

O meio é a massagem
Marshall McLuhan
Quentin Fiore

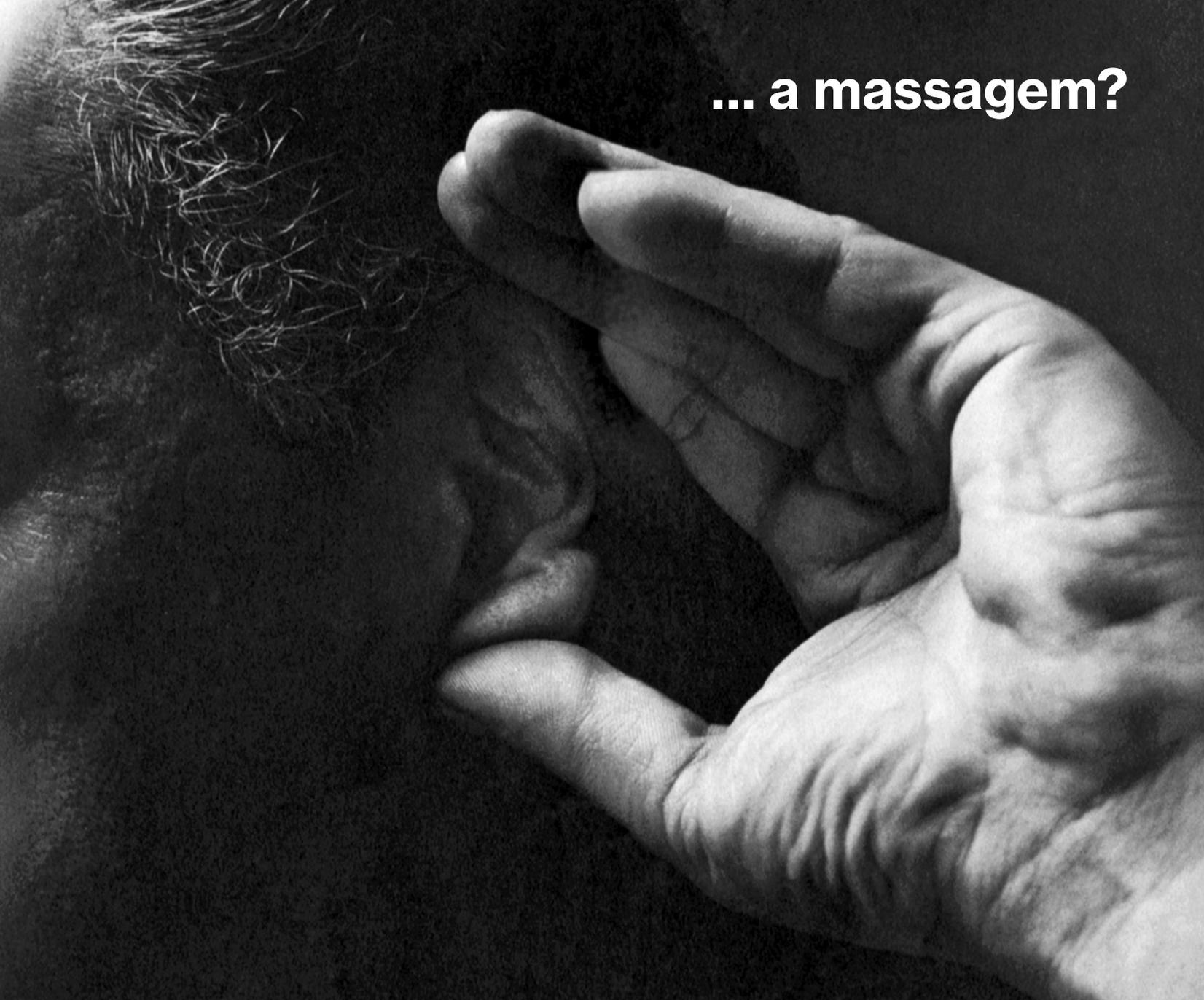
Um inventário de efeitos

ubu

Organizado por Jerome Agel



... a massagem?



ecomo!

**“Os maiores progressos da civilização são processos
que quase destroem as sociedades onde ocorrem.”**

– A. N. Whitehead

O meio, ou processo, do nosso tempo – a tecnologia eletrônica – vem mudando a forma e a estrutura dos padrões de interdependência social e todos os aspectos da nossa vida pessoal. Ele nos obriga a reconsiderar e reavaliar praticamente cada ideia, cada ação e cada instituição que antes nos pareciam estabelecidas. Tudo está mudando – você, sua família, seu bairro, sua formação, seu emprego, seu governo, sua relação com “os outros”. E mudando dramaticamente.

As sociedades sempre foram mais moldadas pela natureza das mídias que as pessoas usam para se comunicar do que pelo conteúdo da comunicação. O alfabeto, por exemplo, é uma tecnologia absorvida pelas crianças ainda novas de maneira totalmente inconsciente – por osmose, pode-se dizer. As palavras e o significado das palavras predispõem a criança a pensar e agir, automaticamente, de certas maneiras. A tecnologia do alfabeto e da imprensa fomentou e estimulou um processo de fragmentação, um processo de especialização e desarticulação. A tecnologia eletrônica fomenta e estimula a unificação e o envolvimento. É impossível entender as mudanças sociais e culturais sem saber como as mídias funcionam.

O antigo treinamento da observação tornou-se praticamente irrelevante neste novo tempo, porque se baseia em reações e concepções psicológicas condicionadas pela tecnologia passada: a mecanização.

Inúmeras confusões, e um sentimento profundo de desespero, nunca deixam de emergir em períodos de grande transição tecnológica e cultural. Nossa “Era da Ansie-



30 milhões de caminhões de brinquedo foram comprados nos EUA em 1966.

dade” resulta, em grande parte, na tentativa de realizar tarefas de hoje com ferramentas de ontem – com conceitos de ontem.

A juventude entende instintivamente o ambiente de hoje – o drama eletrônico. Ela vive miticamente e em profundidade. É esta a causa do grande estranhamento entre as gerações. Guerras, revoluções, insurreições civis são interfaces contidas nos novos ambientes criados pelos meios eletrônicos de informação.

“No estudo das ideias, é necessário lembrar que a insistência numa clareza obstinada se origina numa percepção sentimental que, como um nevoeiro, encobre as perplexidades do fato. A insistência na clareza a todo custo se baseia numa pura superstição quanto ao modo como funciona a inteligência humana. Nossos raciocínios são capazes de qualquer coisa por uma premissa, mas flutuam preguiçosamente por uma dedução.”

– A. N. Whitehead, “Adventures in ideas”

Nosso tempo é um tempo de ultrapassar barreiras, apagar antigas categorias – e sondar o mundo à nossa volta. Quando dois elementos aparentemente díspares são combinados de forma imaginativa, justapostos de maneiras novas e singulares, é comum surgirem descobertas espantosas.

O aprendizado, o processo educacional, é há muito associado a um ar sempre solene. Fala-se da “seriedade” do estudante. Nosso tempo nos proporciona a oportunidade única de aprender através do humor – uma piada perceptiva ou aguda pode significar mais que platitudes reunidas entre as capas de um livro.

O meio é a mensagem é um apanhado do que está acontecendo. É um colide-oscópio de situações em interface.

Os estudantes de comunicação são repetidamente tachados de escapistas, que se concentram em vão nos percursos ou processos em lugar dos “conteúdos”. As mudanças bruscas e dramáticas do “conteúdo” escapam a esses críticos. A sobrevivência não é possível para quem aborda seu ambiente, o drama social, com um ponto de vista fixo e imutável – uma reação mecânica e repetitiva ao que não se percebe.



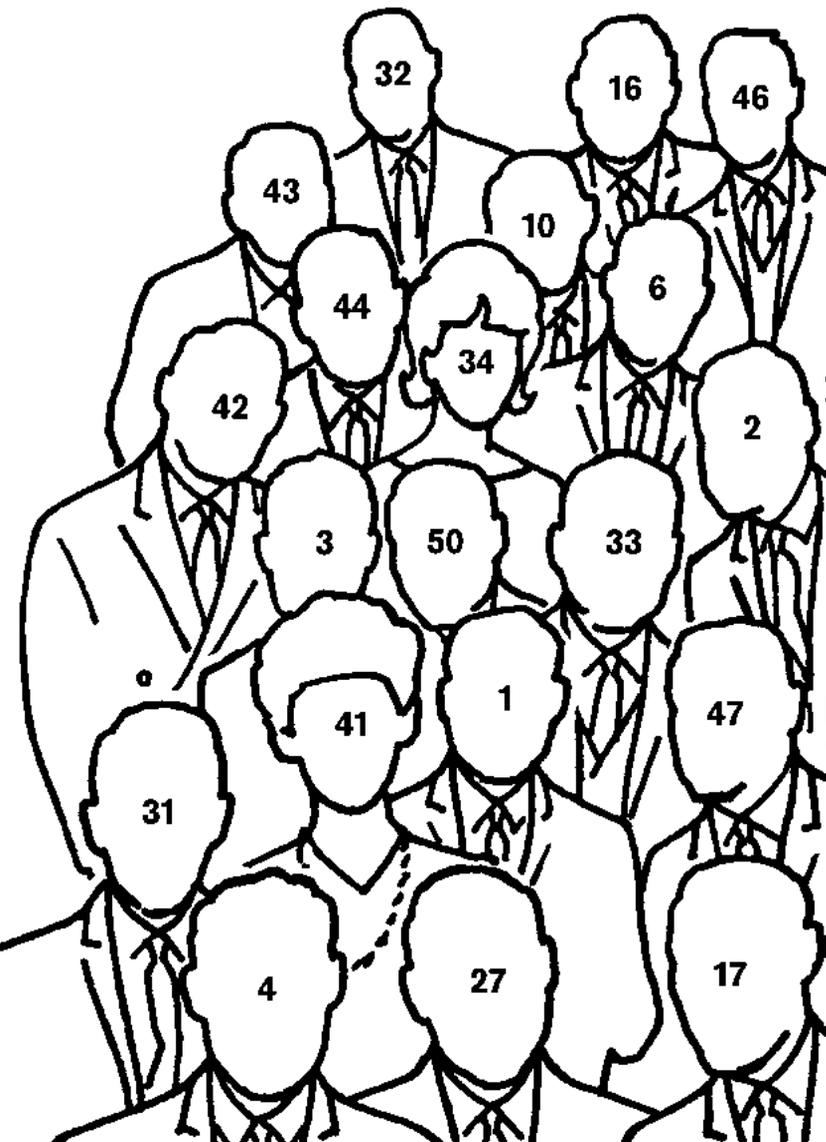
sua família



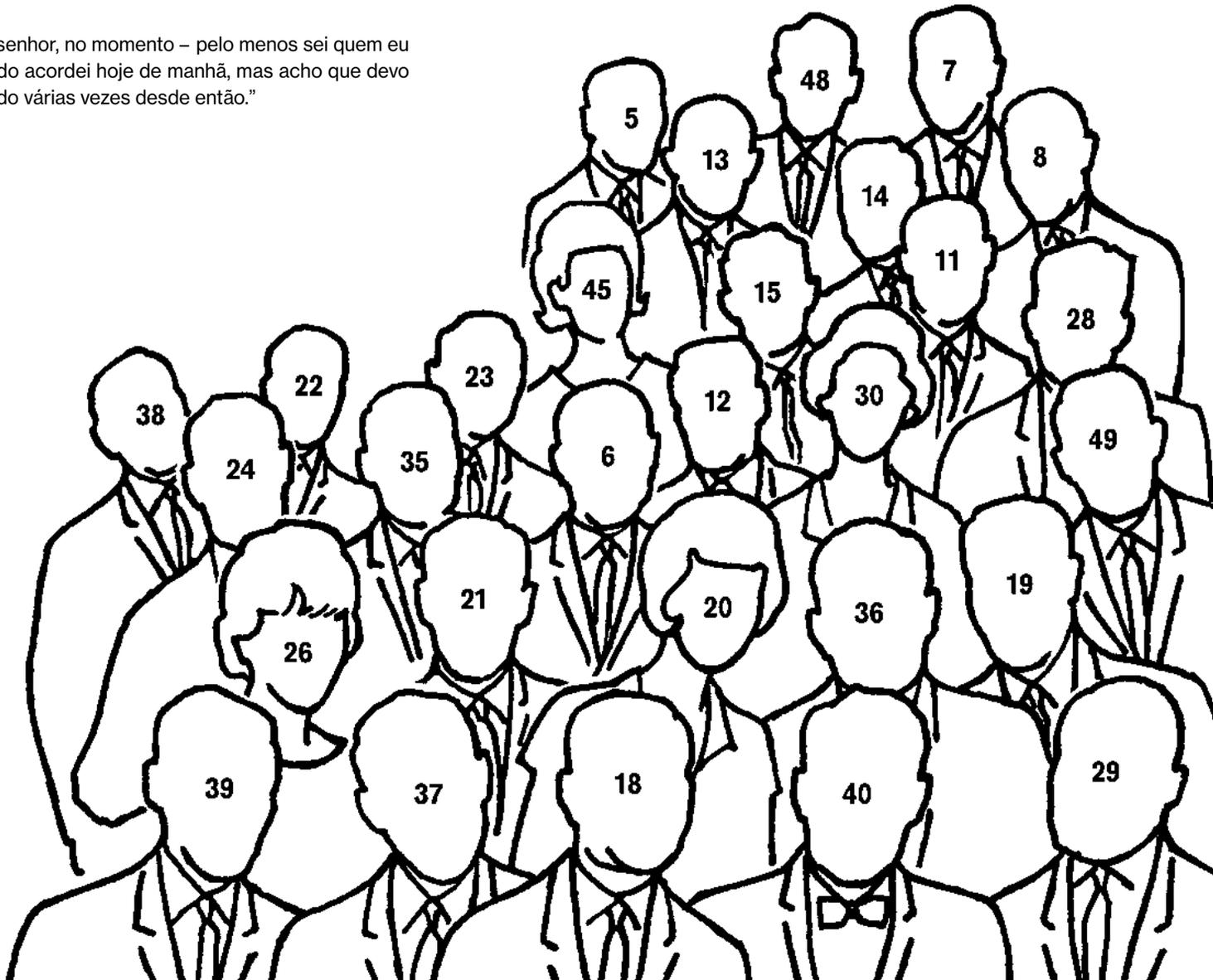
O círculo familiar se expandiu. O torvelinho global de informação gerado pelas mídias eletrônicas – os filmes, o satélite, o voo – ultrapassa em muito qualquer possível influência que mamãe e papai ainda possam ter. O caráter não é mais formado só por dois indivíduos especializados, mas tateantes. Hoje, todo mundo é sábio.



“... e você, quem é?”



“Não sei, senhor, no momento – pelo menos sei quem eu era quando acordei hoje de manhã, mas acho que devo ter mudado várias vezes desde então.”





“É o seguinte, papai. O professor McLuhan ensina que o ambiente que o homem cria se transforma no meio que emprega para definir o papel que lhe cabe nele. A invenção da tipografia criou o pensamento linear, ou sequencial, separando o pensamento da ação. Agora, com a TV e a música folk, o pensamento e a ação estão mais próximos e o envolvimento social ficou maior. Voltamos a viver numa aldeia. Sacou?”

Página 1: A marca comercial é impressa numa gema crua de ovo por uma técnica sem contato nem pressão. Imagine as possibilidades que esse dispositivo pode gerar!

Capa Foto Peter Moore
1 Eugene Anthony, para a *Newsweek*.
2–3 United Press International, Inc.
4–5 Peter Moore
9 Anthony Petrocelli, para a *ArtCarved*.
15–16 Peter Moore
19–20 The Advertising Council, Inc.
21–22 Foto Peter Moore
23–24 The Art Institute of Chicago
27–31 Peter Moore
32–33 Peter Moore
34–35 Peter Moore
36–37 Peter Moore
38–39 Peter Moore
46–47 General Dynamics, Convair Division.
51 Biblioteca Pierpont Morgan
52–53 Antigo Kaiser-Friedrich Museum, Berlim.
56–57 Peter Moore
58–60 Chas Moore, Black Star.
62 Peter Moore
64–65 Radio Corporation of America
66–67 N. R. Farbman, para a *Time*, Inc.
70 Robert J. Day
71, 73 Foto David Plowden; Quadro Biblioteca Pública de Nova York.
74–75 Foto Peter Moore
77 Peter Moore
78 Tony Rollo, para a *Newsweek*.
79 Bernard Gotfryd, para a *Newsweek*.
80–81 United Press International, Inc.
82–83 Otto C. Prinz
86–87 Otto C. Prinz
89 William Woodman
90 Foto Peter Moore
91 Foto Culver Pictures
93 Culver Pictures
94–95 Janus Films
96 Ute Klophaus
97 Joseph Stanley
98–99 Peter Moore
101 Culver Pictures
102–03 Wide World Photos, Inc.
104–06 Jerrold N. Schatzberg, para a gravadora Columbia.
105 © 1965 by M. Witmark & Sons. Uso permitido.
108–09 Steve Schapiro

112 Museum of Fine Arts, Boston; Pierce Fund;
Glyptothek NY Carlsberg.
115 Memory Studies
116 Peter Moore
118 Bell Telephone Laboratories
119 Harvey Gross, Creative Images.
120 James Joyce, *Finnicius Revém*, trad. Donald Schüller.
São Paulo: Ateliê Editorial, 2003, p. 199.
121 Fotos Peter Moore
124 “Hier et Demain”, publicado por J. Hetzel, Paris, 1910 © Título da
imagem “Au XXIX Siècle; La Journée d’un Journaliste Américain
en 2889”, por Jules Verne—Col. Claude Kagan.
126–27 United Press International, Inc.
129–30 Chas Moore, para a *Black Star*.
131 Variety
133–36 Tiofoto Bildbyrå
137 United Press International, Inc.
139 CBS News
142 Mort Gerberg
143–45 Wide World Photos, Inc.
146 Divisão de Rádio, TV e Audiovisual, Igreja Presbiteriana Unida
dos EUA.
148–49 © 1965, by The New York Times Co. Reproduzido com permissão.
150–51 United California Bank, Los Angeles, Califórnia.
160 Wide World Photos, Inc.

© Ubu Editora, 2018

© 1967, Marshall McLuhan, Quentin Fiore & Jerome Agel, all rights are reserved by Jerome Agel throughout the world. Published by arrangement with Gingko Press. “All Rights Reserved.”

Coordenação editorial: Elaine Ramos e Florencia Ferrari/Assistentes: Isabela Sanches e Júlia Knaipp/Preparação: Daniel Benevides/Revisão: Daniela Uemura/Design: Quentin Fiore (miolo), YES (capa), com adaptação para o português de Livia Takemura/Produção gráfica: Lilia Góes/Impressão: Ipsis Nesta edição, respeitou-se o novo *Acordo Ortográfico da Língua Portuguesa*.

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

Bibliotecária Bruna Heller – CRB 10/2348

McLuhan, Marshall, [1911–1980] / O meio é a mensagem: um inventário de efeitos [*The Medium is the Massage*, 1967] / Marshall McLuhan, Quentin Fiore; organizado por Jerome Agel / Tradução: Sergio Flaksman / São Paulo: Ubu, 2018. / 160 pp. / ISBN 978 85 92886 90 5 / 1. Comunicação – Ciência. 2. Meios de comunicação. 3. Sociologia da comunicação. I. Fiore, Quentin. II. Flaksman, Sergio. III. Título. / CDD 320.01 / CDU 316.77 / Índice para catálogo sistemático: 1. Sociologia da comunicação 316.77

UBU EDITORA Largo do Arouche 161 sobreloja 2 – 01219 011
São Paulo SP – (11) 33312275 ubueditora.com.br