

## **A Teoria do Meio nas Organizações: uma Abordagem da Teoria do Meio Aplicada no Mundo dos Negócios Empresariais<sup>1</sup>**

Fábio Oliveira CAMPOS<sup>2</sup>  
Universidade Católica de Brasília, Brasília, DF

### **Resumo**

Apresento, neste artigo, uma breve abordagem sobre a Teoria do Meio concebida por Marshall McLuhan e, posteriormente, ressignificada por Joshua Meyrowitz<sup>3</sup>, aplicada à comunicação interna em uma empresa pública federal. Pretendo demonstrar a importância de se entender o meio, de conhecer suas variáveis gramaticais com o objetivo de usar tais conhecimentos em prol da motivação dos empregados das empresas e do cumprimento das metas negociais, entendendo serem estas, exigências primordiais para a permanência das empresas no mundo cada vez mais globalizado e competitivo. São mencionadas proposições e conceitos acerca da Teoria do Meio e da Cibercultura e, em seguida, uma análise sobre a aplicabilidade destas no mundo dos negócios empresariais.

### **Palavras-chave**

Teoria do Meio; Cibercultura; comunicação; novas tecnologias.

### **1 Introdução**

Invejo o ourives quando escrevo (...)  
Por isso, corre, por servir-me,  
Sobre o papel  
A pena, como em prata firme  
Corre o cinzel<sup>4</sup> (...)  
Porque o escrever – tanta perícia  
Tanta requer,  
Que ofício tal..., nem há notícia  
De outro qualquer.<sup>5</sup> (BILAC, 2004, apud CONSOLARO)

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado no DT 3 – Relações Públicas e Comunicação Organizacional do XVI Congresso de Ciências da Comunicação na Região Sudeste realizado de 12 a 14 de maio de 2011.

<sup>2</sup> Mestrando do Curso de Comunicação da Universidade Católica de Brasília – UCB, email: [fabiomestrado@hotmail.com](mailto:fabiomestrado@hotmail.com)

<sup>3</sup> Joshua Meyrowitz é um pesquisador canadense da Teoria do Meio, atualmente professor do Departamento de Comunicação da University of New Hampshire – EUA.

<sup>4</sup> Cinzel: instrumento com extremidade cortante usado para entalhar, esculpir, cortar ou gravar materiais duros. (Houaiss: 2001, p. 160).

<sup>5</sup> Poema *Profissão de Fé* de autoria de Olavo Bilac, importante poeta do movimento parnasiano brasileiro.



Olavo Bilac (1865 – 1918), apaixonado pelo escrever com primor, retrata, com muita propriedade, a importância de se conhecer o ofício para obter, com qualidade e perfeição, o produto final. Demonstra no poema *Profissão de Fé* a necessidade, a obrigatoriedade da perícia, do conhecimento do ofício e das ferramentas necessárias para exercê-lo. A analogia do ofício de ourives com o ato de escrever traduz a ideia da sintonia que deve haver entre o profissional e o seu instrumento de trabalho: seja o ourives com o cinzel e a pedra, seja o escritor com a pena, o papel e a palavra. Há uma completude nos conjuntos ourives-cinzel-pedra e escritor-pena-papel-palavra. Um pode ser considerado extensão do outro. Ambos os conjuntos mantêm relação entre seus integrantes e desenvolvem, criam produtos perfeitos: a jóia e a poesia/prosa. Ambos levam uma mensagem e/ou são a própria mensagem.

Um aspecto que se depreende do poema de Olavo Bilac é o da importância da apreensão do meio utilizado para a comunicação. Ressalta o poeta, que para se obter a obra-prima no escrever é preciso conhecer, apreender, adentrar a pena, o papel. É preciso estar impregnado da palavra. É preciso ser parte dela.

Pretendo, neste artigo, estudar este aspecto da comunicação: o de estar impregnado do meio, o de perceber o meio como parte de si mesmo, como extensão do próprio corpo, tendo por base, em especial, a Teoria do Meio, esmiuçada, estudada, analisada e divulgada pelo teórico da comunicação e educador canadense Marshall McLuhan (1911 – 1980), entre os anos de 1950 e 1980 e, posteriormente, ressignificada por Joshua Meyrowitz, educador canadense e seguidor das ideias de McLuhan.

Há um sem-número de artigos, comentários, excertos e críticas acerca da Teoria do Meio e sua aplicabilidade nos (e com) os meios de comunicação de massa, mas ainda pouco se tem de estudos/pesquisas sobre os meios de comunicação interna de grandes empresas e organizações<sup>6</sup>.

Apresento, pois, neste artigo, um breve estudo a respeito da comunicação interna de uma grande empresa pública federal, sob a ótica da Teoria do Meio e sua contribuição para a realização de negócios e para a motivação de seus funcionários.

Por razões didáticas, de modo a facilitar a leitura e melhor demonstrar o encadeamento das ideias, apresento, inicialmente, questões acerca da Teoria do Meio sobre a comunicação interna em um ambiente empresarial, seguido de estudo dos

---

<sup>6</sup> Esta é a minha percepção, de acordo com resultado de pesquisa bibliográfica na área de comunicação, entretanto é possível haver material sobre o assunto em obras de outras áreas, por exemplo, na área de administração.



autores Marshall McLuhan e Joshua Meyrowitz, com menções de outras teorias que tratam do assunto intencionalmente ou não, tais como Análise de Discurso, por Eni P. Orlandi e Cibercultura, por Pierre Lévy<sup>7</sup> e Francisco Rüdiger<sup>8</sup>.

Em seguida, analiso a aplicabilidade da Teoria do Meio sobre os meios de comunicação interna em uma empresa do Governo Federal Brasileiro<sup>9</sup>. Segue-se, por fim, ao fechamento das ideias propostas e discutidas no artigo, sem, contudo, ter a pretensão de esgotar a discussão do tema, ou ainda, de impor ideias e opiniões, mas tão-somente de suscitar a reflexão, com o objetivo de contribuir para a melhoria do fluxo dos processos comunicacionais nas grandes empresas e organizações.

Isto posto, questões surgem na busca de informações e de respostas a respeito do uso dos meios de comunicação interna e de sua importância na consecução dos negócios empresariais: podem os meios de comunicação interna serem decisivos para os negócios da empresa? O mau (ou o bom) uso desses meios é fator motivacional para os empregados da empresa? É importante, como afirma Meyrowitz (2001, p. 92), conhecer a gramática do meio utilizado para atingir os objetivos de uma ação comunicacional?

Como mencionado acima, não tenho a pretensão de esgotar assunto tão vasto e que caminha por áreas diversas do conhecimento, dentre as quais a psicologia e a administração; mas de chamar a atenção do leitor e de estudiosos e pesquisadores do assunto, para tema de salutar importância nas vidas de quaisquer pessoas: físicas ou jurídicas, nos mais diversos tipos de relacionamentos, sejam interpessoais, interempresariais ou intraempresariais.

## 2 A Teoria do Meio

A fim de clarificar minhas proposições neste artigo, faz-se necessário discorrer sobre a Teoria do Meio de Marshall McLuhan e Joshua Meyrowitz.

A Teoria do Meio tornou-se conhecida quando McLuhan estabeleceu o conceito de que *o meio é a mensagem* indo contra conceitos de teorias da comunicação até então

---

<sup>7</sup> Pierre Lévy é um pesquisador francês de cibercultura, filósofo e professor do Departamento de Hiperfídia da Universidade de Paris VIII.

<sup>8</sup> Francisco Rüdiger é um pesquisador brasileiro de cibercultura, filósofo e professor das faculdades de comunicação da Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul e da Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

<sup>9</sup> A análise da aplicabilidade da Teoria do Meio sobre os meios de comunicação interna efetuada por mim teve por base a minha atuação na citada empresa pública no últimos 20 anos, dos quais 8 dedicados à área de comunicação e marketing, com o desenvolvimento de atividades em várias cidades localizadas em 11 estados brasileiros, sob a influência, pois, das mais variadas vertentes culturais existentes no País.



existentes que sempre tiveram foco no clássico esquema Emissor – Canal – Receptor<sup>10</sup>, ora com maior ênfase no emissor, ora no receptor, em detrimento da análise aprofundada do canal, do meio utilizado para a ocorrência do processo comunicacional.

Na verdade, segundo afirma Bianco (2005, p. 3) o aforismo *o meio é a mensagem* foi criado por Harold Innis, importante historiador e economista canadense que estudou as mudanças econômicas e sociais com destaque para os sistemas de transporte e de comunicação no desenvolvimento econômico. De acordo com Bianco o historiador “considerava que os sistemas de comunicação constituíam extensões tecnológicas da mente e da consciência (...)”, logo se observa que o pensamento de McLuhan sofreu forte influência do pensamento de Innis, chegando ao ponto de ser acusado por muitos críticos de que aquele copiou este. O fato é que, continua Bianco, “McLuhan deve o background de seu trabalho a Innis, e Innis deve a McLuhan a capacidade de sumarizar o seu trabalho, popularizando-o”.

Para melhor entender a Teoria do Meio convém ressaltar que McLuhan a *concebeu* ou a *incrementou* em um período de grandes conquistas na área da comunicação, dentre as quais, destacam-se o lançamento do primeiro computador eletrônico, o RAMAC 305 IBM em 1956, o lançamento do primeiro satélite meteorológico pelos Estados Unidos em 1960, a primeira transmissão de televisão via satélite em 1967 e a criação, em meados de 1969, da ArpaNet, o embrião da Internet. Esses grandes acontecimentos, certamente influenciaram o pensamento de McLuhan.

Em meio a toda essa efervescência nos meios de comunicação, McLuhan escreve, em 1964, a obra que se tornaria uma das mais conhecidas dentre as que escreveu: *Os meios de comunicação como extensões do homem*.

Nessa obra, quis o teórico demonstrar que a partir da era da eletricidade, tudo ficou mais rápido, instantâneo e a comunicação também acompanhou esse ritmo. Segundo o autor, “Na idade mecânica [...] a lentidão do movimento retardava as reações por consideráveis lapsos de tempo. Hoje, ação e reação ocorrem quase ao mesmo tempo.” (McLUHAN, 2005, p. 18). Ressalta ainda, “[...] na era da eletricidade, quando o nosso sistema nervoso central é tecnologicamente projetado para envolver-nos na Humanidade inteira, incorporando-a em nós, temos necessariamente de envolver-nos, em profundidade, em cada uma de nossas ações.” (Ibid.).

---

<sup>10</sup> O esquema emissor-canal-receptor faz parte do estudo das funções de linguagem e integra a grade curricular da disciplina de Língua Portuguesa nos ensinos fundamental e médio das escolas brasileiras (Moura: 2009).

Já nos primeiros capítulos de sua obra, McLuhan expõe suas ideias que se tornariam mais conhecidas: a de que *o meio é a mensagem*, a de que *os meios de comunicação são extensões do homem* e a de que o Mundo, com o avanço tecnológico dos meios de comunicação, transformar-se-ia numa *aldeia global*.

Nessa obra, o autor apresenta como tema a afirmação de que “todas as tecnologias são extensões de nosso sistema físico e nervoso, tendo em vista o aumento da energia e da velocidade.” (McLUHAN, 2005, p. 108-109). E ainda que “Não havendo tais acréscimos de força e rapidez, novas extensões de nós mesmos não ocorreriam ou seriam rejeitadas.” (Ibid.), bem como que “o que conta é o modo como os veículos de comunicação são usados.” (McLUHAN, 2005, p. 33).

A partir dessas ideias, McLuhan apresenta um estudo aprofundado a respeito de uma série de meios de comunicação que se configuram como extensões do homem e que, de modo mais acentuado ou não, exerceram influência na vida individual e coletiva do homem, contribuindo para a evolução e o desenvolvimento da Humanidade, constatado pelos avanços tecnológicos pelos quais passou e ainda passará.

Demonstra nesse estudo que *o meio é a mensagem* porque “a mensagem de qualquer meio ou tecnologia é a mudança de escala, cadência ou padrão que esse meio ou tecnologia introduz nas coisas humanas.” (McLUHAN, 2005, p. 22).

De fato, McLuhan analisou o desenvolvimento dos meios de comunicação desde a palavra falada até a automação, transitando, dentre outros, pelas contribuições engendradas pela palavra escrita, estradas, matemática, estilos de vestuário e de habitação, tempo, palavra impressa, veículos (automóvel, bicicleta, avião), telefone e telégrafo, e cinema e televisão.

Sobre a importância de se reconhecer o meio de comunicação como extensões de nós mesmos e de conhecer o meio de comunicação para melhor utilizá-lo em benefício próprio e da Humanidade, McLuhan cita, entre vários outros, o exemplo de Modupe, príncipe africano, sobre seu encontro com o mundo escrito:

Na casa do Padre Perry, o único lugar totalmente ocupado era o das estantes de livros. Gradativamente cheguei a compreender que as marcas sobre as páginas eram “palavras na armadilha”. Qualquer um podia decifrar os símbolos e soltar as palavras aprisionadas, falando-as. A tinta de impressão enjaulava os pensamentos; eles não podiam fugir, assim como um “dumbu” não pode fugir da armadilha. Quando me dei conta do que realmente isto significava, assaltou-me a mesma sensação e o mesmo espanto que tive quando vi pela primeira vez as

---

luzes brilhantes de Conacre. Estremeci, com a intensidade de meu desejo de aprender a fazer eu mesmo aquela coisa extraordinária. (2005, p. 100).

A exemplo do excerto do poema *Profissão de Fé* de Olavo Bilac, inserido na abertura deste artigo, McLuhan cita o Príncipe Modupe e sua percepção da necessidade e importância de conhecer o meio para usá-lo adequadamente em benefício da coletividade. Conhecer o meio é necessário para atingir objetivamente o receptor, de modo que este tenha papel ativo no processo comunicacional.

Sob este aspecto McLuhan discorre com propriedade ao agrupar os meios em quentes e frios, cuja ideia central é a de que os “meios quentes são aqueles que prolongam um único de nossos sentidos e em alta definição.” (McLUHAN, 2005, p. 38), levando, por conseguinte, à menor interação com o receptor. O autor exemplifica ao citar o grau de envolvimento do receptor em uma conferência e um seminário e em um livro e um diálogo, com menor participação na conferência e na leitura do livro. Para o autor a utilização de um meio quente numa cultura fria pode ter efeitos perturbadores. McLuhan reforça sua definição de meios quentes e frios e os efeitos de sua adequada aplicabilidade, mediante análise de estudos de Francis Bacon<sup>11</sup> que diz que “O consumidor passivo deseja pacotes já prontos, mas aquele que está interessado no avanço do conhecimento e na indagação das causas recorrerá aos aforismos porque são incompletos e solicitam a participação em profundidade” (McLUHAN, 2005, p. 48), ou seja, o meio deve ser avaliado sobre as reações que causarão em seus usuários para saber se é adequado ou não para uso. Os meios quentes devem ser usados para culturas quentes, enquanto que os frios, para culturas que estão aptas, desejosas da participação, da interação.

Ressalte-se, ainda, a característica de entorpecimento que McLuhan afirma ocorrer pelo homem frente às novas tecnologias como extensões de si mesmo. Segundo o autor, o mito de Narciso retrata bem esta afirmação. Para ele, Narciso (do grego *narcosis* - entorpecimento), ao ver sua imagem refletida na água ficou entorpecido, logo, sem a consciência de que a imagem era reflexo de si mesmo, tornando-se, pois, um servomecanismo da própria imagem prolongada ou repetida.

---

<sup>11</sup> Francis Bacon (1561 – 1626) foi um filósofo inglês que estabeleceu as bases da metodologia científica. Também foi um prosador eminente. Sua obra mais famosa é intitulada **Ensaios** e representa um dos primeiros modelos da prosa inglesa moderna. (MIRADOR: 1996).



Para McLuhan “O que importa neste mito é o fato de que os homens logo se tornam fascinados por qualquer extensão de si mesmos em qualquer material que não seja o deles próprios.” (McLUHAN, 2005, p. 59).

Aqui se percebe nitidamente a importância de se conhecer o meio para se evitar o entorpecimento pela ausência de conhecimento e, por conseguinte, pelo uso por vezes inadequado ou pela sua subutilização.

Sobre este aspecto, Meyrowitz afirma que se deve conhecer a gramática dos meios e que, para tal, exige-se “alguma compreensão operacional de cada veículo.” (2001, p. 92).

A respeito deste e de outros autores, pesquisadores e teóricos, seguem suas visões e percepções que comprovam a efetividade da Teoria do Meio.

### **3 Outrem: Visões e Percepções sobre a Teoria do Meio**

Vários outros pesquisadores, pensadores, teóricos, estudiosos manifestam em seus trabalhos, aspectos que comprovam a Teoria do Meio e a afirmativa de que os meios de comunicação são extensões do homem.

Tais manifestações são, ora diretas, específicas e referenciais a McLuhan e/ou à sua teoria, ora indiretamente, involuntariamente, sem o objetivo específico de tratar o assunto, mas em assertivas específicas de seus estudos e teorias.

Eni P. Orlandi ao escrever a obra *Análise de Discurso – princípios e procedimentos* (2007, p. 10), portanto sem o objetivo de analisar a Teoria do Meio, afirma que as várias modalidades da memória metálica – dos multimeios, a informática, a automação, juntam-se à memória carnal das línguas carnavais.

Este ajuntamento decorre das novas tecnologias de linguagem. Tem-se nesta assertiva os indícios das novas tecnologias de linguagem como extensões do homem. A automação, a informática, em especial com o advento da Internet, repercutem, na aldeia global de McLuhan, a necessidade de conhecer a gramática dos meios mencionada por Meyrowitz.

Joshua Meyrowitz (2001, p. 97) esclarece que a Teoria do Meio é a menos comum forma de análise do meio e ressalta a necessidade de que haja uma alfabetização midiática para se compreender o meio e seus efeitos na sociedade atual. Segundo o



autor “[...] o ambiente criado por um meio é muito menos observado diretamente do que o conteúdo e a gramática dos veículos.”. Ele afirma que “A ideia que os meios são condutores que nos trazem mensagens sugere a necessidade de uma alfabetização midiática de conteúdo”, de modo que haja a apreensão do fato da importância de se perceber o meio como a própria mensagem.

Assim, o autor propõe três metáforas para a alfabetização midiática: (I) os meios como condutores de mensagens, (II) os meios são linguagens com gramáticas distintas e (III) os meios como ambientes – níveis micro e macro de influência dos meios.

A primeira metáfora retrata a concepção mais comum sobre os meios como condutores, como canais que contém e enviam mensagens. São as ideias, informações, valores, ideologias.

A segunda requer alguma compreensão operacional de cada veículo, uma vez que cada meio possui linguagem própria, variáveis específicas de produção, compreensão das forças culturais e institucionais. Para Meyrowitz “os elementos da gramática dos meios demandam mais tradução do que os elementos de conteúdo dos meios, e não se pode nunca estar certo de que um elemento da audiência está consciente das variáveis que estão sendo descritas.” (2001, p. 94).

Neste ponto cabe uma reflexão sobre o destaque que se quer dar à maior importância do meio como a própria mensagem, mas que não leva em conta os aspectos culturais, empíricos e ambientais que envolvem o receptor, que, por sua vez, nem sempre conhece ou está atento à gramática do meio. Isto, por certo, pode causar o efeito narcotizante do meio sobre o receptor mencionado por McLuhan, e que, obviamente, causará maior ou menor interação do receptor com o meio.

A terceira, por fim, apresenta os níveis micro e macro dos meios, em que cada meio, sendo um tipo ambiente, requer o entendimento das características particulares de cada veículo. O nível micro é exemplificado pelo autor sobre a venda de certo produto com o uso de formas de comunicação face a face, telefone ou correio eletrônico. Já o nível macro é exemplificado pela forma como um novo meio pode levar a amplas mudanças sociais. Podem ser citados, neste caso, o rádio, a televisão e, mais recentemente, a Internet que, sob o ponto de vista da Teoria do Meio, transformou o Mundo na aldeia global prevista por McLuhan.

Uma das teorias da comunicação que possui grande relação com a Teoria do Meio é a Cibercultura, cujos maiores expoentes são Pierre Lévy e Francisco Rüdiger.

Ambos os professores pesquisam a Cibercultura, seus efeitos e influência nos meios de comunicação e na sociedade, inclusive com referências à Teoria do Meio.

A aldeia global é descrita por Lévy, despretensiosamente, ao afirmar que

As telecomunicações são de fato responsáveis por estender de uma ponta à outra do mundo as possibilidades de contato amigável, de transações contratuais, de transmissões de saber, de trocas de conhecimentos, de descoberta pacífica das diferenças. (1999, p. 14).

Para o autor, o ciberespaço ou rede compreende a infra-estrutura material da comunicação digital, as informações que ela abriga e os seres humanos que navegam nesse universo e o alimentam com informações, configurando, por conseguinte, a concepção de McLuhan de que, de fato, os meios de comunicação são extensões do homem, pois, conclui o autor

[...] as imagens, as palavras, as construções de linguagem entranham-se nas almas humanas, fornecem meios e razões de viver aos homens e suas instituições, são recicladas por grupos organizados e instrumentalizados, como também por circuitos de comunicação e memórias artificiais. (1999, p. 22).

Já a cibercultura, esclarece Lévy (1999, p. 17), especifica “[...] o conjunto de técnicas (materiais ou intelectuais), de práticas, de atitudes, de modos de pensamento e de valores que se desenvolvem juntamente com o crescimento do ciberespaço.”.

Francisco Rüdiger concorda que os meios de comunicação são extensões do homem ao afirmar “[...] que o homem é um artefato técnico originariamente. [...] Os primeiros meios técnicos teriam sido extensões de nossas capacidades corporais, prolongamentos de nossos órgãos [...]” (2004, p. 16). E ainda que

Ninguém contestará que, para ocorrerem, as atividades humanas necessitam de recursos materiais e do conhecimento de seu uso. O aparecimento do homem e o emprego de ambos, recursos e conhecimento, formam um só processo. (2004, p. 21-22).

Lévy (1999, p. 113) cita McLuhan para afirmar que se o meio é a mensagem, essa mensagem é o universal que corresponde efetivamente aos projetos de seus criadores e às expectativas de seus usuários. Note-se com essa afirmação de Lévy a relação, interação entre emissor e receptor e o meio, cuja gramática deve estar acessível e compreensível a ambos interlocutores.

Mais uma vez Lévy recorre a McLuhan para esclarecer que



A principal diferença entre o contexto midiático e o contexto oral é que os telespectadores, quando estão implicados *emocionalmente* na esfera do espetáculo, nunca podem estar implicados *praticamente*. Por construção, no plano de existência midiática, jamais são atores. (LÉVY, 1999, p. 116-117).

Enquanto o telespectador (receptor) age emocionalmente, exerce sobre ele o estado da narcose, tratado por McLuhan no mito de Narciso.

A mesma percepção dos telespectadores e atores nos meios de comunicação de massa pode ser utilizada sobre os meios de comunicação interna nas empresas. É o que abordarei a seguir.

#### **4 O Meio (Também) é a Mensagem no Mundo dos Negócios**

A Teoria do Meio e a Cibercultura estão presentes também nos meios de comunicação empresariais, conforme se verificará em análise sobre a comunicação interna de uma grande empresa pública brasileira, cujo nome não é aqui citado por não ter sido solicitada autorização para tal e pelo fato de que este não é fator preponderante para a análise ora realizada.

Até meados da década de 1990, o sistema de comunicação interna dessa empresa pública federal, assim como, pode-se afirmar, de centenas de outras empresas públicas e privadas, tinha por base, quer seja a comunicação administrativa, quer seja a comunicação com fins institucionais, motivacionais e noticiosos, o uso do papel em expedientes (ofícios, circulares) e em jornais, informativos, folders, cartazes; todos transitados por malote via Correios ou por empresas transportadoras. O meio utilizado segundo McLuhan, cuja afirmativa “[...] já o papel é um meio quente, que serve para unificar os espaços horizontalmente, seja nos impérios do entretenimento, seja nos impérios políticos” (2005, p. 39), acrescentava-se, nos impérios empresariais, pouco acrescentava em conhecimentos e em ações motivacionais junto ao público-alvo, os empregados, uma vez que eram apresentados prontos, com informações concretas e completas e com o uso de meio aquecido, qual seja a palavra escrita sobre um grupo altamente letrado.

Outro meio de comunicação também bastante utilizado, filmes com pequena duração (cerca de 20 minutos) produzidos por empresa especializada, contendo



mensagens motivacionais e noticiosas da empresa, entretanto sem o efeito desejado na maioria dos milhares de empregados, talvez, neste caso, pela pouca familiaridade do público-alvo com a gramática do meio, ressaltada por Meyrowitz.

A partir de meados/fins da década de 1990, este cenário de certa apatia ou indiferença em relação aos meios de comunicação interna dessa empresa sofreu grande impacto pela decisão de modernizar o parque tecnológico até então existente.

Na mesma época ocorria o *boom* da informatização global e da cibercultura, segundo Pierre Lévy. De acordo com o autor, no

[...] início dos anos 90, um novo movimento sócio-cultural [...] tomou rapidamente uma dimensão mundial. Sem que nenhuma instância dirigisse esse processo, as diferentes redes de computadores que se formaram desde o final dos anos 70 se juntaram umas às outras enquanto o número de pessoas e de computadores conectados à inter-rede começou a crescer de forma exponencial. (1999, p. 32).

Contribuiu para esse crescimento a evolução do *modem*<sup>12</sup>. Os modems passaram a ter capacidade de transmissão superior à da linha telefônica, na metade dos anos 90, ressalta Lévy (1999, p.35). Estes aspectos, aliados à redução dos custos de aquisição de equipamentos de informática, notadamente os computadores pessoais, e à busca da melhoria do atendimento à clientela pela maioria das empresas, geraram a necessidade da entrada das empresas no mundo das novas tecnologias do ciberespaço.

No caso da empresa pública federal citada neste artigo, o momento da ruptura entre a cultura do tradicional processo comunicacional do papel e da escrita e a nova tecnologia digital exigiu a reforma de todo o parque tecnológico e o treinamento dos milhares de empregados. Esta segunda parte do processo causou grande choque, um estado de torpor, o estado narcotizante tratado por McLuhan. Em um curto espaço de tempo, centenas de milhares de pessoas vinculadas a essa empresa se viram obrigadas, em alguns fins de semana, a ter contato com uma nova e *estranha* tecnologia. Foram obrigadas a sair de uma zona de conforto na qual estavam há anos para o desconhecido mundo da informática<sup>13</sup>.

<sup>12</sup> O modem é um aparelho que permite a comunicação entre dois computadores via telefone, mediante a modulação e demodulação de informação digital.

<sup>13</sup> Naquele período, eu ministrei treinamento para mais de uma centena desses empregados públicos e percebi, em suas reações e manifestações um certo pânico, incredulidade, resistência e impotência frente à nova tecnologia. Meses mais tarde, a maioria estava adaptada e adepta da nova tecnologia, por certo, por terem passado pelo processo de alfabetização midiática tratado por Meyrowitz.



Embora esta nova tecnologia refira-se à implantação de sistema de comunicação de dados e não da mídia propriamente dita, é, ora citada neste artigo, pela importância cultural que teve nas vidas profissionais das pessoas envolvidas, podendo ser considerada o primeiro passo para o acesso ao mundo do ciberespaço, este restringido ao universo empresarial.

A partir de então, o Departamento de Marketing e Comunicação, em conjunto com o Departamento de Tecnologia da Informação dessa empresa, implantou, em um processo acelerado e de constante evolução, novos meios de comunicação interna, com destaque para a Intranet<sup>14</sup>. O mito de Narciso passou a ter efeito reduzido, pois os empregados já estavam familiarizados com e conscientes da nova tecnologia, passaram a conhecer a gramática de cada meio de comunicação interna utilizado pela empresa. Os gestores da empresa, por sua vez, perceberam o nível cultural e de conhecimento do público-alvo, mediante o convívio diário e por meio de pesquisas realizadas com fins específicos junto a esse público. Por intermédio da Intranet - meio frio de comunicação e que, portanto, instiga, provoca, envolve os empregados dessa empresa, altamente letrados na cultura da palavra escrita - os gestores atingem seus objetivos de motivar o citado público ao trabalho com qualidade e ao cumprimento das metas de negócios estabelecidas. Prova disso é que a empresa figura desde 2007 entre as 100 melhores do Brasil para se trabalhar e vem obtendo lucros crescentes a cada ano, desde 2000. Não há como refutar a contribuição dos meios de comunicação interna dessa empresa para o alcance de seus objetivos.

As proposições de McLuhan de que o meio é a mensagem, da alfabetização midiática de Meyrowitz e da inserção no mundo do ciberespaço, de Lévy, de fato, estão fortemente inseridas no meio empresarial e organizacional e exigem o envolvimento total dos gestores e empregados, se quiserem continuar competitivos no mundo dos negócios.

## **5 De Novo, Bilac**

Como mencionei anteriormente, não tenho a pretensão, neste artigo, de tratar o assunto em sua totalidade; ao contrário, pretendo suscitar discussões, análises, estudos,

---

<sup>14</sup> Intranet é uma “Internet interna da Organização” com foco na divulgação de informações para o público interno. É também usada pelas Organizações como “ferramenta para alavancar negócios” (Celepar: 1998).



---

reflexões sobre a aplicabilidade da Teoria do Meio e da Cibercultura no mundo  
empresarial.

De modo visionário, previdente ou baseado em fatos históricos, a aldeia global citada por McLuhan é concreta e todos – pessoas e empresas – fazem parte dela e de seus meios tecnológicos e de comunicação. A decisão de ser um ente ativo ou passivo é de cada um nesse contexto. Qualquer que seja a decisão, o sujeito continuará parte da aldeia global.

Viverá melhor quem – pessoas e empresas – se integrar ativamente a esse mundo da aldeia global, onde os meios de comunicação como extensões do homem estão, poeticamente, impondo seus pressupostos e intermediando as vidas de todos, como afirma McLuhan: “Todos os novos meios de comunicação, incluindo a imprensa, são formas artísticas que tem o poder de impor, como a poesia, seus próprios pressupostos.” (1980, p. 220).

O mundo do ciberespaço é uma realidade, na qual todos estão inseridos, direta ou indiretamente, voluntária ou involuntariamente. Cabe, pois, conhecer esse mundo, de modo a contribuir para o bem coletivo, como afirma Lévy, “Virtualmente, todas as mensagens encontram-se mergulhadas em um banho comunicacional fervilhante de vida, incluindo as próprias pessoas, do qual o ciberespaço surge, progressivamente, como o coração.” (1999, p. 118).

Enfatize-se, por fim, a necessidade da alfabetização midiática proposta por Meyrowitz, pois importante se torna que pesquisadores, estudiosos, profissionais envolvidos com os meios de comunicação de massa ou empresariais usem seus conhecimentos em prol do bem estar da coletividade e do crescimento/desenvolvimento do mundo em que vivemos.

Para isso..., perceber a poesia nos meios de comunicação, mergulhar num banho comunicacional fervilhante de vida, entender as variáveis gramaticais dos meios de comunicação e ser e agir como Bilac em sua Profissão de Fé:

Invejo o ourives quando escrevo:  
Imito o amor  
Com que ele, em ouro, o alto-relevo  
Faz de uma flor. (BILAC, 2004, apud CONSOLARO).

---

**Referências bibliográficas**

BIANCO, Nelia R. Del. **O tambor tribal de McLuhan**. Brasília, 2005. Disponível em:  
<[HTTP://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0558-1.pdf](http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2005/resumos/R0558-1.pdf)>. Acesso em 26  
mar. 2009.

CINZEL. In HOUAISS, Antônio. **Dicionário da língua portuguesa**. 2ª. Ed., Rio de Janeiro:  
Objetiva, 2009. p. 160. Verbetes.

CONSOLARO, Hélio. **Parnasianismo brasileiro**. Araçatuba, 2004. Disponível em:  
<<http://www.portrasdasletras.com.br/pdtl2/sub.php?op=literatura/docs/parnasianismo>>. Acesso  
em 06 jun. 2009.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1999.

McLUHAN, Marshall. **Os meios de comunicação como extensões do homem**. 14ª. Ed., São  
Paulo: Cultrix, 2005.

\_\_\_\_\_, e CARPENTER, Edmund. **Revolução na Comunicação**. 4ª. Ed., Rio de Janeiro:  
Zahar, 1980.

MEYROWITZ, Joshua. As múltiplas alfabetizações midiáticas. **Revista FAMECOS**, Porto  
Alegre, nº. 15, 15 ago. 2001. Disponível em:  
<<http://www.revistas.univerciencia.org/index.php/famecos/article/view/287>>. Acesso em 26  
mar. 2009.

MOURA, Robson. **Gramática**. Disponível em:  
<[HTTP://www.algosome.com.br/gramatica/funcoes-da-linguagem.html](http://www.algosome.com.br/gramatica/funcoes-da-linguagem.html)>. Acesso em 14 jun.  
2009.

ORLANDI, Eni P. **Análise de discurso – princípios e procedimentos**. 7ª. Ed., Campinas:  
Pontes, 2007.

RÜDIGER, Francisco. **Introdução às teorias da cibercultura**. 2ª. Ed., Porto Alegre: Sulina,  
2007.

ENCICLOPÉDIA Mirador Internacional. **Francis Bacon**. 1996. Disponível em:  
<[HTTP://educacao.uol.com.br/biografias/francis-bacon.jhtm](http://educacao.uol.com.br/biografias/francis-bacon.jhtm)>. Acesso em 18 jun. 2009.

VIANI, Maurício Luiz. **Nova Intranet da Celear**. Curitiba, 1998. Disponível em:  
<[HTTP://www.pr.gov.br/batebyte/edicoes/1998/bb80/intra.htm](http://www.pr.gov.br/batebyte/edicoes/1998/bb80/intra.htm)>. Acesso em 14 jun. 2009.