

# Contribuições teóricas de Niklas Luhmann: a improbabilidade da comunicação e os meios simbolicamente generalizados

*Theoretical contributions from Niklas Luhmann: the improbability of communication and symbolically generalized media*

**Tiago Quiroga\***  
**Paulliny Gualberto Tort\*\***

## RESUMO

O presente artigo se debruça sobre a teoria da comunicação de Niklas Luhmann, a fim de identificar elementos que contribuam para o desenvolvimento crítico do pensamento comunicacional. Luhmann parte da premissa de que toda comunicação é improvável e faz um estudo sistemático dos meios capazes de contornar essa

\* Doutor em Ciências da Comunicação pela Escola de Comunicações e Artes da Universidade de São Paulo (ECA-USP). Bolsa da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior (Capes). Mestre em Comunicação e Cultura, pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Bolsa do Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq). Especialista em Fotografia como Instrumento de Pesquisa em Ciências Sociais, pela Universidade Cândido Mendes, Rio de Janeiro. Bacharel em Jornalismo pela Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro (ECO-UFRJ). Autor do livro *Pensando a episteme comunicacional* (EDUEPB/UEPB, 2012). Professor adjunto na Faculdade de Comunicação da Universidade de Brasília, Brasil. Coordenador do curso de Comunicação Social noturno da UnB. Coordenador do Núcleo Docente Estruturante desde março do mesmo ano. Membro permanente do Programa de Pós-Graduação em Comunicação, linha de pesquisa: Teorias e Tecnologias da Comunicação, da UnB. E-mail: <tagorj@terra.com.br>

\*\* Mestranda do Programa de Pós-Graduação em Comunicação da Universidade de Brasília (UnB), na linha de Teorias e Tecnologias da Comunicação. Graduada em Comunicação Social, jornalismo, também pela UnB (2011). E-mail: <paullinygualberto@gmail.com>

Data da submissão: 16/novembro/2013.

Data da aprovação: 14/fevereiro/2014.

improbabilidade e facilitar o êxito das mensagens. Estes seriam os meios de comunicação simbolicamente generalizados, responsáveis por viabilizar a aceitação de uma mensagem nos casos em que a rejeição seria o mais provável. Na teoria luhmanniana, tal mecanismo de aceitação/rejeição da comunicação regularia a formação dos diferentes sistemas sociais. Em tempos de sociabilidade mediada, esses conceitos podem ser úteis aos pesquisadores da comunicação.

**Palavras-chave:** Teorias da comunicação. Estudo dos meios. Niklas Luhmann.

### ABSTRACT

The present article considers Niklas Luhmann's communication theory in order to identify elements that contribute to the critical development of communicative thinking. Luhmann starts from the premise that communication is improbable, and makes a systematic study of media capable of avoiding such improbability and facilitating the success of messages. They would be the symbolically generalized communication media, responsible for making the acceptance of a given message viable in cases in which it would be rejected. In Luhmannian theory, such communication acceptance/rejection mechanism would regulate the formation of different social systems. In times of mediated sociability, these concepts may be useful to communication researchers.

**Keywords:** Communication theory. Media studies. Niklas Luhmann.

## 1 Apresentação

**N**a teoria do sociólogo alemão Niklas Luhmann (1991, 2006a, 2006b, 2007), a comunicação ocupa uma posição central. Segundo o autor, todos os sistemas da sociedade – e, no extremo da teoria, a própria sociedade – derivam de processos comunicacionais. No entanto, a importância da comunicação na constituição dos diferentes sistemas sociais se daria em virtude das próprias limitações estruturais do comunicar: de acordo com essa teoria, existe uma interioridade insondável no ser humano, que nenhum artifício da linguagem é capaz de expressar totalmente. Assim, Luhmann defende que a comunicação enquanto tal é antes de tudo um fenômeno improvável. Não apenas em função da linguagem, mas também porque qualquer mensagem teria maior chance de rechaço que de êxito. Ou seja, seria mais provável que alguém rejeitasse o conteúdo de uma mensagem qualquer do que o aceitasse. Aceitar, nesse caso, significa a tomada do conteúdo como premissa para ações futuras do indivíduo, de modo que a mensagem fosse passada adiante.

Ao longo do presente artigo, tentaremos esboçar como, na teoria luhmanniana, esse mecanismo de aceitação/rejeição das mensagens regula a formação dos diferentes sistemas sociais. A partir disso, poderemos adentrar no conceito de meios de comunicação simbolicamente generalizados. Para Luhmann, esses meios seriam os instrumentos eficazes na transformação da improbabilidade da comunicação em probabilidade. Para além da clareza da linguagem e da sofisticação do aparato tecnológico, os meios de comunicação simbolicamente generalizados se constituiriam enquanto códigos particulares, que “fornecem regras institucionalizadas para determinar quando é que as tentativas de comunicação serão provavelmente bem sucedidas”. (LUHMANN, 2006a, p. 115). Com isso, a teoria luhmanniana tira o foco do problema da técnica para dá-lo ao problema da comunicabilidade propriamente dita. Esse deslocamento abre uma interessante perspectiva de trabalho ao pensamento comunicacional. Trazendo à luz a teoria da comunicação de Niklas Luhmann, esperamos dar uma modesta contribuição ao arejamento de nossa área de saber. Pois, em tempos de sociabilidade mediatizada, os conceitos levantados por Luhmann podem ser bastante úteis aos pensadores da comunicação.

## 2 A comunicação improvável

Em Niklas Luhmann, dispomos de toda uma teoria social baseada na comunicação. Pois, para o autor, a comunicação seria a base de emergência das relações humanas. Esta premissa do pensamento luhmaniano extrapola o âmbito das comunicações interpessoais, em que se destacam as particularidades da interação face a face, e se manifesta na própria formação das estruturas da sociedade. Isso porque a teoria está fundamentalmente assentada na ideia de que os processos civilizatórios se fazem a partir de atos comunicativos. Significa dizer que os diversos sistemas sociais que conhecemos hoje, e que compõem a estrutura da organização social – isto é, a política, a economia, o direito, a religião, a educação, etc. –, se formaram e são regulados pela comunicação.<sup>1</sup> Ao longo do tempo, conforme as mensagens enunciadas foram aceitas ou rejeitadas, a sociedade teria se tornado complexa, formando, por seleção, sistemas diferenciados. Nesse sentido, a sociedade teria evoluído graças à seletividade inerente à linguagem, que sempre dá ao interlocutor a possibilidade de aceitar ou

<sup>1</sup> “Luhmann dá o nome de ‘sistema’ a tudo o que se auto-regula. [...] E a característica dos sistemas é a de se autocriarem; os sistemas estão sempre se adaptando, se corrigindo, se tornando mais complexos. Ele chama a isso *autopoiese*.” (MARCONDES FILHO, 2004, p. 86).

rejeitar determinada mensagem, o que incide diretamente sobre as chances de essa mensagem ser passada adiante.

De fato, um dos problemas mais relevantes da teoria luhmanniana é o “da contingência irreprimível da aceitação/rejeição das mensagens comunicadas”. (LUHMANN, 2006a, p. 115). Pois, segundo a teoria, a sociedade se transforma e evolui a partir de um processo de seleção dos conteúdos transmitidos.<sup>2</sup> Algo semelhante à seleção natural darwiniana. Assim como as diferentes espécies vivas são seletivamente refinadas de acordo com as exigências do ambiente, as estruturas sociais se especializariam por meio de uma espécie de triagem das comunicações: os conteúdos das mensagens aceitas vingam e dão forma aos sistemas da sociedade, enquanto os conteúdos das mensagens rejeitadas desaparecem, eclipsados por ideias, valores e práticas mais contundentes. Luhmann afirmava que, de modo geral, toda mensagem se defronta com limites que tornam o sucesso comunicativo incerto. Esses limites seriam as *improbabilidades da comunicação*, a respeito das quais falaremos adiante. Logo, de acordo com a teoria, o processo de evolução sociocultural é uma função da comunicação, na medida em que esta exerce um papel de filtragem dos conteúdos. As improbabilidades funcionariam assim como filtros selecionadores, através dos quais as mensagens exitosas criaram – e criam – as estruturas sociais existentes.

Mais que simples dificuldades a vencer, as improbabilidades da comunicação se configuram conceitualmente como verdadeiros entraves ao êxito das mensagens, fazendo com que as chances de rechaço dos conteúdos sejam sempre maiores que as de aceitação. Nesse ponto, encontramos o cerne da teoria luhmanniana: para o autor, toda comunicação é improvável. De acordo com Luhmann, a comunicação é improvável a despeito de a vivenciarmos cotidianamente e de dispormos de todo um aparato tecnológico que a facilite ao desdobrar nossas relações no tempo e no espaço. E essa improbabilidade se daria em três níveis distintos, que se reforçam mutuamente. O primeiro nível diz respeito ao isolamento e à individualização das consciências. A interioridade do ser humano é insondável e, em virtude da própria constituição da linguagem, não podemos comunicá-la inteiramente. Logo, é improvável que alguém possa compreender o outro na plenitude de suas intenções. O segundo nível, ou a segunda improbabilidade, se refere à extensão espacial e temporal da comunicação. É sempre improvável que uma mensagem se estenda a mais

---

<sup>2</sup> Niklas Luhmann não aceita a evolução como processo linear, contínuo e irreversível, caracterizado pelo movimento do simples para o complexo, o que pressuporia um começo e um fim. Ao contrário, baseado na teoria de Charles Darwin, Luhmann compreende a evolução como transformação estrutural, resultado de mecanismos de variação, seleção e estabilização de características específicas.

pessoas do que as que se encontram presentes numa dada circunstância. Podemos atuar para suprimir essa dificuldade, mas ela é, essencialmente, parte da natureza da comunicação. E a terceira improbabilidade é a de se alcançar resultados esperados. Isto é, não dispomos de nenhuma garantia de que o receptor adotará o conteúdo da mensagem como premissa para seu comportamento futuro.

Como mencionamos, as três formas de improbabilidade reconhecidas por Luhmann se reforçam mutuamente, de modo que a solução de um problema em determinado aspecto corresponde à redução das possibilidades de resolvê-lo nas outras instâncias. A título de ilustração: de acordo com a teoria, o desenvolvimento de uma técnica que apresente determinadas soluções para o problema da extensão espacial e temporal das mensagens, por exemplo, implica a intensificação dos outros dois problemas. Isso explicaria por que, até o momento, não existem mecanismos capazes de promover o progresso do entendimento entre os seres humanos nos três níveis de improbabilidade concomitantemente. O sistema moderno da comunicação de massas – e, particularmente, o sistema hipermoderno da comunicação digital – sugere uma ideia de eficiência plena, como se pudessem suprimir todos os obstáculos à comunicabilidade. Luhmann (2006a), no entanto, defendia que as técnicas de mediação apenas tornavam imperceptíveis os problemas que não conseguiam resolver. Por isso, ele procurou um conceito capaz de designar a totalidade dos mecanismos que servem para transformar a comunicação improvável em provável, abarcando os três problemas básicos de improbabilidade. Para tanto, a denominação que considerou mais adequada foi a de “meios”.

### 3 Os meios de comunicação segundo Luhmann

Geralmente, e em particular nas teorias da comunicação, chamamos de meios as técnicas que permitem estender as mensagens a indivíduos ausentes, distantes do emissor no espaço e/ou no tempo. Mas a concepção luhmanniana de meio é um tanto mais ampla, subdividindo-se em três esferas funcionais distintas. O primeiro meio considerado é a linguagem. Embora Luhmann considere o sentido propriamente dito como pré-linguístico, a linguagem seria responsável por elevar a compreensão das comunicações acima da percepção prévia. Segundo Luhmann, a linguagem promoveria a generalização simbólica do sentido que lhe é precedente. Mas a linguagem também acaba por se desdobrar como técnica, constituindo a segunda categoria de meios: os de difusão. Estes tanto podem fazer uso da escrita, cuja invenção já faz transcender os limites da comunicação face a

face, como de outras formas de transmissão de informações: o rádio, o cinema, a televisão, etc. Contudo, é na terceira categoria de meio que Luhmann apresenta uma contribuição diferente e especialmente significativa para nossa área de conhecimento. Trata-se dos meios de comunicação simbolicamente generalizados.

Basicamente, os meios de comunicação simbolicamente generalizados podem ser compreendidos como aqueles que viabilizam o êxito das comunicações. A partir deles, o objetivo da comunicação – a aceitação do conteúdo – poderia ser atingido. Eles abarcam os principais setores civilizadores do sistema social, assim como suas subestruturas. Usando como referência o conceito de meios de intercâmbio (*media of interchange*) de Talcott Parsons, a teoria da comunicação de Luhmann (2006b) identificou alguns problemas específicos que guiaram o desenvolvimento dos principais meios simbolicamente generalizados atuantes na contemporaneidade, os quais são: verdade, amor, poder/direito e propriedade/dinheiro. Esses meios são autônomos e mantêm relação direta com o problema da improbabilidade da comunicação. A eles cabe a função de tornar possível a aceitação de uma mensagem cuja rejeição seria a reação mais provável. “Sin embargo, no se trata de lenguajes particulares, ni de medios de difusión, sino de un tipo de medio de otro género: otra forma, otra clase de *distinción*, otro tipo de *códigos*.” (LUHMANN, 2006b, p. 247).

Ademais, Luhmann considera que o conceito de “símbolo, simbólico” costuma ser abordado de modo muito geral e difuso, especialmente a partir do século XIX. Por isso, limita seu sentido aos casos em que o signo designa sua própria função, isto é, a unidade de significante e significado, tornando-se reflexivo. Por sua vez, o termo *generalizado* se refere à diversidade das situações de comunicação. Mas, embora a teoria dos meios simbolicamente generalizados tenha uma aproximação terminológica com a proposta de Parsons, Luhmann assinala que ela não se relaciona com a teoria parsoniana dos meios de intercâmbio. Pois, ao contrário daquele autor, ele parte da hipótese de que, através da codificação da linguagem, o problema geral da comunicação exitosa pode apenas ser estruturado, mas não resolvido. Afinal, entender não garante o êxito das comunicações; conforme elucidou Marcondes Filho (2004), o entendimento não é nada mais que uma condição técnica para dar continuidade a uma troca comunicacional. Precisamos compreender que, em Luhmann, a problemática da comunicação extravasa as questões relativas à linguagem e à mediação; o foco da teoria está no já citado problema da *contingência de aceitação/rejeição das mensagens*, o qual está para além da técnica. Aceitar ou rejeitar um conteúdo, segundo essa perspectiva, é algo que diz respeito à dimensão simbólica da comunicação.

[...] naturalmente, nem tudo o que dizemos tem “sucesso comunicativo”. Nem todas as mensagens que emitimos são aceitas pelos outros como premissas para o seu comportamento futuro. Assim, à medida que cresce a liberdade lingüística para introduzir desvios e variações, também cresce a necessidade de desenvolver garantias para aceitabilidade das escolhas ou seleções comunicativas. Isto é conseguido através de meios de comunicação simbolicamente generalizados [...] (LUHMANN, 2006a, p. 115).

Um dos aspectos que mais chamam a atenção no conceito de meios simbolicamente generalizados é o fato de que eles só surgiram no momento em que as técnicas de difusão permitiram ultrapassar os limites de interação da comunicação presencial. Ou seja, apenas quando as mensagens puderam ser destinadas a um número desconhecido de sujeitos e situações ausentes, os quais não podemos conhecer com exatidão. Logo, o surgimento desses meios, atuando como “‘mecanismos de lubrificação’ do processo comunicacional” (MARCONDES FILHO, 2004), coincidiu com o desenvolvimento da escrita alfabética. Somente em sociedades suficientemente grandes e complexas, como as que se reproduzem a partir do letramento, se pode alcançar a diferenciação dos meios de comunicação simbolicamente generalizados. Em tais sociedades, devido ao incremento das possibilidades de comunicação, as garantias de êxito próprias da presença pessoal não são suficientes, sendo necessário “substituí-las por meios abstratos e, simultaneamente, mais específicos ou, em todo caso, complementá-las”. (LUHMANN, 2006a, p. 48). Segundo Luhmann, a interação entre pessoas que compartilham o mesmo lugar no espaço e no tempo têm mais chances de êxito, pois basta a interação presencial para desprivilegiar o *não*, uma vez que a rejeição pode ocasionar um conflito. E o conflito entre sujeitos presentes num dado contexto pode gerar consequências mais imediatas e mais graves do que quando ocorre entre sujeitos ausentes. Foi devido à mudança nessa condição essencial da comunicação que se fez necessária a criação de novos meios de convencimento: os meios de comunicação simbolicamente generalizados seriam os mecanismos de que a sociedade moderna – e hipermoderna – dispôs para realizar essa função.

A partir da invenção da imprensa, as diferenças entre os meios simbolicamente generalizados se acentuaram tanto que tornaram inviável o uso de uma semântica homogênea, capaz de garantir o êxito da comunicação em todas as situações. De modo que os meios simbolicamente generalizados – a verdade, o amor, o poder e o direito, a propriedade e o dinheiro – se especializaram segundo as diferentes improbabilidades de comunicação eficaz. Embora esses meios sejam funcionalmente equivalentes, já que todos tratam de facilitar as trocas

comunicacionais, são instrumentos apropriados para fins específicos. Cada sistema desenvolve os meios simbolicamente generalizados adequados a seus problemas de referência, a fim de tornar possíveis as comunicações, ao abastecê-las de perspectivas suplementares de aceitação. Isso faz com que os sistemas ganhem terreno dentro da sociedade, visto que a aceitação implica que a mensagem aceita seja tomada como premissa para comunicações e comportamentos ulteriores. Marcondes Filho resume com simplicidade e clareza a questão da especificidade dos meios:

[...] cada sistema tem seu tipo de meio generalizado: por exemplo, se as coisas não caminham bem na política, se não se atinge uma boa comunicação, a moeda comum, a linguagem que usam é a do poder. Se a ciência não convence, usa-se “verdade científica”; se os processos econômicos estão emperrados, o dinheiro serve de mediador; se a religião depara com entraves, a fé ajuda a fazer a crença sobreviver; se o relacionamento afetivo está em crise, o amor lubrifica as relações. Para cada sistema, um meio facilitador para que a comunicação possa fluir bem. (MARCONDES FILHO, 2004, p. 85).

Mas precisamos ter claro que esses meios não são resultado de atitudes particulares dos indivíduos, mas da dimensão simbólica que adquirem a partir do momento em que são compartilhados pela sociedade na forma de cultura. Assim, Luhmann (1991, p. 7) não se refere ao amor como um sentimento, por exemplo, “mas antes como um código simbólico que informa sobre o modo como se pode comunicar com êxito, mesmo nos casos em que tal poderia parecer impossível”. Ou seja, trata-se das expressões de amor que aprendemos em determinado contexto sociocultural. Esses meios surgem de situações triviais da vida cotidiana, mas num contexto histórico, que depende fundamentalmente da sociedade. Por isso, o estado de desenvolvimento dos meios de difusão também pode ser encarado como fator desencadeante da diferenciação e da especialização dos meios simbolicamente generalizados. Para continuar no exemplo do amor: sabemos que a experiência amorosa vivida na Alta Idade Média – fomentada pelos ideais da literatura cavaleiresca – já não é a mesma experiência que vivemos hoje, em tempos de sociabilidades líquidas e mediatizadas. A função do código continua, isto é, facilita a comunicação nas relações íntimas, mas faz uso de um repertório diferente daquele adotado pelos heróis incansáveis das canções de gesta.

## 4 Contribuições de Luhmann para o pensamento comunicacional

“As transformações que se produzem no âmbito da técnica de comunicação colocam novas exigências à cultura.” (LUHMANN, 2006a, p. 49). Ou, para usar a famosa máxima de McLuhan (2007), o meio é a mensagem. Com o advento de novos meios técnicos, surgem outras pautas de plausibilidade, de modo que a cultura precisa reorganizar seus meios de persuasão. Na nova constelação das comunicações mediadas, algumas coisas começam a desaparecer, como o tradicional culto ao passado, e diferentes valores emergem, como a veneração que desenvolvemos pelo novo. Mas, para Luhmann, a celeridade cada vez maior com que se manifestam essas mudanças faz com que seja necessário vencer improbabilidades que são também cada vez maiores, visto que a superação se torna algo mais improvável em virtude da escassez de tempo. Ou seja, as mudanças na técnica produzem verdadeiras modificações nas possibilidades de êxito das mensagens, mas não necessariamente positivas. Luhmann (2006a) chega a propor que nos indaguemos se as estruturas da sociedade moderna não dificultariam as soluções ao originarem constantemente novos problemas de comunicação derivados dos anteriores.

Tal questionamento coloca em xeque algumas de nossas leituras a respeito das comunicações contemporâneas, notadamente os estudos que se debruçam sobre os fenômenos relacionados à internet e às suas plataformas de interação, tais como *Facebook*, *Twitter* e afins. Não é difícil encontrar pesquisadores que partem do pressuposto de que o fluxo intenso das interações digitais promove, necessariamente, mais comunicação, como se esta correspondesse a uma simples transmissão de mensagens. Faz-se, assim, um tratamento quantitativo dos dados que não considera, ou que considera aquém do necessário, a dimensão qualitativa dos fenômenos. De acordo com a teoria desenvolvida por Luhmann, a comunicação não pode ser entendida como mero deslocamento de mensagens entre emissores e receptores, pois esse movimento não compreende o problema central da comunicação, que é a contingência da aceitação/rejeição das mensagens comunicadas. Fosse de outro modo, a maior parte dos problemas relativos à comunicabilidade teria sido resolvido pela sofisticação da linguagem ou pelo aprimoramento tecnológico.

A teoria de Luhmann nos convida a olhar para a comunicação em sua complexa, e desconcertante, realidade: comunicar é uma função humana atravessada por elementos inexatos, inconstantes e, algumas vezes, de difícil verificação. Ter isso em mente nos ajuda a contornar a ingenuidade de nossas primeiras impressões diante de novas técnicas de mediação, de novas formas de sociabilidade. Assim, nos afastamos das soluções fáceis

do senso comum. Um adolescente que passa seus dias em contato com o aparato tecnológico provavelmente estará apto a reconhecer e listar muitas das vantagens que a tecnologia digital proporciona. Mas compreender o que se esconde por trás dos meios – e que resulta em novas experiências sociais, econômicas, culturais, espaciais, temporais e cognitivas – exige o apuro da investigação científica. Logo, o pesquisador precisa “despir-se” de determinados encantos para encarar criticamente os fenômenos, e não como um juvenil aficionado pelo *videogame* de última geração. Nesse aspecto, a incorporação do conceito de meios simbolicamente generalizados ao nosso escopo teórico pode ser salutar. Pois pensar o ato comunicativo, a partir dos meios simbolicamente generalizados, permite que o encaremos para além de suas condições mínimas de realização, que são a linguagem e a técnica.

Em termos práticos, a teoria propõe que os fenômenos da Comunicação Social sejam observados e interpretados em contínua relação com a cultura, com o universo simbólico de onde retiram parte de sua significação. Desse modo, os diferentes meios técnicos e seus respectivos usos podem ser analisados em correlação a determinados valores e normas vigentes em um grupo social de referência. Ou seja, as tecnologias de comunicação não seriam tratadas como objetos isolados, mas como acontecimentos vinculados à experiência humana de sociabilidade. Hoje, vivemos o idílio das redes sociais. Mas será que o sucesso das novas plataformas de comunicação se deve apenas às suas qualidades técnicas ou também àquilo que estas representam enquanto extensões de nossos sentidos, de nossa vida cotidiana? Certamente, trata-se de uma questão demasiado ampla, filosófica. No entanto, pensar sobre a popularidade de certas ferramentas mediáticas, e mesmo de alguns atores sociais, requer atenção a tais representações. Em outras palavras, o pesquisador precisa levar em conta não apenas os recursos inerentes às tecnologias, mas deve considerar também as apropriações simbólicas que lhes possam ser atribuídas.

Os meios de comunicação de massa – se é que ainda merecem essa terminologia – estão em constante diálogo com as transformações culturais, ora influenciando, ora sendo influenciados por elas. O rádio, o jornal, a televisão, a publicidade e mais recentemente a internet não podem ter seus êxitos dissociados de nossas heranças sociais. Precisamos compreender que todo um conjunto de conhecimentos, capacidades, hábitos e crenças se associa à atividade dos meios de difusão. Logo, a Comunicação Social se encontra permanentemente em contato com uma dimensão simbólica, a respeito da qual falamos nos parágrafos anteriores. Se a mensagem irradiada alcança algum sucesso, isso se deve, em parte, à sua capacidade de trabalhar elementos culturalmente compartilhados, aglutinando diferentes segmentos sociais em comunidades de recepção. E não importa

que os membros dessas comunidades estejam dispersos geograficamente. Ao contrário, uma vez que o grande trunfo das tecnologias de comunicação estaria no alargamento espaçotemporal das mensagens. Mas compreendamos que não é mero acaso a aceitação de uma mesma peça publicitária por públicos de diferentes países, por exemplo. Em fenômenos dessa categoria, talvez haja um meio simbolicamente generalizado – verdade, amor, poder ou dinheiro – atuando como amálgama das comunicações sociais.

## 5 Conclusões

A teoria da comunicação de Niklas Luhmann é abrangente. Nela, tudo o que constitui sistema é fruto da transformação da improbabilidade comunicativa em probabilidade. A linguagem, ao empregar generalizações simbólicas, especializou-se em gerar entendimento. Mas não é ela que está no centro de nossos desafios referentes à comunicabilidade. O que torna o problema agudo é a dupla possibilidade da mensagem: ser aceita ou rejeitada. Para Luhmann, a linguagem pode apenas realizar uma escassa porção das possibilidades linguísticas. De modo que, se não existissem mecanismos suplementares de outro gênero, viveríamos num constante estado de desilusão, de frustração ante os nossos intentos de entender e se fazer entender. A linguagem, por si mesma, não favorece o consenso. Na teoria luhmanniana, são meios de outra categoria, os simbolicamente generalizados, que efetivam a comunicação ao se constituírem como códigos particulares, socialmente construídos, capazes de transformar um *não* na possibilidade de um *sim*. Como vimos, o surgimento desses meios ocorre em consonância com o desenvolvimento dos meios de difusão, pois a invenção da escrita – e de técnicas subsequentes – teria aumentado a possibilidade de rejeição das mensagens.

Portanto, a teoria nos confronta com o fato de que mais informação geralmente significa menos aceitação. Algo que merece ser investigado com diligência, mas que, mesmo enquanto sugestão, possui o mérito de nos fazer pensar. Com isso, a teoria de Luhmann nos oferece oportunidade para escapar ao proselitismo da técnica. O que, a nosso ver, já torna considerável a sua contribuição para o pensamento comunicacional. Sobretudo nos dias atuais. Ofuscados pela presença massiva da técnica, a qual nos oferece tantas facilidades em termos de acesso, tendemos a supervalorizá-la em relação a outros elementos que incidem diretamente sobre os fenômenos de comunicação. Tal perspectiva resulta em análises por vezes equivocadas, que ignoram de forma voluntária uma parcela importante do ato

comunicativo que não pode ser mensurada pelo aferimento da transmissão de sinais, como as teorias primevas – o modelo de Lasswell, a *two-step flow communication*, a teoria matemática – sugeriram. Não se trata de propor aqui o abandono de pesquisas que buscam, apresentam e discutem as benesses da cibercultura, por exemplo. Mas, enquanto pensadores da comunicação, não podemos isolar o fato comunicacional da face simbólica que lhe é inerente.

Percebamos como a teoria proposta por Luhmann nos oferece uma oportunidade de enriquecer o campo das pesquisas em Comunicação Social. Afinal, seu pensamento apresenta vieses de análise, ainda pouco explorados, que podem contribuir para a observação dos fenômenos da atualidade. Sobressaindo aos problemas da técnica, e também nos afastando do ponto de vista da Psicologia Social, o conceito de meios de comunicação simbolicamente generalizados pode guiar o pesquisador na compreensão do acontecimento mediático. De acordo com a teoria luhmanniana, ao informar, persuadir ou entreter, as mensagens facilitadas pelas tecnologias se debruçam concomitantemente sobre meios simbólicos que aumentam as chances de êxito nos processos comunicativos. Partindo desse princípio, o pesquisador poderá desenvolver uma perspectiva de estudo que tomará como objeto não apenas o meio físico que permite a veiculação da mensagem, mas a relação que tanto a mensagem quanto esse meio estabelecem com determinados valores sociais. Assim, logramos olhar para o mundo das comunicações contemporâneas – digitais, velozes, em rede – sem apartá-lo do grosso caldo das intersubjetividades.

## Referências

COHN, Gabriel. As diferenças finas: de Simmel a Luhmann. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, São Paulo, v. 13, n. 38, out.1998. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-69091998000300003&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-69091998000300003&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 18 fev. 2013.

LUHMANN, Niklas. *A improbabilidade da comunicação*. Lisboa: Vega, 2006a.

\_\_\_\_\_. *La sociedad de la sociedad*. México: Herder, 2006b.

\_\_\_\_\_. *O amor como paixão: para a codificação da intimidade*. Lisboa: Difel, 1991.

McLUHAN, Marshall. *Os meios de comunicação como extensões do homem*. 16. ed. São Paulo: Cultrix, 2007.

MARCONDES FILHO, Ciro. *Até que ponto, de fato, nos comunicamos?* 2. ed. São Paulo: Paulus, 2004.

NAFARRETE, Javier Torres. Galáxias de comunicação: o legado teórico de Luhmann. *Lua Nova*, São Paulo, n. 51, 2000. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0102-64452000000300009&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0102-64452000000300009&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 13 fev. 2013.