidade.

Um manual bastante completo para o estudo das extensões do homem poderia ser criado a partir de extractos da obra de Shakespeare. Muitos poderão objectar que talvez o autor não estivesse a referir-se à televisão com estes conhecidos versos de *Romeu e Julieta*:

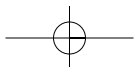
Mas, espera! Que luz irrompe por aquela janela?
Ela fala, e contudo não diz nada.

Em *Otelo* — onde, tanto como em *Rei Lear*, se nos apresentam os tormentos de personagens transformadas por ilusões — podemos ler os seguintes versos, que revelam a intuição de Shakespeare relativamente ao poder transformador dos novos *media*:

Não há encantamentos
Pelos quais a natureza dos jovens e das donzelas
Possa ser corrompida? Não leste já, Roderigo,
Algo a este respeito?

Em *Troilus e Cressida*, peça quase inteiramente devotada a um estudo ao mesmo tempo psíquico e social da comunicação, Shakespeare afirma a sua consciência de que a verdadeira navegação política e social depende da antecipação das consequências da inovação:

Vigilante, a providência tem contadas,
Grão a grão, as riquezas do deus Plúto,
Acha fundo às profundezas insondáveis,
Acompanha o pensamento, e quase como os deuses
Revela os pensamentos em seus mudos berços.



A consciência crescente da acção dos *media*, independentemente do seu «conteúdo» ou programação, transparece neste incómodo e anónimo poema:

No moderno pensamento (se não nos factos)
Só existe o actuante, de tal forma
que se tem por avisado descrever
a coçadela, mas não a comichão.

O mesmo tipo de consciência total, configuracional, que revela porque é que socialmente o meio é a mensagem comparece nas mais recentes e radicais teorias clínicas. No seu *The Stress of Life*, Hans Selye descreve a consternação de um colega investigador quando ouviu a sua teoria:

Quando me viu assim lançado noutra extasiada descrição do que havia observado em animais tratados com esta ou aquela substância tóxica e impura, ele olhou para mim com um olhar desesperadamente triste e disse, com evidente desespero: «Mas, Seyle, tenta perceber o que estás a fazer, antes que seja tarde de mais! Decidiste dedicar toda a tua vida ao estudo duma farmacologia imunda!»

(Hans Seyle, *The Stress of Life*)

Assim como Seyle, na sua teoria da doença baseada no stress, lida com a totalidade da situação ambiental, também a mais recente abordagem no estudo dos meios leva em conta não apenas o «conteúdo» mas também o meio e a matriz cultural em que esse meio específico opera. A antiga inconsciência dos efeitos psíquicos e sociais dos meios pode ser ilustrada com quase qualquer afirmação convencional.

Durante a cerimónia de recepção de um grau honorífico da Universidade de Notre Dame, há uns anos, o general Davis Sarnoff afirmou o seguinte: «Existe a tendência para converter os instrumentos tecnológicos no bode expiatório dos pecados cometidos por aqueles que os manipulam. Em si mesmos, os produtos da ciência moderna não são bons nem maus: o que determina o seu valor é o modo como são usados.» Assim se exprime o habitual sonambulismo. Imagine-se que dizíamos: «Em si mesma, a tarte de maçã não é boa nem má; o que determina o seu valor é o modo como é usada.» Ou então, «Em si mesmo, o vírus da varicela não é bom nem mau; o que determina o seu valor é o modo como é usado.» Ou ainda, «Em si mesmas, as armas de fogo não são boas nem más;

o que determina o seu valor é o modo como são usadas.» Ou seja, se os projecteis atingem as pessoas certas, as armas são boas. Se o tubo catódico da televisão dispara as munições certas e atinge as pessoas certas, é porque é bom. Não estou a ser maldoso. Simplesmente, não há nada na frase de Sarnoff que resista à análise, pois ele ignora a verdadeira natureza dos *media*, sejam eles quais forem, muito ao estilo narcísico de alguém hipnotizado pela amputação e extensão do seu próprio ser mediante uma nova tecnologia. O general Sarnoff prosseguiu com a explanação do seu ponto de vista dizendo que se era verdade que a invenção da imprensa possibilitara a circulação de muito lixo, também permitira a disseminação da Bíblia ou os pensamentos dos visionários e dos filósofos. Nunca ocorreu ao general Sarnoff que qualquer tecnologia não pode senão *adicionar-se* àquilo que somos já.

Economistas como Robert Theobald, W. W. Rostow e John Kenneth Galbraith têm explicado, desde há anos, porque é que a «economia clássica» não conseguia explicar a mudança ou o crescimento. E o paradoxo da mecanização é que embora a ela se deva o crescimento e as mudanças, o princípio da mecanização exclui a própria possibilidade de crescimento ou de compreensão da mudança. Pois a mecanização é alcançada através da fragmentação de um qualquer processo e pela seriação dos fragmentos assim obtidos. Contudo, como David Hume demonstrou no século XVIII, numa mera sequência não existe princípio de causalidade. O facto de uma coisa se seguir a outra não significa nada. Da simples sucessão nada resulta, a não ser a mudança. Assim, a maior de todas as revoluções foi a revolução criada pela electricidade, que acabou com as sequências ao fazer com que tudo ocorra instantaneamente. Com a velocidade instantânea, as causas das coisas assomaram de novo à consciência, algo que não ocorria quando tudo se apresentava em sequência e consequentemente concatenado. Em vez de perguntarmos o que apareceu primeiro, se a galinha ou o ovo, começamos de súbito a achar que a galinha foi uma ideia do ovo para obter mais ovos.

Antes de um avião ultrapassar a barreira do som, as ondas sonoras tornam-se visíveis nas suas asas. A súbita visibilidade do som no preciso momento em que o som termina é um bom exemplo desse vasto padrão do ser que revela novas e contraditórias formas assim que as anteriores alcançam o seu máximo desempenho. Nunca a mecanização foi tão vividamente fragmentária ou sequencial como no nascimento do cinema — o momento que nos trasladou para lá do mecanismo, para um mundo de crescimento e inter-relações orgânicas. Através da pura aceleração do mecânico, o cinema transportou-nos do mundo das sequências