

CIRO MARCONDES FILHO

Teorias da COMUNICAÇÃO, *hoje*



Direção editorial: *Claudiano Avelino dos Santos*
Coordenação de projeto editorial e gráfico: *Claudenir Módolo Alves*
Revisão: *Denise Katchuian Dognini – Kalima Editores*
Ilustrações: *Délia Zelder*
Projeto gráfico e capa: *Gledson Zifssak – Kalima Editores*
Impressão e acabamento: PAULUS

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(Câmara Brasileira do Livro, SP, Brasil)

Marcondes Filho, Ciro
Teorias da comunicação, hoje / Ciro Marcondes Filho. – São Paulo: Paulus, 2016. –
Coleção Temas de comunicação.

ISBN 978-85-349-4473-1

1. Comunicação I. Título. II. Série.

16-08181

CDD-302.2

Índice para catálogo sistemático:
1. Teoria da comunicação 302.2

1ª edição, 2016

© PAULUS – 2016

Rua Francisco Cruz, 229 • 04117-091 • São Paulo (Brasil)
Fax (11) 5579-3627 • Tel. (11) 5087-3700
paulus.com.br • editorial@paulus.com.br

978-85-349-4473-1

Parte I. AS TEORIAS – Preliminares

Guerras, meios de comunicação, cibernética

1. Máquinas de comunicação social, conflito ideológico e guerra	5
2. O pós-guerra, a cibernética e a internet	10

1. Existe algo chamado “comunicação” do lado de cá do Atlântico?

1a. Comunicação é algo impossível (Heinz von Foerster)	15
1b. Comunicação são apenas “condutas coordenadas” (Maturana)	18
1c. Comunicação é algo “altamente improvável” (Niklas Luhmann)	21
1d. “Não se pode ‘não comunicar’” (Bateson)	23
Primeira Síntese: Sobre o fenômeno da comunicação humana	28

E do outro lado do Atlântico?

1e. Há uma comunicação possível no diálogo (Martin Buber)	30
1f. Comunicação é sensação de êxtase (Georges Bataille)	35
1g. Comunicação é incorporação da alteridade (Emmanuel Levinas)	37
Segunda Síntese: Sobre o processo de comunicação – como a coisa se dá	42

2. Comunicação como agonística

2a. Máquinas de comunicação de massa a serviço de movimentos políticos e sociais (Walter Benjamin)	45
2b. As imagens são nossa “perda do mundo” (Günther Anders)	49
2c. Tecnologias que constituem nosso espírito (Marshall McLuhan)	55
2d. Nossa percepção é formada pelas tecnologias (Friedrich Kittler)	58
Terceira Síntese: Aparelhos de comunicação, homens e seus conflitos	62

3. Percepção e comunicação

3a. Das sensações múltiplas ao corpo como todo (Psicologia das formas)	65
3b. A mudança radical da percepção: a fenomenologia (Edmund Husserl)	68
3c. Nossas ilusões teóricas (Henri Bergson)	70
3d. Percepção e a carne do mundo (Merleau-Ponty)	73
3e. Nós “preendemos” o mundo ao nosso redor (Alfred Whitehead)	78
3f. A percepção ao se assistir a um filme que comunica (Gilles Deleuze)	80
Quarta Síntese: Sobre a reverberação da comunicação em nós	85

4. A questão da imagem

4a. Nas imagens, o que mais importa é a forma (Roland Barthes)	87
4b. O presente impossível (Dietmar Kamper)	90
4c. Em vez da filosofia deve-se “estudar comunicação” (Vilém Flusser)	94
Quinta Síntese: Imagens que mentem, imagens que incomodam	99

5. Signos e linguagem

5a. Esforcei-me mas não compreendi Wittgenstein (Bertrand Russell)	101
5b. “Eu sei que vocês nunca vão entender” (Ludwig Wittgenstein)	102
5c. A filosofia da linguagem ordinária (John Austin e John Searle)	104
5d. Criticando a ideologia burguesa (Mikhail Bakhtin)	106
5e. Surge a sociolinguística (Lúri Lotman, Labov, Bourdieu)	109
5f. A leitura preferencial das mensagens da comunicação de massas (Stuart Hall)	113
5g. A desconstrução das interpretações (Jacques Derrida)	115
Sexta Síntese: Linguagem e engajamento político	117

Parte II. PROCEDIMENTOS DE PESQUISA

6. Fenomenologias

6a. Ir às próprias coisas (Edmund Husserl)	119
6b. Usar a intuição (Henri Bergson)	121
6c. Sair da consciência para o mundo (Merleau-Ponty)	122
6d. A comunicação não possui conteúdo (Alfred Whitehead)	124
6e. O devir como comunicação (Gilles Deleuze)	126
6f. Sobre o relato	128
Sétima Síntese: A pesquisa do acontecimento comunicacional e da produção de sentido	130

7. Investigações administrativas, sociológicas, antropológicas

133

8. Nota sobre a semiótica

137

Textos Complementares

(1) A expressão oral e a escrita nas origens da civilização	141
(2) A aventura técnico-científica do século XIX	142
(3) O aparecimento de máquinas de registro e reprodução de imagens, sons e movimentos	144
(4) Surge uma nova sensibilidade	145

Glossário

148

Parte I. AS TEORIAS

Guerras, meios de comunicação, cibernética

1. Máquinas de comunicação social, conflito ideológico e guerra

O século XX foi marcado por dois grandes acontecimentos simultâneos: o despertar do Ocidente para a alternativa socialista, marcado pela *eclosão da Revolução Russa*, em 1917, cuja propaganda estimulava a realização da revolução em outros países e a consequente reação das classes médias, que criaram movimentos fascistas para fazer frente ao avanço do socialismo. Deste primeiro grande acontecimento resultou a Segunda Guerra Mundial. Não obstante, a rivalidade entre capitalismo e socialismo sobreviveu em tempos de Guerra Fria, dessa vez incorporada pelas grandes potências mundiais. O segundo grande fato importante foram os resultados da segunda revolução industrial, especialmente as *invenções associadas à percepção humana*: a fotografia, a gravação dos sons, das cenas em movimento, a multiplicação de veículos de comunicação de massa e a constituição da sociedade mediatizada.

Esses dois grandes acontecimentos, contudo, não ocorreram de forma isolada. Eles se misturaram em suas iniciativas, tanto de socialistas quanto de empresários capitalistas – estes últimos, geralmente identificados com o ideário das classes médias e dos fascistas –, nas articulações para dominação e aumento de seu poder. A comunicação de massa, ampliando espetacularmente sua penetração nas camadas urbanas a partir dos anos 1920, começou a preocupar países, pensadores e pesquisadores, gerando toda uma gama de estudos que buscavam dar conta do novo fenômeno social que se ampliava assustadoramente: a conquista das massas pela consciência.

Harold Lasswell, cientista político norte-americano, estudou, em 1926, as propagandas americana, francesa e alemã na Primeira Guerra Mundial. Para ele, mediante um modelo bastante simples de estímulo-resposta, as mensagens da comunicação de massa entrariam rapidamente na mente



Harold Dwight Lasswell, cientista político e teórico da comunicação (Illinois, EUA, 1902 – Nova Iorque, EUA, 1978)

das pessoas sem encontrar resistência e lá firmariam posições e opiniões (teoria da agulha hipodérmica ou bala mágica).

Assim se manifestou o pensador alemão Max Horkheimer, na época:

Nós testemunhamos uma mudança que torna os homens meros centros passivos de reação, sujeitos a “reflexos condicionados”, pois não dispõem mais de centros de espontaneidade, nenhuma medida obrigatória de comportamento, nada que transcenda suas vontades, necessidades ou desejos mais imediatos.

E a repercussão disso não se viu apenas na comunicação de massas, mas também na propaganda política, em que os articuladores fascistas foram mais hábeis que os comunistas. Estes últimos, ainda presos a um modelo de proselitismo clássico, apoiado em lógicas e razões teóricas, perdiam progressivamente a competição para os fascistas, que não trabalhavam com a razão mas com as armas da emoção e da sedução.

Eu estava, certa vez, no Palácio do Esporte, era um pouco antes da vitória de Hitler, quando dois propagandistas falaram, um comunista e um nazista. Entre os dois, houve uma disputa cavalheiresca, de quem deveria falar primeiro. O nazista, (aparentemente) gentil, pediu ao comunista que falasse antes, fato que este sentiu como distinção, o idiota. E começou a falar. Aí, veio tudo aquilo: a contradição principal, a taxa média de lucro, as partes mais complicadas d’*O Capital* e cada vez mais cifras. Os assistentes não o entendiam e o ouviam muito entediados. O aplauso foi regular, um pouco mais que fraco. Então, aparece o nazista, que fala de início muito gentilmente: “Eu agradeço ao senhor orador precedente pelas suas explicações lúcidas e pelas explicações – para a maioria daqui – não tão lúcidas. E disso os senhores já podem ter aprendido algo, antes que eu começasse a falar. O que os senhores fazem pertencendo à classe média, à baixa classe média, quando trabalham em escritórios, por exemplo, como contadores e contadoras, o que os senhores fazem o dia inteiro? Os senhores escrevem números, somam, subtraem etc. E o que os senhores ouviram hoje do senhor orador precedente? Números, números e nada mais

que números. De tal forma, que a frase de nosso Führer encontrou uma nova confirmação, do lado inesperado: comunismo e capitalismo são dois lados de uma mesma moeda.” Daí, uma pausa bem estudada. Quando o discurso terminou – foi relativamente longo – o homem esticou-se, o fez imitando Hitler, lançou o braço de uma vez para cima e gritou em voz bem alta, lentamente, para o público: “Eu, porém, falo a vocês com a mais alta incumbência!”. O circuito fechou-se rapidamente: era a passagem para Hitler. (Ernst Bloch)

O fascismo ganhou amplo apoio popular. Havia entusiasmo, animação, uma poderosa corrente emocional que conseguiu drenar contingentes inteiros de trabalhadores socialistas para seu campo. O movimento havia criado um outro tipo de socialismo, um socialismo “nacional” ou nacionalista, que se usava da conotação positiva que tinha o termo ‘socialismo’, na época, especialmente diante da classe trabalhadora, mas enxertava nele um ideário segregacionista, revanchista e belicista e uma expectativa de recuperação do emprego e da economia a partir do investimento na máquina de guerra.

O socialismo, ao contrário, sempre manteve um caráter conservador, especialmente quando se tratava de temas que envolviam a cultura. Eminentemente pensadores acabaram por ser expulsos do partido comunista alemão por criticarem os equívocos da política da esquerda, que só pensava em números e teorias e ignorava o verdadeiro lugar onde se enraizava o pensamento burguês: no lazer, no consumo, na vida privada. “Vocês estão errados”, dizia W. Reich, pois

O conteúdo de consciência de classe das massas constava do interesse pela alimentação, vestuário, moda, relações familiares, possibilidade de satisfação sexual em amplo sentido, com o cinema, o teatro, as lojas, os parques e a dança, e, mais além, constava dos problemas de educação de crianças, dos objetos de decoração, da extensão e da organização do lazer. (Wilhelm Reich).

Embebedos pela cultura do *glamour*, dos folhetins semanais, da realização em Terra das delícias prometidas do Paraíso, as classes médias urbanas, assim como o empresariado europeu, apoiaram – ou, pelo menos, toleraram – o avanço fascista. A guerra, contudo, trouxe-os de volta ao “mundo real”, despertando-os da ilusão mágica que propalavam os regimes fascistas. Com a destruição do país, a festa havia acabado.



SUGESTÕES AO PROFESSOR

- Discutir em classe quais foram os grandes acontecimentos do século XX.
- Que relação pode ser estabelecida entre expansão dos meios de comunicação (jornais, emissões de rádio, revistas ilustradas, cinema) e a mudança das campanhas políticas na época?
- Discutir até que ponto os meios de comunicação podem, de fato, fazer a cabeça das pessoas. É possível resistir a eles? Com que armas?
- Os nazistas diziam que capitalismo e comunismo são a mesma coisa. Você concorda?
- O que você acha do entusiasmo popular pelo nazismo? Seria ingenuidade, desesperança, fé cega? Poderia isso voltar a ocorrer hoje em dia?



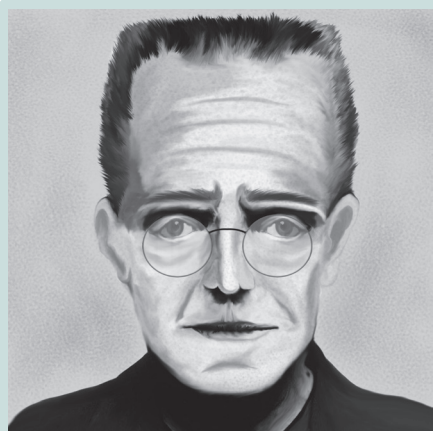
LEITURAS E FILMES RECOMENDADOS

TCHAKHOTINE, Serge. *A mistificação de massas pela propaganda política*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1967.

REICH, Wilhelm. *Psicologia de massas do fascismo*. 3. ed. São Paulo: Martins, 2001.

LASSWELL, Harold D. *Propaganda Technique in the World War*. New York: Peter Smith, 1927. Reeditado com o título: *Propaganda technique in World War I*. Cambridge Mass.: MIT Press, 1971).

Filmes: *Cabaret* (Bob Fosse, 1972); *Noite e Neblina* (Alain Resnais, 1955); *Encouraçado Potemkin* (Sergei Eisenstein, 1925).



Karl Kraus, dramaturgo, ensaísta, aforista e poeta (Jičín, República Checa, 1874 – Viena, Áustria, 1936)

Texto complementar

Viena, 1913-1914. A imprensa monopolista austríaca faz propaganda ostensiva em favor da guerra. Para o crítico **Karl Kraus**, ela foi a organização da irresponsabilidade moral e espiritual da sociedade, fazendo o leitor tornar-se congruente com ela, com esse jornalismo que produzia “massas sem sujeito, hordas, criaturas que não conseguiam imaginar, pensar e agir de forma autônoma”. Já naquela época, jornais e revistas martelavam clichês, frases prontas, preconceitos, fazendo as pessoas perderem a capacidade de imaginar, dizia ele. Nos Estados Unidos, na mesma época, a imprensa fazia a opinião pública virar de “contra a

guerra” para “a favor da guerra”, no dizer de Harold Lasswell. Quanto menor o vínculo que as pessoas possuíam, tanto maior o poder dos meios de comunicação, pois estes empregavam principalmente apelos emocionais.

A guerra aconteceu. Em 1918, a Alemanha perdeu muitos territórios, o império austro-húngaro esfacelou-se. Mas permaneceu o gosto amargo do revanchismo no povo alemão, o desejo de revidar as perdas e de recuperar os territórios. Nos anos 1920, voltam a imprensa alemã e a imprensa austríaca a instigar a população. Promovem excursões aos túmulos e visitas aos campos de batalha – “é preciso uma nova guerra”, diziam. O massacre da opinião pública com mensagens a favor da nova guerra retorna com mais vitalidade. A imprensa enaltece o nazismo, que ninguém imaginava como seria, e neutraliza o terror, usando ironias e frases sistematicamente repetidas.

Como terei eu tempo de não ler tanta coisa? (Karl Kraus)

1930. A imprensa, maior meio de comunicação de massa da época, valoriza os nazistas, o exército exige recuperação das perdas; pacifistas são ridicularizados, os dez milhões de vítimas da Primeira Guerra Mundial são tratados com escárnio.

*O objetivo da imprensa não é informar coisa alguma,
transmitir fatos claros e objetivos, senão incitar, estimular, mover.
Para nós, a imprensa é propaganda com meios jornalísticos.
Para nós, a imprensa tem a tarefa de ganhar
as amplas massas populares para o nacional-socialismo.
(Josef Goebbels, ministro da propaganda do governo nazista).*

Os estudos da comunicação usada como arma política pelos poderes estabelecidos iniciam-se aí. Harold Lasswell, Paul Lazarsfeld e Max Horkheimer são os primeiros pesquisadores preocupados e incomodados com esse novo espectro que assolava a Europa e os Estados Unidos. Lasswell pertenceu à Escola de Chicago. Dos outros dois, irão derivar, nas décadas seguintes, respectivamente, as escolas de Colúmbia e de Frankfurt.

É aqui que se iniciam os estudos de comunicação propriamente ditos. Essas três escolas, aliadas à Escola de Moscou, vão constituir o tronco de onde surgirão as ramificações que até hoje são estudadas em cursos de comunicação.