McLuhan visto pelos livros de Teorias da Comunicação[1]

Rodrigo Miranda BARBOSA[2]
Universidade Federal de Pernambuco – Campus Agreste, Caruaru, PE

RESUMO

O objetivo deste artigo é investigar como os livros de Teorias da Comunicação em português abordaram o pensamento de Marshall McLuhan, principalmente entre as décadas de 60 a 80. Realizamos uma análise de conteúdo a partir de uma bibliografia de 29 livros de Teorias da Comunicação, problematizando de que forma o trabalho de McLuhan é apresentado, criticado e utilizado. Concluímos que metade da bibliografia analisada não apresenta ou discute o trabalho do autor, mas que a bibliografia restante analisa minimamente os seus conceitos principais. Dentre estes, ressaltamos a incidência maior da análise dos conceitos de "o meio é a mensagem"; "extensões do homem" e "aldeia global". E, contrariando nossa hipótese inicial, o conceito de "meios quentes e meios frios" é um dos conceitos menos referenciados, além da ausência da relação de McLuhan com outros autores como o próprio Harold Innis.

PALAVRAS-CHAVE: Aldeia Global, O meio é a mensagem, Marshall McLuhan, Teorias da Comunicação.

Introdução

O objetivo deste artigo é investigar como os livros de Teorias da Comunicação publicados em português abordaram o pensamento de Marshall McLuhan, principalmente entre as décadas de 60 a 80.

O campo teórico da Comunicação é um campo de estudos jovem, que passou por diversas fases até a sua maturidade. Os livros sobre teorias da comunicação nos Estados Unidos só apareceram na década de 60, sendo o primeiro deles o de Melvin Defleur, *Theories of Mass Communication* (1966) (considerando o título do livro). Quando o livro de Defleur foi lançado, boa parte das teorias consideradas clássicas do campo já estavam assentadas, como a Teoria Hipodérmica, Teoria dos Dois Estágios e Escola de Frankfurt, para dar alguns exemplos.

No Brasil, livros dedicados as Teorias da Comunicação não demoraram muito para aparecer também. Um dos primeiros livros escritos por brasileiros sobre Teorias da Comunicação foi o *Informação. Linguagem. Comunicação*, de Décio Pignatari (1967).

---

[1] Trabalho apresentado no GP Teorias da Comunicação, XIX Encontro dos Grupos de Pesquisas em Comunicação, evento componente do 42º Congresso Brasileiro de Ciências da Comunicação.
[2] Professor da Universidade Federal de Pernambuco – Campus Agreste. rmbdesign@gmail.com

Alinhado a esse movimento, e em decorrência da crescente popularidade de McLuhan no mundo, os livros de McLuhan foram também rapidamente traduzidos para português. Desde 1969, temos obras de McLuhan traduzidas; cenário que só diminuiu com o aumento das críticas ao seu trabalho na década de 70 e a diminuição de sua popularidade. O livro póstumo *Laws of Media* (1988), por exemplo, nunca ganhou uma tradução para o português.

A chegada de McLuhan no Brasil encontrou um contexto de difícil adesão. Em 1964, mesmo ano de lançamento de *Understanding Media*, teve início a ditadura militar no Brasil. Esta, tida como amplamente apoiada pelos Estados Unidos, criou um cenário repulsivo a teóricos da América do Norte. Segundo Souza e Geraldes (2013), a ditadura deu o tom da produção científica no país, e uma geração de pesquisadores se dedicou em "desvelar" as manipulações dos meios de comunicação focando suas análises principalmente a partir de uma análise crítica com base na Escola de Frankfurt, por exemplo.

Queremos então entrelaçar esses dois movimentos: o surgimento de livros dedicados as Teorias da Comunicação e como esses livros apresentaram o trabalho de McLuhan no Brasil a partir da década de 60, em um cenário tão controverso.

Para compreender como McLuhan foi apresentado aos pesquisadores brasileiros, realizou-se pesquisa em uma extensa bibliografia sobre teorias da comunicação, desde 1960 até 1980. Concluímos que McLuhan foi adotado no Brasil de forma ambígua. Importantes teóricos de áreas diversas como sociologia, educação, antropologia, semiótica, literatura, perceberam em McLuhan um importante interlocutor, tais quais Luiz Beltrão, Anísio Teixeira, Décio Pignatari, entre outros.

Apesar disso, em um cenário que colocou o foco na manipulação, controle e censura dos meios de comunicação, os críticos atacaram sua popularidade - tida como uma jogada de publicidade-, seu conservadorismo, determinismo tecnológico e falta de cientificidade.

Metodologia

Para operacionalizar esta pesquisa, realizamos uma busca por livros que tinham foco em teorias da comunicação. Isso significou fazer uma busca pela junção de termos como "teoria" + "comunicação" ou "teorias" + "comunicação" ou ainda, seguindo a trilha de Luis Mauro de Sá Martino (2008), contemplando "fundamentos científicos da

comunicação", pois era o nome utilizado em diversas ementas de comunicação no Brasil até a década de 80 (REVISTA DE CULTURA VOZES, 1971).

Aproveitamos também para completar nossa lista bibliográfica com a indicação dos primeiros livros dedicados as teorias da comunicação segundo Luis Mauro de Sá Martino (2008). Então colocamos na composição a seguinte lista de livros:

- PIGNATARI, D. Informação. Linguagem. Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1967.
- MELO, J. M. Comunicação social: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1971.
- REVISTA DE CULTURA VOZES. Teoria da Comunicação. Petrópolis: Vozes, v. 65 n. 9, nov. 1971.
- REVISTA DE CULTURA VOZES. Escolas de Comunicação e Profissionalização. Petrópolis: Vozes, v. 66 n. 8, out. 1972.
- SÁ, Adísia (org.) Fundamentos científicos da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 1973.
- MOREIRA, R. Teoria da comunicação: ideologia e utopia. Petrópolis: Vozes, 1979.
- BELTRÃO, L. Teoria geral da comunicação. 3. edição. Brasília: Thesaurus, 1982.
- BELTRÃO, L. e QUIRINO, N. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1986.

A busca pelos termos referidos foi feita na Estante Virtual, maior agregador de sebos do Brasil, assim como nas bibliotecas da USP, UnB, UFPE (escolhidas por conveniência). A pesquisa no sistema de bibliotecas da UnB resultou em 31 registros até 1990, na UFPE, por teoria+comunicação, 31 registros e na USP, 55 livros. Já no site Estante Virtual encontramos 244 livros disponíveis. Destes, removemos aqueles repetidos e que não tinham relação efetiva com o tema das teorias da comunicação.

Ficamos então com uma seleção de livros de autores brasileiros e livros de autores estrangeiros que foram traduzidos para o português.

Lista de livros que compõem o corpo a ser analisado:

1. BELTRÃO, L. e QUIRINO, N. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1986.
2. BELTRÃO, L. Teoria geral da comunicação. 3. edição. Brasília: Thesaurus, 1982.
3. BERLO. David K. O processo da comunicação. 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1982
4. BURGELIN, Olivier. A Comunicação Social. São Paulo: Martins Fontes, 1970.
5. COELHO NETTO, J. Teixeira. Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo. São Paulo: Perspectiva, 1980. 222p.

6. COHN, Gabriel (org.). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Editora Nacional, 1977.
7. COHN, Gabriel. Sociologia da comunicação: teoria e ideologia. Petrópolis: Vozes, 1973
8. DANCE, Frank E. X. (Org.). Teoria da comunicação humana. São Paulo, Cultrix, 1973
9. DeFLEUR, Melvin. Teorias da comunicação de massa – Imprensa, cinema, rádio, televisão, Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
10. ENZENSBERGER, H.-M. Elementos para uma teoria dos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978
11. FIDELIS, Guido e GUIMARÃES, Torrieri (Org.) Antologia da Comunicação Social: teoria e prática. 1ª Ed. São Paulo: Sugestões Literárias, 1981.
12. GOLDBERG, Jacob Pinheiro. Teoria Social da Comunicação. São Paulo Ed. Cultural, 1969.
13. HOYOS-ANDRADE, R. E.. Introdução à Teoria da Comunicação. 1a.. ed. Assis SP: Instituto de Letras, História e Psicologia de Assis - UNESP, 1986.
14. LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Editora Saga, 1969.
15. MASER, Siegfried. Fundamentos da teoria geral da comunicação: uma introdução aos seus métodos e conceitos fundamentais. Tradução Leônidas Hegenberg, São Paulo: EPU, EDUSP, 1975.
16. MELO, J. M.. Comunicação social: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1971.
17. MELO, José Marques de. Comunicação: Teoria e Política. São Paulo: Summus, 1985.
18. MOREIRA, R. Teoria da comunicação: ideologia e utopia. Petrópolis: Vozes, 1979.
19. MORTENSEN, C. David. Teoria da comunicação: textos básicos. tradução de Nelson Pujol Yamamoto. 1980.
20. NASCIMENTO, Esdras do. Teoria da comunicação e literatura. Rio de Janeiro: Cátedra, 1975.
21. NEIVA JR., Eduardo. Comunicação. Teoria e prática social. São Paulo: Brasiliense, 1990.

22. PIGNATARI, D. Informação. Linguagem. Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1967.
23. PORTELLA, Eduardo. Teoria da Comunicação Literária. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1970.
24. REVISTA DE CULTURA VOZES. Escolas de Comunicação e Profissionalização. Petrópolis: Vozes, v. 66 n. 8, out. 1972.
25. REVISTA DE CULTURA VOZES. Teoria da Comunicação. Petrópolis: Vozes, v. 65 n. 9, nov. 1971.
26. SÁ, Adísia (org.) Fundamentos científicos da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 1973.
27. TONDO, Nádia Vellinho. Uma teoria integrada da comunicação linguística: introdução à gramática transformacional. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1974.
28. VELLOZO, Sérgio Luiz. Teoria geral da comunicação coletiva. Rio de Janeiro: Edições O Cruzeiro, 1969.
29. WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1987.

Na primeira etapa, separamos as referências a partir do nosso *tema* e estas compõem o nosso *inventário* geral. De acordo com Laurence Bardin (1994, p. 105):

> Fazer uma análise temática, consiste em descobrir os 'núcleos de sentido' que compõem a comunicação e cuja presença, ou freqüência de aparição podem significar alguma coisa para o objetivo analítico escolhido.

Para Bardin (1994) o processo de categorização pode ser feito de duas maneiras. A primeira consiste em fornecer um sistema de categorias e repartir em "caixas" os elementos na medida em que vão aparecendo. O segundo procedimento é aquele em que o sistema de categorias não é fornecido de antemão. As categorias que desenvolvemos são o resultado da classificação progressiva dos elementos. Sendo assim, o título conceitual de cada categoria só é definido no final da operação. Nossa opção é pelo segundo procedimento, uma vez que permite revelar os pontos mais fortes levantados pelos autores, não sendo então um olhar induzido sobre o inventário.

A segunda etapa consiste em realizar o processo de categorização. Trata-se de, a partir da análise dos textos selecionados, agrupar e classificar as referências em categorias. As categorias funcionam com nomes de caixas no quais distribuímos os itens de sentido classificados. Já a classificação refere-se à tarefa de distinguir elementos a partir de critérios capazes de colocar ordem.

Para Bardin (1994, p. 120), boas categorias devem ter as seguintes qualidades: (1) exclusão mútua – propõe que cada elemento não pode existir em mais de uma categoria; (2) homogeneidade – propõe que em uma categoria só pode existir uma dimensão de análise; (3) pertinência – quando a categoria é pertinente ao material de análise, correspondendo às características das mensagens; (4) objetividade e a fidelidade – o organizador deve definir de forma clara as variáveis que determinam a entrada de um elemento em uma categoria, a fim de garantir a objetividade e fidelidade da seleção; (5) produtividade – as categorias só são produtivas se ofereceram resultados férteis, ou seja, "hipóteses novas e em dados exatos" (1994, p. 121).

Uma breve introdução em cada categoria descreve a importância da mesma e que fenômenos estão sob esta denominação, ou seja, o núcleo de sentido desta categoria. Em seguida, apresentamos as discussões de cada autor, analisando a pertinência de suas discussões com a categoria inscrita. Uma observação importante é que não procuramos analisar a forma de construção e suas contradições ou as divergências entre os autores e em relação ao nosso trabalho. Cabe aqui esclarecer que os núcleos de sentidos aqui apresentados não são definidos *a priori*, e sim que foram definidos e redefinidos conforme análise das obras dos autores aqui selecionados.

Essa análise revelou importantes dados bibliográficos sobre a pesquisa em Comunicação no Brasil. A primeira delas é que dos livros selecionados (29 livros no total), apenas um livro cita o trabalho de Harold Innis (é o caso de TONDO, 1974). Outro dado muito importante é que 9 livros não fazem qualquer menção ao trabalho de McLuhan. Esse dado fica mais impressionante quando consideramos em conjunto àqueles livros que fazem apenas uma menção simples, sem qualquer discussão efetiva sobre o trabalho de McLuhan. Nesse caso, são também 9 trabalhos que apenas o mencionam brevemente[3]. Ao tomarmos essas duas categorias em conjunto, percebemos que, dos 29 livros, 18 não citam ou citam sem qualquer aprofundamento o trabalho desenvolvido por McLuhan.

Em 11 obras, procura-se discutir minimamente o trabalho de McLuhan; e é com base nestes que iremos desenvolver nossa análise de conteúdo de forma mais detalhada.

[3] Os livros que apenas citam uma única vez de forma breve ou apenas a menção de algum livro do McLuhan são: TONDO, 1974; REVISTA DE CULTURA VOZES, 1971; SÁ (et al), 1973; PORTELLA, 1970; MASER, 1975; MELO, 1971; FIDELIS; GUIMARÃES (Orgs), 1981; GOLDBERG, 1969; HOYOS-ANDRADE, 1986.

Alguns dos principais conceitos de McLuhan são, pelo menos, citados nas obras. Além disso, chama atenção a crítica com foco na popularidade de McLuhan a partir da década de 60, no determinismo tecnológico, nos erros históricos, linearidade do texto dentre outros.

As categorias propostas neste trabalho compõem-se da seguinte maneira: a) 7 livros fizeram referência ao conceito "O meio é a mensagem"; b) 3 citaram o conceito "Aldeia Global"; c) 3 citaram o conceito de "extensões do homem"; d) 3 citações ao conceito de divisão da história em diferentes eras comunicacionais; e) 3 citações sobre o conceito de "meios quentes e frios"; f) 3 autores citam o determinismo tecnológico; g) 2 citações sobre o método de escrita e de trabalho de McLuhan; h)1 autor cita erros históricos como uma das críticas.

Diante do espaço curto para discussão de todos os conceitos, vamos focar, nesse trabalho, na análise das categorias 1) "o meio é a mensagem"; 2) o conceito de "aldeia global"; e por fim 3) o conceito de "meios quentes e frios".

1. O meio é a mensagem

O meio é a mensagem é a proposta descrita por McLuhan para enfatizar que os meios de comunicação criam um ambiente e que os seus efeitos são importantes. Efeitos que quase sempre foram negligenciados e que, em grande parte, independem do conteúdo veiculado.

Identificamos 7 menções ao conceito "o meio é a mensagem" e com interpretações mais assertivas em relação ao pensamento de McLuhan (ENZENSBERGER, 1978; HOYOS-ANDRADE, 1985; COHN, 1977; PIGNATARI, 1967; PEREIRA, 1972; NASCIMENTO, 1975; COELHO NETTO, 1980).

É o caso da interpretação de Hoyos-Andrade, que explica o conceito afirmando "Isto quer dizer que o 'conteúdo', o 'significado' aparente, aquele que poderia ser reduzido a umas poucas 'ideias', não é sempre o mais importante numa mensagem." (1985, p. 91).

Pignatari, tradutor de livro de McLuhan, tem um olhar mais próximo ao dele. Chamando a atenção para o fato de que o meio de comunicação é a verdadeira mensagem e o conteúdo um meio anterior que se "artistifica".

Basílio M. Pereira, no artigo "O Simbólico nos Mass Media" (1972), vê o conceito de "o meio é a mensagem" pelo prisma do determinismo tecnológico, pois reforça a

presença da técnica. Na mesma linha, Esdras do Nascimento afirma que "Até mesmo na interpretação de fenômenos de consequências mais drásticas há recorrência ao papel desempenhado pelos mass media." E apontando que "McLuhan chega ao exagero de dizer que Hitler foi resultado direto do rádio e que não haveria a guerra do Vietnã se não existisse a tevê" (1975, p. 16).

As interpretações, apesar de não se aprofundarem muito na análise, foram coerentes com as explicações dadas por McLuhan. E, como percebemos, muitas vezes a discussão do conceito vem acompanhada por uma crítica ao foco nos meios de comunicação e que, em alguns casos, ganha a visibilidade na crítica do determinismo tecnológico, que discutiremos posteriormente.

2. Aldeia Global

Nesta categoria consideramos as incidências da própria expressão "aldeia global" ou do conceito conforme elaborado por McLuhan.

McLuhan estudou as diferenças estruturais que novos meios de comunicação trouxeram desde a mudança da oralidade para a escrita manuscrita, e então para o processo de impressão e o surgimento dos meios eletrônicos. Segundo McLuhan, com o desenvolvimento destes meios eletrônicos, certas características do tipo de sociedade oral foram retomadas. Esse fenômeno é o que o autor denomina de Aldeia Global. Em uma aldeia todos estão conectados, pois o que acontece com qualquer membro da comunidade afeta a todos. Esse nível de interdependência teria sido quebrado pelo isolamento da escrita fonética, pois a leitura individual seria *destribalizadora*. De acordo com o autor, "A nova interdependência eletrônica recria o mundo à imagem de uma aldeia global" (1972, p. 50).

Autores críticos a esse conceito geralmente fazem uma má interpretação deste. Enzensberger (1978) o descreve da seguinte maneira: "Tal e qual um novo Rousseau – débil reflexo, como todas as cópias – proclama o evangelho dos novos primitivos, convidando à volta a uma existência tribal pré-histórica na 'aldeia global', se bem que um nível mais elevado." (1978, p. 116).

Luiz Beltrão e Newton Quirino explicam de forma diferente o mesmo conceito:

> O mundo retribalizado não é propriamente uma volta aos tempos primitivos, mas a unificação de seu sistema nervoso num todo, em consequência da ação dos meios eletrônicos de comunicação, no século XX: o rádio e a televisão. A voz e a imagem dão a volta ao mundo instantaneamente e, assim, todos os seres

> humanos convivem numa grande 'Aldeia Global' (Global Village), ao alcance de qualquer um, em qualquer momento, em qualquer lugar. (1986, p.126)

Ou seja, Enzensberger (1978) interpretou como se o conceito de Aldeia Global fosse um retorno completo ao tribalismo, como um ambiente bucólico e primitivo, diferente do que o próprio McLuhan explica em detalhes.

Estas foram as duas citações que encontramos na literatura analisada e que mostram como são opostos os pontos de vistas a partir de um mesmo conceito elaborado por McLuhan.

3. Meios quentes e frios

McLuhan iniciou sua análise dos efeitos dos meios de comunicação a partir da relação que estes meios têm com o sensório humano. Os sentidos são compreendidos como interdependentes, isso significa dizer que, quando algum meio de comunicação solicita algum sentido com mais intensidade, os outros sentidos acabam se adaptando. Luiz Costa Lima explicou esse conceito na sua apresentação do artigo de McLuhan da seguinte maneira: "Quando um destes sentidos predomina sobre os demais, toda a *ratio* compreensiva do homem se modifica e a apreensão do todo, dependente agora da exclusividade de um canal receptor (o sentido privilegiado), se deforma" (LIMA, 1969).

Para McLuhan, qualquer alteração nesse equilíbrio entre os sentidos faz com que também sejam modificadas as formas pelas quais as pessoas organizam a experiência. Para empreender essa análise, o autor estabelece duas categorias: meios quentes (*hot media*) e meios frios (*cool media*)[4].

Os meios quentes seriam aqueles meios que prolongam apenas um dos sentidos e em alta definição, ou seja, uma elevada quantidade/clareza de informação. Uma vez que o suporte/mensagem dá muita informação ao receptor, os seus sentidos são pouco requisitados e a consciência não precisa completar a informação. Alguns exemplos dados por McLuhan de meios quentes são o rádio, cinema, alfabeto fonético e a fotografia. O rádio, por exemplo, nos fornece informação em alta definição, estendendo apenas o

[4] Trata-se de um conceito auxiliar para uma distinção maior que McLuhan desenvolveu durante toda a sua carreira entre meios de comunicação que favoreciam ou o espaço visual ou o espaço acústico. Na tradução do livro de McLuhan (1969), Décio Pignatari traduz os termos como meios quentes e meios frios, isso acaba removendo a ambiguidade estabelecida por McLuhan ao utilizar o termo *cool media*. O significado de "cool" utilizado por McLuhan significa um maior envolvimento dos sentidos, uma vez que se refere a gíria *cool*, proveniente do *cool jazz*, legal, descolado, envolvente.

sentido da audição. Já os meios frios são aqueles que prolongam, ou requisitam, mais de um sentido ao mesmo tempo, mas em baixa definição, ou seja, é necessário que o receptor interaja com os seus sentidos de forma mais ativa para completar a informação. Os exemplos dados são o telefone, a fala, a televisão e a caricatura. A fala, para McLuhan, "é um meio frio de baixa definição, porque muito pouco é fornecido e muita coisa deve ser preenchida pelo ouvinte". (1969, p. 38). A escrita em hieroglífico é um meio frio, pois boa parte de seu significado depende da interpretação, em que deve ser preenchida pelo receptor e por ser de baixa intensidade. Uma vez estendido apenas um sentido e de forma intensa, isso faz com que o meio de comunicação perturbe o equilíbrio das relações entre os diferentes sentidos. Por isso, é preciso um reordenamento dos sentidos para recuperar o equilíbrio. O sistema nervoso central então deve agir para se livrar da pressão exercida pela extensão de um dos sentidos. A resposta dada por McLuhan é a auto-amputação, a ação de isolar o canal sensorial: "Tudo o que ameaça a sua função deve ser contido, localizado ou cortado, mesmo ao preço da extração total do órgão ofendido" (1969, p. 61)

Este conceito estabelecido por McLuhan foi alvo de importantes críticas. Recorrentemente em entrevistas e programas de televisão foi questionado sobre o que queria dizer com a televisão ser um meio frio[5]; a ponto de ser tema de discussão em sua aparição no filme *Noivo Neurótico, Noiva Nervosa* (1977), dirigido por Woody Allen.

Encontramos três citações ao conceito de "meios quentes e meios frios" na bibliografia analisada (BELTRÃO e QUIRINO, 1986, p. 129; LIMA, 1969; NASCIMENTO, 1975). A mais importante é a de Esdras do Nascimento, que se baseia nas críticas conhecidas de Sidney Finkelstein e de seu livro *McLuhan: Filosofia da Insensatez* (1969), dedicado a fazer oposição a McLuhan.

Segundo Finkelstein, "não foram as tecnologias que mudaram os sentidos, mas o processo lento do trabalho, novas sensibilidades. Eles mudaram em relação a uma realidade externa e não o contrário. É a realidade que mudou e não a invenção que muda."

Apesar disso, Esdras do Nascimento apresenta o questionamento de Finkelstein sobre as razões da China não ter desenvolvido o livro, mas logo em seguida, na página 46 ele retoma o argumento e explica através de McLuhan como isso aconteceu, concordando com este.

[5] Os críticos apontaram que a televisão não poderia ser um meio frio, pois ele estendia mais que um sentido uma vez que era audiovisual e com alta definição. Isso fez com que, segundo Meyrowitz (2003, p. 198) muitos brincassem dizendo que McLuhan tinha uma televisão defeituosa em casa. O fato é que a televisão de fato tinha menos linhas de definição do que o cinema da época, de acordo com Meyrowitz.

Segundo Carey (2005), o conceito de meios quentes e meios frios foi considerado, por muitos, equivocadamente, como elemento central do pensamento de McLuhan. A crítica a este conceito, em alguns casos, levava à desconsideração de todo o trabalho desenvolvido pelo autor.

> However, it is the least satisfactory of all McLuhan's concepts and arguments. This is unfortunate, because for most critics it is the terms "hot" and "cool" which are taken to be McLuhan's principal contribution to the study of media, and a lot of unanswerable critical fire can be heaped on McLuhan at this point. (Carey, 2005, p. 206)[6]

Um apontamento curioso é que ele não teve a mesma repercussão dos livros em português de teorias da comunicação. O conceito aparece em três livros publicados no Brasil, situação bem diferente de outros conceitos como "o meio é a mensagem". Ou seja, a atenção dada ao conceito pelo público norte-americano difere completamente do que foi publicado nos livros de teorias da comunicação disponíveis ao público brasileiro.

Críticas sobre a popularidade de McLuhan / Repercussão

A popularidade de McLuhan foi o que mais impressionou muitos autores no Brasil desde a década de 60. Possivelmente a falta de distanciamento histórico fez com que muitas citações ao seu trabalho fossem primariamente discutidas a partir desse aspecto.

A primeira parte dessa crítica é a popularidade em si e as diferentes nomenclaturas e *status* que McLuhan recebeu e atingiu. É o caso de Gabriel Cohn, que afirma que "Ser qualificado como 'o mais importante pensador desde Newton, Darwin, Freud, Einstein, e Pavlov' pelo New York Herald Tribune dificilmente terá causado muita estranheza a Marshall McLuhan." (1977, p. 363). Ou Enzensberger (1978), por exemplo, que descreve McLuhan como um "ventríloquo e profeta de uma vanguarda apolítica ou o porta-voz da burguesia ideologicamente estéril".

Sua popularidade e quase unanimidade, segundo Lima, foi paulatinamente quebrada diante das críticas: "Aos poucos, à medida que suas obras foram sendo digeridas, quebrou-se a unanimidade do assombro: a veemência dos admiradores passou a contar com a contra-veemência dos acusadores." (1969, p.141)

[6] No entanto, ele é o menos satisfatório de todos os conceitos e argumentos de McLuhan. Isso é lamentável, porque, para a maioria dos críticos são os termos "quente" e "cool", que são tidas como diretor contribuição de McLuhan ao estudo dos meios de comunicação, e um monte de fogo crítico irrespondível pode ser empilhado sobre McLuhan neste momento. (Carey, [1967] 2005, p. 206)

A atenção dada a McLuhan foi explicada como uma estratégia publicitária, bem como pelo ultrajante salário que o autor iria receber em 1967 como professor visitante em Nova York. "Dez anos após o seu estrondoso sucesso publicitário, reforçado com a divulgação da notícia dos altos salários de seu autor, a obra de McLuhan começou a sofrer sérias objeções" (BELTRÃO e QUIRINO, 1986, p.129).

Esse sucesso publicitário não seria por acaso:

> É que a 'moda' de McLuhan não é espontânea: foi desencadeada, nos EUA, através de uma operação profissional, dirigida por um escritório de assessoria de empresas de São Francisco, "Generalists, Inc", de Gossage e Feigen (dos quais o primeiro publica um artigo revelador na coletânea de Stearn, citada acima). (COHN, 1977, p. 369)

Segundo Cohn, essa estratégia teve que desmerecer o livro anterior *The Mechanical Bride* (1951), por causa da crítica a publicidade. Com isso,

> se não provocaram, ao mesmo reforçaram a tendência de McLuhan no sentido de passar de uma visão crítica dos meia e da indústria da propaganda à melancólica condição de candidato a 'filósofo favorito da Madison Avenue' (1977, p. 369).

Mas sua popularidade também acabou forçando a sua entrada em livros na área que não podiam fugir à importância de McLuhan.

Luiz Costa Lima incluiu um artigo de McLuan no seu livro, aparentemente, quase contrariado. A composição do sumário foi feita basicamente com autores de foco crítico como Adorno, Benjamin, Marcuse, entre outros; o que pareceu refletir o contexto social do país diante da ditadura militar. Lima realizou um comentário antes de cada artigo de seu respectivo autor. No caso do comentário antes do artigo "Visão, Som e Fúria" de McLuhan o tom foi em grande parte crítico. Ele começou justamente falando sobre o impacto da popularidade de McLuhan, dizendo que este "causou o maior impacto intelectual-publicitário da vida norte-americana" (LIMA, 1969, p.141).

A popularidade de McLuhan acabou sendo vista como algo pejorativo, principalmente pelos autores relacioná-la com a publicidade. Sendo assim, sua popularidade não se deu por mérito teórico, mas por uma ação estratégica encomendada e frases de efeito que tomaram a cena midiática de assalto.

Discussão dos resultados

Apesar da popularidade de McLuhan no início da década de 60, os livros de teorias da Comunicação de autores brasileiros ou de autores estrangeiros traduzidos para o português pouco discutiram seu trabalho. Livros mais atuais de teorias da comunicação são um pouco diferentes do que encontramos até 1990; é o caso do livro de Denis McQuail (2003) que dedicou um capítulo ao trabalho de Innis e McLuhan. Aluízio Trinta e Ilana Polistchuk (2003) fizeram o mesmo com um capítulo denominado "Paradigma Midiológico", além de Francisco Rüdiger (2011, p. 120-124), entre outros (SERRA, 2007, p. 82-87).

Outro ponto importante percebido a partir da análise dessas obras foi a ausência de Harold Innis na maioria das apresentações do trabalho de McLuhan. Quando a escola de pensamento é apresentada (Escola de Toronto de Comunicação, *Media Ecology*, Teoria do Meio), geralmente a nomenclatura escolhida utiliza apenas o nome de McLuhan como título.

Não raro, o autor é considerado como o "inclassificável". Em meio às diversas tradições e teorias, o nome de McLuhan aparece por vezes como um nome de "corrente", isolado em sua ilha teórica sem qualquer relação com outros pesquisadores (Martino, 2008).

Diferente talvez do que acontece em outros países, no Brasil, o pensamento sobre Innis e McLuhan quase sempre ficou restrito a este último e encarado como um autor isolado. Prova disso é que o livro de teorias da comunicação mais utilizado no país cita McLuhan como um teórico isolado e apenas em uma nota de rodapé. (Wolf, 1995, p. 94). Caso que não é exclusivo desta obra.

O isolamento de McLuhan pode ser percebido também pela trajetória histórica dos dois pesquisadores. Innis foi um economista de grande prestígio tanto nos Estados Unidos quanto no Canadá, mas seus textos sobre a comunicação foram em grande parte negligenciados pelos economistas, assim como pelos comunicólogos. Basta dizer que seus trabalhos não foram traduzidos para o francês, um dos idiomas oficiais do Canadá. Muito diferente de seu compatriota, o professor de literatura McLuhan foi um fenômeno mediático e intelectual que abalou o mundo, publicando uma série de livros e artigos sobre meios de comunicação, enquanto a produção vista como comunicacional de Innis se desenvolveu de forma mais intensa apenas nos últimos 10 anos de sua vida. Como resultado, a quantidade de livros que discutem McLuhan é largamente superior ao contrário de Innis que tem três biografias publicadas em inglês (Creighton, 1978; Heyer,

2003; Watson, 2008) e a produção que discute seu trabalho não ultrapassa uma dezena de livros. Juntamo-nos, assim, a Derrick de Kerckhove (1989) (ex-diretor do *The McLuhan Program in Culture and Technology*), ao enfatizar que as diferentes nomenclaturas que agrupam o pensamento destes autores nos permitem a recuperar o pensamento de Innis e nos ajudam a entender que McLuhan não era um autor isolado, apontando pontos em comum entre eles e entre McLuhan e outros autores.

REFERÊNCIAS

BARDIN, Laurence. *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70, 1994.
BELTRÃO, L. e QUIRINO, N. Subsídios para uma teoria da comunicação de massa. São Paulo: Summus, 1986.
BELTRÃO, L. Teoria geral da comunicação. 3. edição. Brasília: Thesaurus, 1982.
BERLO. David K. O processo da comunicação. 7. ed. São Paulo: Martins Fontes, 1982
BURGELIN, Olivier. A Comunicação Social. São Paulo: Martins Fontes, 1970.
CAREY, James W.. "Harold Adams Innis and Marshall McLuhan.". In: GENOSKO, Gary (eds.). Marshall McLuhan: Critical Evaluations in Cultural Theory. Volume I. New York, Routledge: 2005. P. 193-220. Reimpresso de CAREY, James W.. "Harold Adams Innis and Marshall McLuhan." Antioch Review (spring), 5-39, 1967.
COELHO NETTO, J. Teixeira. Semiótica, informação e comunicação: diagrama da teoria do signo. São Paulo: Perspectiva, 1980. 222p.
COHN, Gabriel (org.). Comunicação e Indústria Cultural. São Paulo: Editora Nacional, 1977.
COHN, Gabriel. Sociologia da comunicação: teoria e ideologia. Petrópolis: Vozes, 1973.
CREIGHTON, Donald Grant. Harold Innis: Portrait of a Scholar. Toronto: University of Toronto Press, 1978.
DANCE, Frank E. X. (Org.). Teoria da comunicação humana. São Paulo, Cultrix, 1973.
de KERCKHOVE, Derrick "McLuhan and The Toronto School of Communication". In: Canadian Journal of Communication, Vol 14, No 4, 1989. p.73-79.
DeFLEUR, Melvin. Teorias da comunicação de massa – Imprensa, cinema, rádio, televisão, Rio de Janeiro: Zahar, 1971.
DeFLEUR, Melvin. Theories of Mass Communication. 1966
ENZENSBERGER, H.-M. Elementos para uma teoria dos meios de comunicação. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978
FIDELIS, Guido e GUIMARÃES, Torrieri (Org.) Antologia da Comunicação Social: teoria e prática. 1ª Ed. São Paulo: Sugestões Literárias, 1981.
FINKELSTEIN, Sidney Walter. McLuhan: A filosofia da insensatez. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1969
GOLDBERG, Jacob Pinheiro. Teoria Social da Comunicação. São Paulo Ed. Cultural, 1969.
HEYER, P. Harold Innis. Lanham: Rowman & Littlefield, 2003.
HOYOS-ANDRADE, R. E. . Introdução à Teoria da Comunicação. 1a.. ed. Assis SP: Instituto de Letras, História e Psicologia de Assis - UNESP, 1986.
LIMA, Luiz Costa (org.). Teoria da Cultura de Massa. Rio de Janeiro: Editora Saga, 1969

MARTINO, Luis Mauro Sá. A ilusão teórica no campo da comunicação. Famecos, n. 38. junho-. agosto. Porto Alegre, 2008.
MASER,Siegfried – Fundamentos da teoria geral da comunicação: uma introdução aos seus métodos e conceitos fundamentais. Tradução Leônidas Hegenberg, São Paulo: EPU, EDUSP, 1975.
McLUHAN, Marshall; McLUHAN, Eric. Laws of Media: The New Science. Toronto, Buffalo and London: University of Toronto Press, 1988.
MELO, J. M.. Comunicação social: teoria e pesquisa. Petrópolis: Vozes, 1971.
MELO, J. M.. Comunicação: Teoria e Política. São Paulo: Summus, 1985.
MEYROWITZ, Joshua. "Canonic Anti-Text: Marshall McLuhan's Understanding Media." In: KATZ, E., PETERS, J., LIEBES, T., ORLOFF, A. (Eds.). Canonic Texts in Media Research: Are There Any? Should There Be Any? How About These?, Polity Press, 2003, p.191-212.
MOREIRA, R. Teoria da comunicação: ideologia e utopia. Petrópolis: Vozes, 1979.
MORTENSEN, C. David. Teoria da comunicação: textos básicos. tradução de Nelson Pujol Yamamoto. 1980.
NASCIMENTO, Esdras do. Teoria da comunicação e literatura. Rio de Janeiro: Cátedra, 1975.
NEIVA JR., Eduardo. Comunicação. Teoria e prática social. São Paulo: Brasiliense, 1990.
PEREIRA, Basílio M.. "O Simbólico nos Mass Media". In: REVISTA DE CULTURA VOZES. Escolas de Comunicação e Profissionalização. Petrópolis: Vozes, v. 66 n. 8, out. 1972.
PIGNATARI, D. Informação. Linguagem. Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1967.
PIGNATARI, D. Informação. Linguagem. Comunicação. São Paulo: Perspectiva, 1967.
PORTELLA, Eduardo. Teoria da Comunicação Literária. Rio de Janeiro, Tempo Brasileiro, 1970
REVISTA DE CULTURA VOZES. Escolas de Comunicação e Profissionalização. Petrópolis: Vozes, v. 66 n. 8, out. 1972.
REVISTA DE CULTURA VOZES. Teoria da Comunicação. Petrópolis: Vozes, v. 65 n. 9, nov. 1971.
SÁ, Adísia (org.) Fundamentos científicos da Comunicação. Petrópolis: Vozes, 1973.
SOUSA, Janara; GERALDES, E.. "A trajetória do pensamento de McLuhan no contexto da pesquisa em Comunicação no Brasil". Revista FAMECOS (Impresso), v. 20, p. 108-130, 2013.
TONDO, Nádia Vellinho. Uma teoria integrada da comunicação linguística: introdução à gramática transformacional. 2. ed. Porto Alegre: Sulina, 1974.
VELLOZO, Sérgio Luiz. Teoria geral da comunicação coletiva. Rio de Janeiro: Edições O Cruzeiro, 1969.
WATSON, Alexander John. Marginal Man. The Dark Vision of Harold Innis. Toronto, University of Toronto Press, 2006.
WOLF, Mauro. Teorias da Comunicação. Lisboa: Presença, 1987.