

Rev. Fil. junho 72

COMO FILOSOFAR EM CULTURA DE MASSA?

Vilém Flusser

O problema é nítido, inescapável e êste: a filosofia pode estar ou não em crise quanto à sua mensagem, mas ela está indubitavelmente em crise quanto aos meios aos quais recorre para comunicar sua mensagem. Os meios, ("canais"), nos quais a filosofia corre são êstes: aulas discursivas em cursos superiores, seminários e debates nos mesmos cursos, diálogos em congressos, publicação de ensaios e monografias em revistas especializadas e em anais, e publicação em forma de livros. Todos os meios mencionados são circuitos fechados no sentido de estabelecerem comunicação entre um grupo restrito de emissores e receptores, grupo este preestabelecido antes do processo da comunicação por critérios não necessariamente filosóficos, mas possivelmente econômicos, sociais e outros alheios à filosofia. O presente trabalho tem o propósito de considerar as possibilidades para o rompimento do circuito fechado, e deixará em aberto se tal rompimento, caso possível, é ou não desejável.

Duas serão as premissas do presente trabalho. 1 — A cultura atual tem estrutura radicalmente diferente da tradicional, e a diferença se deve à revolução dos meios de comunicação atualmente em curso. 2 — Embora uma determinada mensagem não seja necessariamente idêntica com o meio no qual corre, há indubitavelmente íntima relação entre meio e mensagem, relação esta que pode ser analisada e até certo ponto quantificada pela comunicologia. As duas premissas não serão postas em questão no presente trabalho, mas serão aceitas. O trabalho partirá das premissas para considerar seu impacto sobre aquela atividade chamada, por certo vagamente, "filosofia". A sua meta é esta: convidar os filósofos brasileiros a enfrentar o problema não apenas especulativamente, mas ativamente na sua praxis. Se fôr

verdade que a filosofia apenas explica o mundo, quando importa modificá-lo, "a fortiori" é verdade que importa modificar o mundo da filosofia, e mais especialmente o mundo da filosofia brasileira.

1 — A estrutura tradicional da cultura ocidental moderna, (herdeira da medieval), é aproximadamente esta: uma infra-estrutura ampla e sólida, a qual pode ser chamada "cultura popular", e que consiste de culturemas relativamente estáveis e pouco maleáveis. Tais culturemas são modelos de comportamento de vários tipos, por exemplo: modelos de utensílios e ferramentas, modelos de atividade agrícola e artesanal, modelos de costumes sociais e políticos, modelos estéticos como danças, lendas, festas, modelos religiosos como rituais, e outros. Por cima de tal camada assenta outra, mais recente e em grande parte deliberada, que pode ser chamada "cultura nacional", e que consiste de culturemas pretensamente estáveis, mas na realidade efêmeros e altamente maleáveis. Tais culturemas são modelos de comportamento social e político, modelos de vivências coletivas e até certo ponto individuais, e modelos que procuram distinguir uma nação de outra. A existência da cultura nacional distingue a cultura moderna da medieval e faz com que a moderna perca o "catolicismo" da medieval, o qual tanto a caracterizava. Finalmente há uma terceira camada, universal para a cultura ocidental, a qual pode ser chamada "cultura de elite", e que consiste de culturemas que se tornaram extremamente dinâmicos e plásticos no curso da Idade Moderna. Tais culturemas são modelos de conhecimento fornecidos pelas ciências, modelos de funcionamento fornecidos pelas ciências aplicadas, modelos de vivência fornecidos pelas artes em constante modificação, e modelos de comportamento de uma elite em processo de rápidas mudanças. (O problema da sociedade brasileira, assim enfocado, mostra a seguinte face: cultura popular fragmentada, cultura nacional fraca e defasada, cultura de elite igual às demais da cultura do ocidente.)

Entre as três camadas há fecunda retro-alimentação que funciona aproximadamente da seguinte maneira: os modelos da cultura popular são manipulados pela cultura nacional, (principalmente no romantismo, mas essencialmente sempre), para resultarem em modelos nacionais, e entram, assim modificados, de uma forma ou outra para a cultura de elite. Os modelos da cultura de elite são absorvidos pela cultura nacional para serem adaptados e assim infiltrarem a cultura popular e modificarem seus modelos. Há também relação direta entre a cultura popular e a de elite, nos dois sentidos. A cultura de elite, e principalmente a sua componente científica e tecnológica, é aceita pelas demais camadas como autoridade incontestada, embora incontrolável. A cultura popular é vivenciada, pelas duas outras, como base "dada" a ser manipulada. Os participantes das

duas camadas superiores participam também da popular, como que "naturalmente". A função da cultura nacional é sempre problemática, levemente inautêntica, e é por causa disto que ela tende a auto-afirmar-se, coisa inteiramente dispensável para as outras duas camadas.

Em tal estrutura o papel da filosofia está prefigurado. Faz ela parte da cultura de elite, e visa, em tal camada, criar modelos de conhecimento, de vivência e de comportamento a serem transmitidos, direta ou indiretamente, para a camada da cultura popular e lá modificarem os respectivos modelos vigentes. A função do filósofo em tal estrutura não é necessariamente a tentativa de comunicar-se diretamente com as demais camadas. Há, em tal estrutura, canais que apanham espontaneamente a mensagem filosófica, (nacionais e populares), e que divulgam tal mensagem deliberadamente, ou, na maioria dos casos, inconscientemente. Pode dizer-se que em tal estrutura as filosofias se infiltram nas demais camadas da cultura automaticamente, e que de certa forma o grau de infiltração pode servir de medida para a sua "validade".

Pois tudo isto deixou atualmente de ser verdade. Os meios de comunicação de massa corroeram a cultura popular de tal forma, que ela deixou praticamente de existir, salvo em lugares isolados. A cultura popular passou a ser folclore, e a ser estudada como curiosidade em vias de desaparecimento. As várias culturas nacionais, embora teimem em continuar afirmando que ainda existem, e embora se manifestem às vezes violentamente, parecem condenadas igualmente. O lugar dessas duas camadas é atualmente ocupado pela cultura de massa. Tal cultura consiste de culturemas que são modelos de comportamento e de vivência manipulados deliberadamente pelos controladores dos meios de comunicação de massa, e estes modelos visam claramente a manutenção e propagação da sociedade de consumo. Embora os modelos da cultura de massa sejam em parte simulações de modelos populares e nacionais, são simulações de má fé, no sentido de visarem a enganar os receptores para poder manipulá-los. (O que equivale a dizer que a cultura de massa é alienante). E embora os modelos da cultura de massa sejam resultado da adaptação de modelos provindos da cultura de elite, são deturpações deliberadas de tais modelos. (O que equivale a dizer que a cultura de massa é vulgar e vulgarizadora = divulgadora). Por cima de tal cultura de massa continua pairando, problemática e altamente duvidosa, a cultura de elite. Problemática: porque a tênue ligação entre a cultura de elite e a de massa ameaça romper-se, dado o fato de que os participantes da cultura de elite não participam da cultura de massa, e portanto não haver retro-alimentação entre ambas. As informações correm tôdas apenas da elite para a massa. E duvidosa:

porque embora seja uma parte da elite a que manipula os canais de comunicação de massa, a elite deixou de ser aceita pela massa enquanto autoridade. Na cultura de massa todo participante se assume como autoridade, (dado seu baixo nível intelectual, moral e estético), e não admite outra autoridade. Pois isto é massificação: não admitir autoridade, e no entanto ser objeto de manipulação de outrem.

Em tal estrutura, o papel da filosofia é problemático ao extremo. Se ela continuar a fazer parte apenas da cultura da elite, correrá vários riscos, e alguns entre eles são estes: desaparecer na cultura de elite por falta de assunto. Desaparecer junto com a cultura de elite na maré montante da cultura de massa. Não ter nenhuma influência sobre a cultura de massa, e tornar-se acadêmica, estéril e insignificante. Ser divulgada pelos meios de comunicação de massa, portanto vulgarizada e deturpada. E há outros perigos não mencionados. Estes perigos devem ser enfrentados. Um dos métodos possíveis para enfrentar os perigos é o do próprio filósofo recorrer aos meios de comunicação de massa para comunicar sua mensagem.

2 — Os meios de comunicação de massa, (por exemplo: rádio e televisão, cinema, história em quadrinhos, cartazes, imprensa diária e semanal etc.), têm, cada qual, a sua própria estrutura, mas há algo comum a todos: sua extrema efemeridade e pouca memorabilidade. Não visam o armazenamento, mas o impacto. Podem dispensar o armazenamento, porque a memória coletiva sofreu revolução comparável em importância à revolução dos meios de comunicação de massa: memórias cibernéticas automáticas e praticamente ilimitadas. Os dados considerados memoráveis são atualmente armazenados em quantidades astronômicas em forma de fitas gravadas ou cartões perfurados, o que deverá substituir e tornar obsoletos livros e revistas. As bibliotecas e outras memórias clássicas, (inclusive as memórias individuais humanas), estão se tornando rapidamente arcaicas, e estão sendo substituídas por cinematecas, discotecas, pinacotecas de reproduções "fiéis", e principalmente pelas memórias dos computadores. Os meios de comunicação de massa podem ser efêmeros, porque, eles próprios, podem vir a ser assim armazenados.

Mas a efemeridade de tais meios influi obviamente na sua mensagem. Não visam, como o fazem os meios clássicos, a permanência, (isto é: realização de "obra"), mas visam deliberadamente o transitório, (isto é: o "consumo"). Esta diferença de dinâmica formal se espelha necessariamente na mensagem, (no "conteúdo"). Se quisermos recorrer a um paralelo revelador fornecido pela literatura: as mensagens dos meios de comunicação de massas não são "épicas", como o são as mensagens dos canais clássicos, mas são "líricas", isto é: intimistas e imediatistas. Eis uma contradição interna da

comunicação de massa: é comunicação ao mesmo tempo radicalmente pública e radicalmente privada. É que na comunicação de massa a região política e a região particular se confundem. Por isto as mensagens que correm nos canais de comunicação de massa são necessariamente "dialógicas": visam um interlocutor individual e específico, que é o homem massificado. Mas são dialógicas num curioso sentido: não podem esperar por resposta, já que o interlocutor é essencialmente irresponsável. Tal clima convida insistentemente o próprio emissor a emitir mensagens irresponsáveis, por irrespondíveis. De maneira que o que distingue as mensagens nos meios de comunicação de massa de outras é sua, digamos, estrutural leviandade.

A questão que se põe para um filósofo que, impellido pela análise da situação cultural, opta por meios de comunicação de massa para comunicar sua mensagem, é pois, esta: será a leviandade, imposta pelos canais, inevitável? Ou será possível, pelo contrário, manipular os meios de tal maneira que, embora continuem de massa, passem a transmitir mensagens responsáveis? Se o primeiro for o caso, a morte da filosofia é coisa certa para quem está escrevendo o presente trabalho. A segunda alternativa oferece, a seu ver, um grande desafio na atualidade.

É no comer o bolo, (como se costuma dizer), que está a sua prova. Uma mera consideração teórica do problema (como é aqui oferecida), não fornecerá a resposta. Mas a praxis pode fornecê-la. Suponhamos que o filósofo se ponha a escrever artigos para jornal ou fazer histórias em quadrinhos, (e não filmes ou peças teatrais, como tentaram vários no passado recente. Isto não, porque tais canais viram automaticamente canais de elite.) Suponhamos que faça isto. A primeira coisa que verificará, surpreso, é que a nova estrutura imposta sobre o seu pensamento pelo meio escolhido tende eliminar considerações de detalhes e tende a concentrar o pensamento sobre os pontos essenciais dos problemas. Isto pode ser interpretado negativamente e positivamente. Negativamente: O desprezo pelos detalhes é sinônimo de leviandade. Positivamente: A concentração sobre os pontos essenciais é sinônimo de honestidade. Dependerá da sua praxis qual das duas interpretações terá validade preponderante. A segunda coisa que verificará, igualmente surpreso, é que o novo meio impõe sobre ele a dura tarefa de repensar os velhos problemas em termos radicalmente novos. Também isto pode ser interpretado de duas maneiras. A primeira é dizer que os novos termos são inapropriados ao problema, e portanto falsificarão o problema. A segunda é dizer que ou o problema se sustenta nos novos termos (ou em quaisquer termos), ou então ficou provado como falso problema. A questão aqui é a famosa questão wittgens-

teiniana, e a sua resolução dependerá, ela também, da praxis. Finalmente, a terceira coisa que verificará, (e isto verificará imediata e radicalmente), é esta: filosofar não é uma atitude acadêmica, portanto atitude que tem a estrutura dos meios de comunicação de elite. Pelo contrário: é atitude existencial, e impõe-se sobre não importa que meios. Verificará que os meios de comunicação de massa representarão para ele um novo canal para a articulação da sua atitude filosófica, e servirão portanto de poderoso incentivo. Quem escreve este artigo não vê como tal verificação pode ser interpretada negativamente.

Há outros fatores que dão colorido a um engajamento filosófico nos meios de comunicação de massa. Muito importantes dentre eles são os estéticos que podem ser resumidos da seguinte maneira: como transformar o desafio da vulgaridade em mensagem satisfatória esteticamente? Em termos informáticos: como transformar redundância em ruído? Um tal engajamento filosófico ressaltará portanto o aspecto artístico no filosofar, aspecto este ameaçado de minimização nos canais de elite. De maneira que tal engajamento provocará a criatividade no filósofo de uma maneira não solicitada por outros meios.

Outro problema é este: Qual a motivação dos meios de comunicação de massa para se abrirem a mensagens filosóficas autenticamente engajadas? Sem dúvida: do ponto de vista dos detentores de tais meios a motivação é a esperança de aumentarem ainda mais o seu poder alienante sobre as massas. "Aumentarem as vendas". Mas tal motivação dos detentores do estabelecimento não derrota necessariamente o engajamento. Pode perfeitamente acontecer o contrário: a mensagem pode contribuir para a desmassificação das massas. Isto pode acontecer porque o aparelho massificador ainda não alcançou tal perfeição que possa assimilar não importa que "ruído". Há ruídos inassimiláveis, (ainda, e talvez precariamente), que podem perfeitamente ameaçar o aparelho mais significativamente de dentro que de fora. De maneira que um engajamento filosófico nos meios de comunicação de massa pode perfeitamente representar engajamento contra a cultura de massa. E, com efeito, deve representá-lo, se a atitude filosófica fôr mantida durante o curso do engajamento. Tarefa admitidamente difícil, já que o poder devorador da massa é enorme.

Finalmente, há o problema da gratificação pessoal de quem assim se engaja. Sem dúvida: aquela satisfação que dá uma obra realizada estará perdida. A cultura de massa não admite obra, já que não admite permanência da mensagem. Se pois o filósofo buscar subjetivamente permanência neste sentido ("imortalidade acadêmica"), será frustrado. Mas se buscar um outro tipo de permanência, a saber,

a consciência de ter contribuído para a modificação de modelos, e não ter portanto vivido em vão, o engajamento nos meios de comunicação de massa o gratificará sobremaneira. Terá tido influência sobre a única cultura que atualmente conta. E terá tido uma influência no sentido de evitar que tal cultura que conta se transforme irrevogavelmente em cultura alienante.

Sem dúvida: a motivação para filosofar não é esta. É motivação que brota do próprio núcleo da existência: filósofo, porque do contrário não viveria. Pois o problema que o presente trabalho tenta propor é justamente este: já que devemos filosofar, e não podemos deixar de filosofar, (por mais que digam por aí que a filosofia está morrendo), não será o engajamento nos meios de comunicação de massa uma das poucas formas pelas quais podemos continuar filosofando?

L E I A M

"PLURALISMO E LIBERDADE"

de

MIGUEL REALE

Pedidos à

LIVRARIA SARAIVA LTDA.

Rua José Bonifácio, 203

São Paulo

4