

# MATTELART REVISITA A COMUNICAÇÃO E A SI PRÓPRIO

Antonio Hohlfeldt

Todo o livro de Armand Mattelart, independentemente de se concordar ou não com ele, é sempre importante e provocativo. No caso de seu novo trabalho, recentemente traduzido no Brasil, contudo, ele supera a si mesmo e surpreende seu leitor mais tradicional por uma espécie de renovação na perspectiva de abordagem que propõe. Não se trata de dizer que Mattelart mudou, exatamente, ou que abandonou suas posições. De modo algum. O que temos é uma amplitude de perspectiva tradicionalmente ausente de seus livros anteriores, demasiadamente marcados pela leitura militante marxista e maniqueísta, onde os "bandidos" usam e abusam da comunicação contra a indefesa população.

Há textos que são fundamentais na obra de Mattelart. Seu vanguardismo em uma obra como **As Multinacionais da Cultura**, por exemplo ou, para o Brasil, as análises contidas em **O Carnaval das Imagens**. Mas eram sempre, em última análise, e por um ou outro motivo, de enfoque ou de tema, abordagens localizadas. No caso deste **Comunicação-Mundo**, como seu título bem o sugere, o que temos é uma obra de abrangência surpreendente, na melhor tradição dos enciclopedistas franceses, que esse belga retoma, e com uma enorme vantagem para nós, latino-americanos: é que seus pontos-de-vista nos incluem e sua bibliografia amplíssima leva em consideração obras teóricas igualmente produzidas em nosso continente.

**Comunicação-Mundo** divide-se claramente em dois blocos de estudo, o das idéias e o das estratégias. Para isso, o livro é organizado sob tríplice perspectiva, explicitada desde o preâmbulo triangular: "a comunicação serve, antes de tudo, para fazer a guerra" ( p. 9 ); "a comunicação serve para promover o progresso" ( p. 10 ), afirmativas que têm a ver com as estratégias; e "a comunicação é cultura" ( p. 11 ) o que diz respeito às idéias.

Pois é deste ponto de partida polêmico, desde logo, a subjugação histórica aparente da comunicação à perspectiva da guerra, que Mattelart

R.FAMECOS	Porto Alegre	n.3	p.63-67	setembro 1995	semestral
-----------	--------------	-----	---------	---------------	-----------

realiza uma espécie de inventário das conquistas tecnológicas que, sobretudo a partir da segunda metade do século XIX, influenciaram fortemente na montagem de novas estratégias comunicacionais e as colocaram sob o guarda-chuva negro ou dos exércitos ou das polícias. Uma das novidades pouco abordadas, em geral, neste tipo de análise, é a valorização do desenvolvimento das estradas de ferro a que se aliará o telégrafo e o telefone, o surgimento das agências de informação e, enfim, a utilização da comunicação ou seu controle como estratégia militar e política.

Desfilam neste capítulo, em consequência das descobertas e das invenções, algumas das primeiras teorias sobre os processos de comunicação, como a do projétil ( p. 30 ), a disputa entre a perspectiva do monopólio público ou privado de alguns desses inventos e processos ( ps. 52-53 ), o surgimento de alguns questionamentos e práticas como a sociologia do lazer ( p. 44 ) e o romance folhetim ( p. 55 ), só compatíveis com o avanço das comunicações e o vislumbre das profundas modificações que sobre a sociedade traziam tais conquistas. Harold Lasswell e sua famosa teoria dos 5Ws ( p. 73 ) ainda hoje reiterada nas primeiras aulas de um curso de Comunicação Social, e a abordagem pioneira e pouco ortodoxa, do ponto de vista do marxismo tradicional, de Antonio Gramsci, também são lembradas. O melhor deste bloco, contudo, é a perspectiva mais contemporânea que, partindo da guerra fria e dos estudos de Paul Lazarsfeld, Edward Hall e Claude Shannon, atingem dois pontos controversos: a eclosão das guerrilhas e os movimentos de libertação nacional e, sobretudo, as novíssimas e alarmantes novidades trazidas pela Guerra do Golfo que retoma debates dos tempos do Vietname, radicalizando-os, contudo, e lançando angustiantes indagações sobre a ética no uso das comunicações em tais situações.

O segundo bloco desenvolve a comunicação enquanto promotora do progresso. Para isso, parte do conceito da aldeia global do canadense Marshall McLuhan ( p. 143 e ss. ), passando pelas perspectivas de Norbert Wiener ( p. 157 ) e Z. Brzezinski ( p. 154 ) para estabelecer a abertura do campo à telemática e todas as suas consequências. Voltando às suas raízes, Mattelart relembra os estudos do norte-americano Herbert Schiller e suas denúncias sobre a manipulação ideológica que o domínio das tecnologias de comunicação provocavam em todo o mundo ( originando, inclusive, os estudos do próprio Mattelart ) até se chegar à discussão, quase que infrutífera, nos dias de hoje, dos conceitos degladiados nos anos 70: o livre fluxo de informação, defendido pelos Estados Unidos e Inglaterra, sobretudo, e a nova ordem da informação, defendida pelos países não-alinhados, os do Terceiro Mundo e boa parte das nações ligadas à UNESCO que, tendo assumido tal posicionamento, acabou castigada com o corte de verbas internacionais, notadamente os subsídios dos próprios Estados Unidos ( ver em especial, ps. 167, 195 e ss., 221 e ss. )

O bloco se encerra com a retomada do debate dos anos sessenta e as

noções de **subdesenvolvimento** e **desenvolvimento**, para reexaminar o uso da teleducação e, especialmente, da educação rural, largamente aplicada em países como a Índia e mesmo na América Latina, a partir das experiências de Wilbur Schramm, assumidas pelos programas da **Aliança para o Progresso** dos tempos de John Kennedy ( aliás, sempre me lembro de que uma cópia do filme **Vidas Secas**, de Nelson Pereira dos Santos, sobre o romance de Graciliano Ramos, disponível pelo Clube de Cinema de Porto Alegre, e reiteradas vezes exibida em sessões privadas do cineclubes ou em reuniões estudantis, ainda na década dos setenta, tinha na sua ponta um documentário sobre os "benefícios" da Aliança e seus projetos em nosso continente, do que herdávamos, depois de encerrado o programa, uma iniciativa dos militares de então, o Projeto Rondon, que interiorizava profissionais liberais e estudantes universitários e de III grau, na tentativa de modernizar as populações rurais de nosso interior: ironia suprema... )

A última discussão trazida por Mattelart neste bloco envolve o conceito neo-liberal do livre comércio, para concluir que se vive um "diálogo de surdos" e que apenas a superação da fase que ele identifica como a da "televisão da grande maioria / que / depende sempre das imagens dos outros" ( p. 217 ), através da institucionalização das grandes redes de comunicação, poderá vencer a contínua dominação. Para Mattelart, surpreendentemente, não chega a ser preocupante o surgimento da 'empresa rede', que ele abordará especialmente no décimo capítulo do livro, e que podemos aproximar, sem sombra de dúvida, de realidades como a da cada vez mais extensiva Internet. Para ele, aliás, é neste momento que se concretiza o conceito de espaço-mundo e, conseqüentemente, da comunicação-mundo, ultrapassando, inclusive, em sua ótica, as antigas divisões entre Norte e Sul.

É admirável a maneira dinâmica pela qual o autor consegue articular não só os três blocos da obra quanto os conceitos abordados em cada um deles. Isso fica evidente, por exemplo, na conexão dessa terceira parte com as demais, da mesma forma que sua estruturação interna, exatamente porque, para atingir a questão da globalização, ele vai partir de seu ponto conceitualmente oposto, a Teoria Crítica que a Escola de Frankfurt desenvolveu, a partir da década dos vinte, na Alemanha e, posteriormente, nos anos 40-50 nos Estados Unidos.

Sob tal ótica, Mattelart evidencia que, embora disponível pelo menos desde 1947, quando do desenvolvimento do conceito por Adorno e Horkheimer, a preocupação com a chamada **indústria cultural** só atingiu a Europa no final da década dos setenta, mais especificamente a França de 1978, quando seu governo deu-se conta do reflexo comercial e industrial que tais práticas possuíam. Assim, das perspectivas de Henri Lefebvre ( p. 228 ) a Michel Foucault, a França foi a primeira nação européia a estabelecer um projeto específico para o desenvolvimento de sua própria indústria cultural, o

que não implicou apenas em debates ridículos como aquele ainda relativamente presente sobre os estrangeirismos na comunicação visual francesa dos out-doors, mas, especialmente, a formulação de um planejamento de médio e longo curso de fomento a indústrias ligadas ao entretenimento, bem como às tecnologias de comunicação, capazes de dar à França capacidade de competição com as demais nações ditas industrializadas, notadamente os Estados Unidos e a Inglaterra. Só assim se explicam os progressos espaciais franceses e suas conseqüências, dentre as quais as explosões atômicas em Mururoa, que tanta polêmica internacional têm provocado.

Aprofundando o conceito de **descentralismo** e indagando-se criticamente sobre o conceito da condição de **outro** como um risco de nova res-centralização hegemônica, Mattelart discute sobretudo a globalização enquanto "modo de gestão" ( p. 248-249 ), chamando a atenção para as perspectivas do **holismo** ( p. 251 ) e as teorias da Terceira Onda de Alvin Toffler ( p. 255 ).

Nas conclusões da obra, Mattelart realiza verdadeiro inventário do debate contemporâneo sobre a comunicação. Destacando a ressignificação do conceito da **singularidade** ( p. 264 ) e reconhecendo a permanência de espaços de interesses contraditórios ( p. 268 ), o sociólogo mostra que, de modo geral, ainda são escassas as reflexões críticas mais profundas sobre o papel dos mídia. Ao mesmo tempo, também não se tem refletido conseqüentemente sobre o papel que o intelectual pode desenvolver na sociedade contemporânea ( p. 271 ), sobretudo na beligerância evidente que a liberdade e a democracia mantêm. No horizonte do atual estágio, está a perspectiva do consumidor enquanto co-produtor da realidade ( p. 279 ), mas para isso devem-se repensar as teorias clássicas, desde a da manipulação ( teoria do projétil ) até a do **two step flow** ( duplo fluxo ) da informação. A leitura negociada ( p. 280-281 ), as redes de antidisciplina idealizadas por Michel de Certeau ( p. 285 ) - cuja obra, aliás, a mesma Editora Vozes acaba de colocar no mercado editorial brasileiro - e o encaminhamento de soluções para o problema polissêmico que o conceito da comunicação nos oferece ( p. 288 ) são alguns dos desafios que se apresentam. Para ele, só o esquecimento das lições da História podem manter a oposição entre o internacional e o nacional ( p. 289 ), e neste sentido, o grande debate, no fundo, permanece: a Comunicação continua sendo um grande enigma ( p. 292 ).

O volume contém, além de um muito bem elaborado índice remissivo de nomes próprios e conceitos, o que facilita sua consulta futura, um excelente Apêndice com o desenvolvimento cronológico das conquistas tecnológicas direta e indiretamente ligadas aos processos de informação e comunicação, e isso desde a publicação, em 10 de janeiro de 1788, em Londres, do jornal **The Times**, com informações procedentes de outras cidades ( com diferenças de menos de um mês entre o acontecimento e sua noticiabilidade ) até o

triste episódio da Guerra do Golfo e a retomada do pool jornalístico só quebrado graças às inéditas imagens transmitidas para todo o mundo pelas câmeras da CNT.

Em síntese, **Comunicação-Mundo** não é apenas uma revisão crítica da história da Comunicação no planeta, quanto uma revisão de perspectiva de sua abordagem do próprio autor. E se Armand Mattelart já era, em geral, brilhante nos ensaios precedentes, aqui ele se supera. **Comunicação-Mundo** é um livro de revisão, mas, por isso mesmo, e sobretudo, uma obra de prospectiva. Abre com qualificação a coleção **Horizontes da Globalização** que a Vozes iniciou, reunindo trabalhos que tanto assumem a perspectiva da pós-modernização, como Mike Featherstone (**Cultura global - Nacionalismo, Globalização e Modernidade**), quanto discutem esses mesmos conceitos, como Serge Latouche (**A Ocidentalização do Mundo**) ou Jean Chesneaux (**Modernidade-Mundo**), na dupla perspectiva de ensaístas europeus, notadamente franceses, e norte-americanos, permitindo o confronto das idéias e das perspectivas.

MATTELART, Armand - **Comunicação-Mundo. História das Idéias e das Estratégias**. Petrópolis, Vozes, 1994. 320 páginas.

#### **Antônio Hohlfeldt**

Professor de Teoria da Comunicação na FAMECOS/PUCRS,  
Doutorando em Literatura Brasileira pela PUCRS,  
crítico literário e autor de textos ficcionais para crianças e jovens.