

Escola Midiológica

Marshall Mc Luhan

Muito celebrado nos anos 60, especialmente nos círculos publicitários, Marshall McLuhan causou sensação com sua abordagem inovadora dos fenômenos da comunicação. De forma diferente de outros teóricos, que privilegiam a mensagem na análise dos processos comunicativos, McLuhan elege como objeto de estudo o meio. O autor também enunciou uma série de princípios:

1. *Os meios são extensões dos sentidos humanos*: algumas formas de comunicação obtém melhores resultados. A capacidade de um meio agir depende do número de canais sensórios que ele chame a atuar, quando esteja operando adequadamente. Segundo McLuhan, a palavra falada preenche esses requisitos mais completamente que outros meios, porque exerce irresistível poder sobre a imaginação de quem ouve, além de ser a "linguagem natural do homem".

3. Aldeia Global - Se a palavra escrita mudou a forma de adquirir conhecimento, levando o homem a uma atitude conformista, o surgimento dos meios eletrônicos, de acordo com McLuhan, tornou a comunicação um ato capaz de reproduzir a simultaneidade plural do pensamento, devolvendo o homem a uma relação social anterior à imprensa. O "homem eletrônico" voltou a encontrar-se numa aldeia tribal de escala planetária, a Aldeia Global.

Na ALDEIA GLOBAL a mesma experiência comunicativa é compartilhada por diferentes culturas: a linguagem televisiva, por exemplo, é a mesma em qualquer país, independente da língua falada ou dos costumes locais.

4. O meio é a mensagem - Para McLuhan, "toda tecnologia gradualmente cria um ambiente humano totalmente novo" e a era eletrônica já criou o seu a partir do ambiente mecanizado da era industrial. McLuhan sustenta que "o novo ambiente reprocessa o velho tão radicalmente quanto a TV está reprocessando o cinema, pois o 'conteúdo da TV é o cinema". Na visão do autor, o que importa é o efeito mental imediato dos meios de comunicação e não as mensagens que veiculam.

Desta idéia surgiu a formulação mais polêmica de McLuhan: "O meio é a mensagem". E a mensagem de um meio é sempre outro meio (a mensagem da escrita é a fala; a da imprensa, a linguagem escrita; a do telégrafo, a palavra impressa, e assim por diante). A importância de um meio reside na mudança de escala nas relações humanas por ele introduzida (a noção de distância/tempo, por exemplo, mudou após a invenção do trem e do avião)

5. Meios quentes e frios - McLuhan faz uma distinção no efeito dos meios de comunicação: aqueles que prolongam um único dos sentidos humanos em alta definição (alta saturação de dados) são meios quentes (rádio e fotografia, por exemplo); os que permitem maior participação dos receptores no entendimento de seus enunciados são meios frios (fala, desenho, telefone, TV etc.).

Segundo Eco, a afirmação "o meio é a mensagem" é incorreta, pois existe, por parte do RECEPTOR, liberdade para interpretar as informações, atribuindo-lhes significados diferentes. "Ninguém controla o modo como o destinatário usa a mensagem - salvo em raros casos. Nesse sentido, ainda que tenhamos deslocado o problema, ainda que tenhamos dito 'o mídia não é a mensagem' mas 'a mensagem depende do código', não resolvemos o problema da era das comunicações", ressalva Eco a respeito do poder dos meios de comunicação e das formas de decodificação das mensagens por parte dos receptores. De acordo com Eco, McLuhan também não fornece as respostas para estas questões.

Leitura

- Visão, som e fúria