

# A FILOSOFIA NÃO É FILOSOFISMO

**Roberto Bazanini**

Bacharel em Filosofia, Mestre em Comunicação (UMESP-S.B.C.), Doutor em Comunicação e Semiótica (PUC –SP), Publicitário e Professor do IMES

## RESUMO

Tradicionalmente o ensino de filosofia tem se caracterizado por ser um amontoado de definições e dados referentes aos pensadores do passado. Isso se deve, em grande parte, à péssima qualidade dos Manuais Escolares que, entre tantas outras aberrações, confundem a filosofia com filosofismo. Desde seu surgimento, a filosofia é intrinsecamente dinâmica, prática e consequente. Em nossa contemporaneidade, na era das mídias, a filosofia da comunicação proporciona instrumental indispensável para análise e compreensão dos meios de produção, circulação e consumo de mensagens, provenientes das mais diferentes culturas.

Quando o professor expõe conceitualmente para uma classe de alunos que a tônica do programa *Você Decide* da Rede Globo de Televisão nada mais é que o confronto entre duas éticas: a ética formal e a ética utilitarista; a querela entre Oliveto Toscani e os publici-

tários brasileiros pode ser analisada dentro das posturas existenciais do hedonismo e do realismo; a discussão entre o Ministério da Saúde e os fabricantes de cigarros sobre a permissão ou proibição da propaganda de cigarros está assentada em duas posturas distintas

implícitas no empirismo e no racionalismo; na fragmentação das notícias do telejornalismo predominam os aspectos positivistas; as críticas do cantor Raul Seixas ao *status quo* tem um forte viés existencialista, as divergências entre o Movimento Kardecista e o Movimento da

## ABSTRACT

Traditionally Philosophy teaching has been seen as a group of definitions and data regarding past philosophers. This is mostly due to the appalling quality of the School Manuals, which, amongst other aberrations, mix up Philosophy and Philosophism. Since its advent Philosophy is inherently dynamic, practical and consequent. Nowadays, while we live the media era, the Philosophy of Communication provides an essential tool for analyzing and understanding the means of production, distribution and consumption of messages, coming from most distinct cultures.

Nova Era podem ser interpretadas a partir da oposição estoicismo e hedonismo; o voluntarismo dos neopentecostais se opõe ao racionalismo das igrejas cristãs tradicionais, o pollyanismo da Seicho-no-ie, o niilismo dos punks e tantos outros exemplos que podem ser dados; muitos, pela primeira vez passam a perceber os elementos práticos e indispensáveis que a filosofia oferece para reflexão sobre a realidade circundante.

Posteriormente, quando se demonstra, alicerçado nos conceitos da filosofia da linguagem, os recursos técnicos empregados pelos meios de comunicação, implícitos na Retórica das Imagens, tais como: o plano, o enquadramento, as linhas, as formas, as cores, a luz, a decupagem, o sentido, significado e importância dos princípios filosóficos se tornam plenos.

Porém, antes dessa tomada de consciência, uma das primeiras dificuldades a serem transpostas no ensino de filosofia é a concepção popular que boa parte dos indivíduos traz em relação a esse ramo do saber.

São comuns expressões como: filosofia como "enrolação", filosofia como "perfumaria", filosofia como alguma "coisa sem praticidade", filosofia como "coisa de louco".

Com raríssimas exceções, o termo filosofia na acepção corrente significa apenas um domínio nebuloso de problemas sem solução, destituídos de sentido, distante do cotidiano, um estudo sem nenhuma

utilidade prática.

Puro engano! Confunde-se filosofia com filosofismo.

O conhecimento filosófico se torna instrumento imprescindível para conhecermos as coisas que nos rodeiam, possibilitando, inclusive, detectarmos as próprias deformações presentes no processo das relações humanas.

Os executivos de uma empresa assumem posturas filosóficas, os religiosos, os políticos, os roqueiros, os ecologistas, os publicitários, os jornalistas, os sindicalistas e assim por diante, quer os próprios agentes tenham consciência disso ou não.

Em suma, desde que não se transforme em filosofismo, os princípios filosóficos estão presentes na existência e sua utilização permite pensar com clareza, refletir mais profundamente sobre os diferentes aspectos da realidade nos quais estamos inseridos.

### **O desprestígio da filosofia**

O ensino de filosofia tem se caracterizado, historicamente, uma mera acumulação de definições e dados referentes aos pensadores do passado.

Postula a existência de um mundo de valores à margem da vida real e, mesmo acima dela, propondo uma espécie de estudo que pretende se autojustificar por si mesmo, ao situar-se dentro de coordenadas puramente livrescas e decorativas, ao invés de se interessar pelos problemas humanos e sociais do tempo presente.

Essa concepção arcaica de

filosofia como privilégio de alguns eleitos, uma espécie de aristocracia do espírito, ocupação de solitários, o apanágio de grupos fechados, divorciados da vida e estranhos à atividade no mundo tem contribuído para esse mal-estar presente em nossos dias no ensino de filosofia.

Com raríssimas exceções, a prática em sala de aula consiste na transmissão pelo professor aos alunos de informações sintetizadas previamente estabelecidas e aprovadas pela tradição.

Descartes, há mais de quatro séculos, condenava esse tipo de ensino, como um jogo perigoso e obscuro aos quais alguns "sábios" pretendiam reduzir a filosofia.

"A obscuridade das distinções e dos princípios de que se servem permite-lhes poderem falar de tudo com tanto ousadia como se nada ignorassem, sustentando aquilo que dizem contra os mais sutis, sem que exista qualquer meio de convencê-los. Parecem-se nisso a um cego que para medir-se sem desvantagens para si, com uma pessoa dotada de visão, fizesse com que essa penetrasse em uma adega muito escura."

Esse discurso inconsequente recebe o aval de todo um arsenal de escritos contidos nos compêndios de história da filosofia que, pela sua própria disposição e superficialidade, oculta o mundo das relações, transformando-se em signos vazios, isto é, uma simples fantasia a ser digerida.

Desse modo, o ensino de

filosofia deixa de ter atualidade e praticidade, convertendo-se em uma aprendizagem anacrônica, baseada na memorização de definições, dados e preceitos que não respondem minimamente nenhuma das indagações do homem moderno, sendo incapaz de interessar com esse seu despropósito aqueles que estão voltados para o universo dinâmico e criativo da comunicação social.

### O filosofismo substitui a filosofia

Uma das características centrais do filosofismo é estereotipar o saber filosófico. Omitindo a matriz comum da vida dos seres humanos em sociedade, ao fixar fora do tempo e do espaço modelos de comportamento e idéias com valores absolutos em si mesmos, a filosofia perde seus fundamentos de análise crítica e ação sobre a realidade, transformando-se em ideologia inofensiva e tendenciosa através da criação de universais abstratos.

Batista Mondin (1989, vol. 1, p7) escreve:

- "O que é filosofia ?"

- Filosofia é uma palavra de origem grega que significa literalmente amigo da sabedoria. Narra-se que o termo foi inventado por Pitágoras, que certa vez, ouvindo alguém chamá-lo de sábio e considerando esse nome muito elevado para si mesmo, pediu que o chamasse simplesmente filósofo, um amigo da sabedoria".

"... Quanto ao objetivo, a filosofia não busca fins práticos e não tem interesses externos

como a ciência, a arte, a religião e a técnica, as quais, de um modo ou de outro, sempre têm em vista alguma satisfação ou vantagem. A filosofia tem como único objetivo o conhecimento, ela procura a verdade, prescindindo de eventuais utilizações práticas. A filosofia tem uma finalidade puramente teórica, ou seja, contemplativa, ela não procura a verdade por algum motivo que não seja a própria verdade."

### Análise Crítica

Analisando o conteúdo apresentado, percebemos que o seu autor, no primeiro momento, define o que é filosofia para posteriormente argumentar sobre a finalidade da filosofia, afirmando: "Filosofia é amor à sabedoria". "A filosofia não tem fins práticos."

Opostamente, ao passivo e idílico "amor à sabedoria", podemos contrapor que a filosofia sempre foi uma resposta a um desafio concreto, aos problemas do cotidiano e da existência. Uma atividade caracteristicamente humana, no qual o ser situado no mundo, por meio do esforço consciente de sua vontade e inteligência, começou a perceber o vínculo existente entre as coisas individuais do mundo aparentemente desconexas.

A morte, a doença, o nascimento, a guerra, a liberdade e escravidão, o contato com os semelhantes, o envelhecimento, o universo, o trabalho, a comunicação começaram a ser objeto de reflexão filosófica por serem pontos de referência da

condição humana.

No século 4 ac. Xenofonte, relata alguns dos ensinamentos memoráveis de Sócrates (1982, p.163)

"... Ensinava-lhes também até que ponto deve o homem bem educado versar-se em cada ciência. Assim dizia dever aprender-se de geometria o necessário para em caso de precisão, medir-se exatamente um terreno que se queira comprar, vender, dirigir ou lavar. O que é tão fácil – acrescentava que por pouco que se dedique à agrimensura pode se conhecer a grandeza da terra e a maneira de medi-la."

"... Recomendava aprender-se de astronomia o bastante para, viajando-se por terra, por mar ou estando-se de guarda, reconhecer as divisões da noite, mês e ano e ter pontos de referência para tudo o que se faça na noite, mês ou ano. Acrescentava ser fácil aprender esses pontos com os caçadores noturnos, pilotos e todos aqueles que têm interesse em sabê-los."

Então: a filosofia é amor à sabedoria sem fins práticos?!

Se nos reportarmos aos filósofos anteriores a Sócrates (denominados preconceituosamente de pré-socráticos), constatamos que seus ensinamentos voltavam-se, também, para o lado prático da vida, para o conjunto de acontecimentos a que estavam submetidos os homens antigos.

Os sofistas, julgados tão injustamente por grande parte dos historiadores, foram os primeiros mestres da comunicação social. Com sua atuação arrancaram o poder das classes

superiores, suplantaram a ver-são dogmática e tirânica dos fenômenos naturais, mostrando que a Arete, isto é, a excelência humana, não era privilégio de sangue, mas podia ser aprendida e, portanto, ensinada.

A célebre frase do sofista Protágoras: "O Homem é medida de todas as coisas", traduz bem o humanismo presente nos pensadores gregos antigos.

No teatro grego, por exemplo, os filósofos e retóricos tinham consciência, além da linguagem, da importância adequada das formas e do emprego das cores nas tragédias e comédias apresentadas. As cores claras significavam o Bem e as cores escuras significavam o Mal. Sabiam que as formas e as cores conduzem o indivíduo a associações materiais e associações afetivas.

Aristóteles em suas duas grandes obras voltadas para a comunicação (Arte Retórica e Arte Poética) discorre analiticamente sobre os fundamentos da persuasão presentes nos diferentes aspectos das linguagens e formas do discurso desenvolvidas pelos antigos gregos.

Em síntese, a filosofia nasceu da autoconsciência do homem, do trabalho disciplinado e não do romântico "amor à sabedoria".

Dizer que a "filosofia não tem fins práticos" é negar a sua própria história e razão de ser. Para citar apenas alguns exemplos bem conhecidos:

- Por que Sócrates foi condenado a morte?

- Por que Giordano Bruno foi queimado vivo?

- Por que Geraldo Vandré, Caetano Veloso, Chico Buarque e tantos outros foram exilados?

- Por que o ex-padre Geraldo Boff foi intimado a se calar por ordem do Vaticano?

- Por que Noam Chomsky é, ainda hoje, censurado no próprio Estados Unidos?

Para essas indagações o filosofismo não fornece respostas. Na verdade, todos esses e tantos outros exemplos que podem ser encontrados, demonstram que filosofia possui sérias conseqüências práticas.

### A filosofia primeira

Desde que o homem primitivo começou a refletir sobre suas ações, temos os primeiros rudimentos da filosofia, isto é, o esforço para entender os fatos e acontecimentos a sua volta.

Há certas indagações existenciais que o ser humano, a partir do despertar de sua sensibilidade, não deixa de fazer a si próprio, quer seja pouco ou muito letrado, rico ou pobre, homem ou mulher, jovem ou adulto. São perguntas básicas que nos atormentam, provocando curiosidade, espanto e angústia:

- Porque existo?

- Qual a finalidade de minha existência?

- Qual a importância do outro na minha vida?

Esses questionamentos são totalmente dependentes entre si, pois cada um deles implica necessariamente os outros dois.

- Por que isso acontece?

Simplesmente porque a minha experiência depende da existência do outro, e tanto a minha existência quanto a existência dele (o outro) estão inseridas na mesma natureza.

Nascida dessa tensão, a atitude filosófica nos leva a procurar enxergar essas realidades, isto é, o eu, o outro, através do olhar crítico para compreender e expressar o que compreendemos.

A filosofia ocidental, surgida nas colônias gregas da Ásia Menor, representou um enorme avanço no desenvolvimento do ser humano em relação ao seu passado. Surgiu no momento em que o homem começou a se tornar autoconsciente, contrapondo-se às explicações mitológicas dos deuses gregos de até então.

É assinalado pela passagem do discurso mítico para o discurso epistêmico, dando assim, início ao ciclo histórico da ciência em nossa cultura.

A conhecida inscrição no Templo de Delfos: "Gnôthi seaúton" (conhece-te a ti mesmo) foi nomeada pelos gregos como phatos, isto é, a paixão unida à ação.

Merleau-Ponty em sua clássica conferência "Elogio da Filosofia" ressaltou brilhantemente esse estado de espírito nada contemplativo: "Se filosofar é descobrir o sentido primeiro do ser, não se filosofa afastando-se da situação humana, é necessário, ao contrário, engolfar-se nela."

Concepção essa, como podemos observar, diametralmente oposta às concepções do filosofismo.

## Fundamentos da filosofia da comunicação

O ser humano vive simultaneamente em dois universos: o mundo que lhe é dado, isto é, o mundo da matéria, da vida e da própria consciência e o mundo por ele próprio produzido, ou seja, o mundo dos símbolos, dos signos e da própria linguagem.

Pensamento e Materialidade estão continuamente interagindo, daí ser a filosofia essencialmente a relação que se estabelece entre o sujeito e o objeto. O ato de pensar envolve grande uso e variedade de sistemas de símbolos, pensamos por imagens retratadas pelos signos lingüísticos, matemáticos, pictóricos, musicais, ritualísticos, entre tantos outros.

Pensando de acordo com os sistemas de signos, concebemos o mundo de tal ou qual maneira. Analisando os sistemas de signos podemos facilmente constatar que nos contextos das ciências humanas, as palavras e as imagens, embora atuem como representações inadequadas da realidade, possuem o condão de persuadir os receptores, utilizando os fatos e as coisas como ilustrações específicas delas próprias. Basta observar atentamente o Direito, a Publicidade, as Doutrinas Religiosas, a Política, o Marketing para se perceber a importância do poder da linguagem.

Ao identificar com os fatos construções puramente verbais, os signos se tornam mais reais do que as coisas que representam. Temos tantos exemplos no cotidiano: "Um danoninho vale

por um bifinho", "Os Sem-Terra são um grupo de baderneiros", "Xuxa é a rainha dos baixinhos", "Hollywood é o sucesso", "Deus é brasileiro".

De posse dos princípios filosóficos, constataremos como as palavras e as imagens criam realidade e as mais diferentes concepções do mundo.

Referindo-se ao poder condicionador da linguagem Bertrand Russell (1979, p. 186) escreveu: "Se eu fosse ministro da Educação faria com que os alunos ouvissem os mais veementes e eloqüentes defensores de todas as questões básicas, que se dirigiriam às escolas através do rádio. Depois do debate, o professor convidaria os alunos a resumir os argumentos, e brandamente insinuaria o modo de ver segundo o qual a eloqüência é inversamente proporcional à sólida razão. Adquirir imunidade contra a eloqüência é da maior importância para os cidadãos de uma democracia."

### A filosofia e os recursos televisivos

As novas mídias produzem impactos contínuos em nossa vida diária: Internet, Hiper-mídia, Realidade Virtual, Telefonia.

No mundo globalizado, as mídias trazem o mundo para dentro de cada lar, alterando a noção de fronteiras, favorecendo a internacionalização dos comportamentos. Altera condutas de base de um povo em favor de uma cultura de massa.

Já não estamos mais no mundo do permanente. Na pós-

modernidade tudo se torna provisório e fugaz em oposição à durabilidade e à permanência que caracterizavam as formas tradicionais de cultura. Um outro fator é a descontinuidade, os temas aparecem e desaparecem.

Convivemos com os descontínuos, a televisão, mídia interdisciplinar por excelência, espetaculariza o mundo dentro dos nossos lares.

Busquemos entender seus elementos para compreendermos sua própria retórica. "Retórica é a faculdade de descobrir especulativamente o que, em cada caso, pode ser próprio para persuadir" (Aristóteles (1956, p. 1356)).

A televisão tem como objetivo de seu produto a comunicação, isto é, uma determinada emissora vende um público a publicitários que, por sua vez, irão vender idéias e/ou produtos a esse mesmo público.

Sucede, entretanto, que para conquistar e prender esse mesmo público os comunicadores lançam mão de determinados recursos técnicos que possibilitam a deformação da mensagem e o conseqüente direcionamento do telespectador.

Analisemos alguns desses recursos presentes na televisão, produzindo efeitos altamente condicionadores em sua recepção:

**O plano.** O plano geral dá uma visão ampla de uma situação qualquer, mantendo o espectador a distância. Através do Plano de Conjunto, a câmera se aproxima, e ele, o espectador, fica mais interessa-

do. Com o plano médio, o espectador é colocado face a face com os personagens principais e pelos outros planos, como o close, ele entra cada vez mais em seus pensamentos e em seus sentimentos. Portanto, pode-se constatar que uma imagem pode ser trabalhada de diversas maneiras para influenciar psicologicamente o telespectador, pois os planos dirigem a ação.

**Os movimentos da câmera.** Podemos destacar a panorâmica horizontal, vertical, diagonal, o travelling, o zoom. Esses recursos produzem interpretações que envolvem sentimentos, tais como: grandeza, vitória, pequenez, desprezo, prepotência, que são evidenciados quando associados à angulação. O plongée (câmera alta) diminui o tamanho do objeto, provocando o efeito psicológico de pequenez, desprezo e solidão enquanto o contra-plongée (câmera baixa) aumenta seu tamanho, ocasionando, portanto, um efeito psicológico de força, vitória e prepotência. O estudo dos ângulos de visão ou angulação e os movimentos de câmera conduzem sempre à manipulação da informação.

**O cenário.** O cenário fala através de suas cores, luzes e linha. Em relação às linhas, Antonino discute as várias possibilidades de interpretação e seus aspectos psicológicos. **A linha reta horizontal** cria a impressão de paz, silêncio, serenidade e repouso. Um exemplo ilustrativo pode ser observado em relação às mesas utilizadas pelos apresentadores

dos telejornais. **A linha reta vertical** dá a aparência de dignidade. Estimula, exprimindo exaltação, ascensão, força e permanência. Temos aqui as faixas verticais, painéis, fundos listrados. **A linha reta inclinada** transmite a idéia de direção, penetração, movimento violento e decidido. **A linha reta radial**, se convergente, conduz o olhar do telespectador. Transmite a sensação de poder, de unidade, de estar em destaque, de concentração; se a linha estiver divergente, isto é, quando parte de um único ponto para diversas direções, produz a dispersão do olhar, dando a sensação de liberdade, de glória, de esplendor. **A linha curva** está associada à feminilidade, suaviza a sensação de firmeza que é transmitida pela linha reta. Dá a sensação de sensualidade, feminilidade. Quanto mais ondulada for a linha, quanto mais se aproximar da linha horizontal, mais calma e paz poderá traduzir.

Portanto, as linhas são importantes elementos de indução. Basta que se modifique as linhas do ambiente e da própria figura do personagem para provocar deformação na mensagem.

**A luz e a cor.** O efeito psicológico produzido pela luz é uma das experiências humanas mais importantes, opis se revela um dos principais agentes na recepção de imagens. **As cores frias** são geradas pelos comprimentos de onda do violeta, do verde e do azul. Transmitem a impressão de distância, de sombra, de calma.

**As cores quentes** (vermelho, laranja, amarelo) são estimulantes, transmitem sensações de calor, proximidade, densidade, vivacidade, alegria. **A luz** pode ser utilizada para guiar os olhos do observador. Portanto, a luz e a cor atingem diretamente os nervos do telespectador, dando seu sentido próprio.

**As montagens.** A apresentação das informações, os cortes realizados, a seqüência dos fatos são importantes elementos de indução.

**O código sonoro.** Segundo o filósofo e semiótico Umberto Eco, "o código sonoro compreende os sons da escala musical e as regras combinatorias da gramática tonal". Portanto, se um fato é acompanhado de sons terá significações diferentes para os telespectadores.

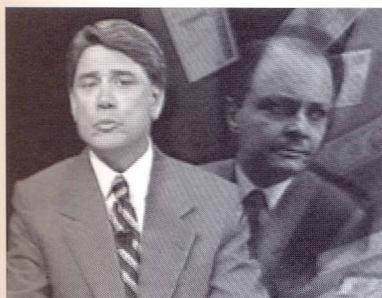
**A decupagem.** O corte das notícias influencia e compromete diretamente a recepção. Por exemplo: uma notícia pode ser dada através da simples narração do apresentador, sem imagem e sem som ambiental. Pode ser dada acompanhada de narração e imagens. Poderá ser apresentada pela narrativa, imagens e som ambiental. Poderá ser dada com narrativa, imagem e som ambiental adicionada ao testemunho de pessoas. Poderá ser apresentada por inteiro ou apenas uma parte da notícia.

Quantas variantes e quantas variáveis à disposição do comunicador!

Desse modo, a filosofia da comunicação supõe e considera a existência da inten-

cionalidade em sua reflexão, uma vez que tem como a *priori* o fato de que, por trás da linguagem, das palavras e imagens, dos recursos técnicos, estão "os estados de alma", retratados sinteticamente no interesse das organizações nos desejos dos receptores.

**Deformação da mensagem através de recursos técnicos**  
*Jornal Nacional* de 23 de dezembro de 1995.



### Luz e Cores:

- Fundo escuro – trevas / maldade / obscurantismo
- Luminosidade do apresentador – clareza / esperança / transparência

### Linhas – Formas – Artefatos

- Olhar direto do apresentador do *Jornal Nacional*
- Olhar desviado para fora de Edir Macedo
- Cabelo cheio do apresentador.
- Cabelo ralo de Edir Macedo
- Notas simulando chifres na cabeça de Edir Macedo
- Ombro protetor dos apresentador do *Jornal Nacional*
- Ombros caídos, sem braços de Edir Macedo

- Dinheiro no bolso de Edir Macedo

- Olheiras do vampiro em Edir Macedo

- Dinheiro voando ao lado da figura de Edir Macedo.

De modo geral, as imagens veiculadas pelo *Jornal Nacional* revelam basicamente a dicotomia estabelecida entre duas posições antagônicas: **o bem e o mal, verdade e aparência**. A Rede Globo surge como mentora da moralidade social encarnando a idéia do bem, ao denunciar energicamente os procedimentos de gângsteres que utilizam a boa-fé dos mais simples para atingir objetivos escusos.

O movimento das imagens reforça a apresentação dos pares filosóficos: **vencedores e derrotados**. O olhar do apresentador do *Jornal Nacional* reflete qualidades essenciais para o ethos de qualquer orador: coragem, sinceridade, a firmeza dos heróis hollywoodianos dos primórdios do cinema no início do século, marcadamente na figura do mocinho. O olhar desviado para fora de Edir Macedo é o protótipo do bandido covarde, falso e hipócrita, pois aquele que não olha diretamente para as coisas não é digno de confiança. O cabelo cheio do apresentador do *Jornal Nacional* indica vitalidade, beleza em contrapartida ao cabelo ralo de Edir Macedo associado a fraqueza e feiúra. O ombro protetor do apresentador à frente dos ombros caídos e sem braços de Edir Macedo revela a força e determinação dos vencedores que ocupam a cena.

As cédulas colocadas sempre ao lado da figura de Edir Macedo, ora formando chifres, ora saindo de seu bolso, ora voando sobre si mesmo em contraposição ao lado da cena ocupada pelo apresentador do *Jornal Nacional*, absolutamente límpida, enfatizam radicalmente o aspecto impuro, mercantil e tendencioso da Igreja Universal do Reino de Deus.

Nessas imagens foram utilizadas técnicas que dissimulam a intenção que subjaz por detrás daquilo que é apresentado. Na medida em que a imagem é um signo não convencional e também não constitui uma afirmação explícita, ela permite atribuir ao referente qualidades e defeitos, sem mentir formalmente sobre suas reais características.

Os artefatos (dólares) colocados junto à imagem de Edir Macedo reforçam intensamente as acusações verbais, remetendo ao campo de batalha entre duas frentes inconciliáveis: **O bem contra o mal**. A IURD caracterizada como um bando de salteadores sarcásticos que abusam da boa-fé das pessoas simples, enquanto a Globo surge vencedora, justa, destemida, aliada das autoridades, a grande mentora da moralidade social.

### Conclusão

Passados 2.500 anos do surgimento da filosofia ocidental, estamos bem distantes das Cidades-Estados da antiga Grécia.

Se, como dizia Xenofonte, Sócrates ensinava que o homem

educado deveria ser versado em cada ciência, hoje, certamente incluiria estudos sobre a ideologia do consumo e desmistificaria as técnicas empregadas pelos meios de comunicação.

Vivemos em uma era de aceleração histórica, na vertiginosa era das comunicações. Podemos considerar filosoficamente que o ser humano atual é bastante diferente daquele concebido pelos antigos filósofos.

É fato incontestável que somos formados pelo contato com as mais diferentes mídias e nessa perspectiva, desde que não se transforme em filosofismo, os conteúdos filosóficos fornecem elementos imprescindíveis para compreensão dos meios de produção, circulação e consumo das mensagens que nos chegam continuamente.

As novas tecnologias dos meios de comunicação propiciam aceleradamente mudanças vertiginosas na apreensão e compreensão da realidade.

Vivemos no mundo do efêmero, do passageiro. A absorção dos acontecimentos pela mídia faz com que esses se tornem voláteis, isso é, aparecem para desaparecer.

A linguagem não é um simples instrumento de comunicação. Muito pelo contrário: somos constituídos pela linguagem. Portanto, as linguagens são molduras que conferem uma imagem ao nosso mundo e a nós mesmos.

Ocorre que com o aparecimento de novas mídias e conseqüentemente novas linguagens, as habilidades humanas se expandem, sendo transposto para o coletivo. Nesta mudança, o homem perde transitoriamente parte da imagem que tem de si mesmo e do mundo, alterando profundamente o seu modo de ver o mundo, o seu sentir, o seu compreender, o seu desejar.

Assim, as novas tecnologias da comunicação criam inevitavelmente seu respectivo meio ambiente humano e social, remodelando profunda-

mente os conceitos antigos, porém, encantar-se com os objetos desconhecendo a dimensão humana desses recursos e seus efeitos sobre as consciências é se deixar ser arrastado pela racionalidade técnica-necessária, racionalidade essa que considera o sujeito desvinculado do próprio conhecimento, escravo de suas próprias criações, um perfeito autômato.

Daí o caráter dinâmico, móvel e imprescindível que se revestem os estudos voltados para a filosofia da comunicação, mormente para os profissionais de comunicação, uma vez que, em nossa contemporaneidade, parafraseando Aristóteles, poderíamos dizer: precisam descobrir continuamente, em cada caso, o que é próprio para persuadir.

Essa é razão de nossa atividade e disso depende nosso emprego, afinal: **filosofia não é filosofismo.**

## BIBLIOGRAFIA

ARISTÓTELES. *Arte retórica e arte poética*. São Paulo, Difusão Européia do Livro, 1956.

BAZANINI, Roberto. *Gandhi* (Coleção: Os Pensadores), São Paulo, MF Editora, 1995.

\_\_\_\_\_. *O Ensino de Filosofia como um processo existencial humano nos Cursos de Comunicação Social* (Dissertação de Mestrado-IMS, SBC, 1993.

\_\_\_\_\_. *Globo e Universal: tudo a ver. A disputa mercadológica pelo controle do Imaginário Popular. Ofensiva e contra-ofensiva retórica pelo controle do imaginário popular*. (Tese de Doutorado). PUC- São Paulo, 1998.

CALAZANS, Flávio Mario de Alcântara. *Propaganda Subliminar e Multimídia*. São Paulo, Summus Editorial, 1.992.

CASSIN, Bárbara. *Ensaio Sofísticos*. São Paulo, Siciliano, 1990.

DESCARTES, Rene. *Discurso sobre o Método*. São Paulo, Pioneira, 1972.

FRAGA ROCCO, Maria Tereza. *A linguagem autoritária: televisão e persuasão*. São Paulo, Brasiliense, 1990.

## BIBLIOGRAFIA

- HADDOCK LOBO, Roberto. *A Filosofia e sua Evolução*. Pequena História do Pensamento Humano. São Paulo, Edições Populares, 1982.
- HALLIDAY, Thereza Lúcia. *A Retórica das Multinacionais*. São Paulo, Summus, 1987.
- \_\_\_\_\_, *Atos Retóricos*. São Paulo, Summus, 1988.
- JAEGER, Werner. *Paidéia - Formação do Homem Grego*, São Paulo, Martins Fontes, 1979.
- MONDIN, Batista. *Curso de Filosofia*, 3 vol., São Paulo, Paulinas, 1989.
- MERLEAU-PONTY, Maurice. *Elogio da Filosofia*. São Paulo, Documentos, 1970.
- MORGAN, Gareth. *Imagens da Organização*. São Paulo, Atlas, 1996.
- MORRIS, W. Charles. *O condicionamento da Mente Humana*. Porto Alegre, Lidador, 1968.
- PERELMAN, Chaim. *Retóricas*. São Paulo, Martins Fontes, 1997.
- ROHDEN, Luiz - *O Poder da Linguagem*. A Arte Retórica de Aristóteles. Porto Alegre, Epipucrs, 1997.
- RUSSELL, Bertrand. *O Poder*, Rio de Janeiro, Zahar, 1979.
- SÓCRATES (Coleção os Pensadores), São Paulo, Abril, 1982.
- TRUC, Gonzague. *História da Filosofia - O Drama do Pensamento Humano através dos Séculos*. Porto Alegre, Globo, 1986.
- VEYNE, Paul. *Acreditavam os Gregos em seus Mitos?* São Paulo, Brasiliense, 1984.

INPES

Instituto de Pesquisa

O INPES é um órgão do Centro Universitário Municipal de São Caetano do Sul - IMES que opera no mercado há 15 anos, em empresas e entidades do setor público e privado, oferecendo serviços nas áreas de:

***pesquisas qualitativas e quantitativas;***

***treinamento e desenvolvimento de recursos humanos;***

***projeto de consultoria administrativa, econômica, financeira comércio internacional e sistema de informática.***

Informações e consultas poderão ser feitas pelo telefone:  
4239-3258 - fax: 4239-3268, pessoalmente, na  
Rua Conselheiro Lafaiete, 1.111, em São Caetano do Sul,  
ou pelo e-mail: [inpes@imes.com.br](mailto:inpes@imes.com.br)