

Textos em contexto



O pensamento comunicacional na contemporaneidade*

Bernard Miège

*Doutor em Economia (Université Paris) e
em Humanidades (Université Bordeaux)
Professor catedrático da Université de Grenoble*

Resumo: Para refletir sobre o pensamento comunicacional, deve-se lutar contra o sincretismo teórico e entender como foram construídas as grandes linhas de reflexão sobre a comunicação. Defende-se aqui a hipótese de que existe um pensamento comum não só entre os teóricos, mas também entre os que praticam a comunicação. Neste artigo, enumeram-se as principais correntes do pensamento comunicacional: a teoria funcionalista, a corrente cibernética e a teoria estrutural. Além disso, discute-se sobre as questões fundamentais do pensamento comunicacional na contemporaneidade e apontam-se seus desafios.

Palavras-chave: pensamento comunicacional, correntes do pensamento comunicacional, desafios da comunicação.

El pensamiento de la comunicación en la contemporaneidad

Resumen: Para reflexionar sobre la comunicación se hace necesario luchar contra el sincretismo teórico y buscar entender como se construyeron las grandes líneas teóricas sobre la comunicación. Este artículo defiende la hipótesis de que existe un pensamiento común no solo entre los teóricos como entre los que actúan con la comunicación. Este trabajo enumera las principales corrientes de las teorías de la comunicación: la funcionalista, la cibernética y la estructural. Discurre, además, sobre cuestiones fundamentales del pensamiento de la comunicación en la contemporaneidad y apunta sus desafíos.

Palabras clave: pensamiento de la comunicación, corrientes teóricas de la comunicación, desafíos de la comunicación.

The communicational thought nowadays

Abstract: In order to reflect on the communicational thought, one has to struggle against the theoretical syncretism and understand how the main lines of reflection have been built. The hypothesis here is that there is a common thought not only among theoreticians but also among those who practice communication. In this article, the main trends of communicational thought are enumerated: the functionalist theory, the cybernetic theory and the structural theory. Besides, this paper deals with the fundamental questions of the communicational thought nowadays and shows its challenges.

Key words: communicational thought, theoretical trends of communication, practical and theoretical challenges of communication.

Em 1995, eu escrevi o livro *O pensamento comunicacional*, que foi traduzido para vários idiomas e, recentemente, para o chinês. Eu não estou aqui para fazer a promoção do livro, mas para mostrar seu conteúdo atualizado. Por que eu escrevi esse livro, então, há quatorze anos, se não era a minha especialidade central? Tendo alguns alunos da graduação e, depois, também, orientandos do Doutorado, pude perceber que esse tema que desenvolvi tem um grande valor.

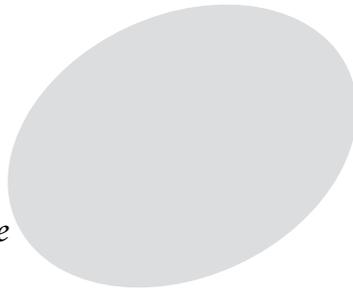
Os estudantes de comunicação têm uma formação teórica que é, às vezes, inconciliável. A comunicação é uma disciplina recente e é importante que os alunos consigam perceber os vários caminhos que ela desenvolve. A primeira razão, então, seria lutar contra o sincretismo teórico. A segunda seria perceber que os estudantes de comunicação sabem que esses são assuntos apaixonantes, mas não possuem um aprofundamento histórico.

Os estudantes de comunicação, portanto, de certa maneira, projetam-se ao futuro e não se dedicam a entender, historicamente, as questões que possam interessar. Isso

* Este artigo é fruto da transcrição de uma palestra proferida por Bernard Miège na Faculdade Cásper Líbero em 22/04/2009. Tradução: Prof. Dr. Antonio Roberto Chiachiri Filho.

é uma insuficiência importante porque os estudos em comunicação remontam à metade do século XX. Pode-se até dizer que foram nos anos de 1930, nos Estados Unidos, à ocasião das eleições americanas, que a comunicação emergiu. Justamente antes da eleição do presidente Roosevelt, os primeiros métodos foram utilizados. Antes disso, nos outros países, só existia a comunicação publicitária, que corresponde bastante ao que se é feito hoje. É importante, assim, ter uma visão mais clara dessa disciplina e saber por que ela existe.

A base a ser utilizada para reflexão é um pensamento comum, que emana não somente dos teóricos, mas também de quem exerce influência na imprensa



Por isso, a terceira razão, que se reporta ao título “pensamento” desta conferência, vem da hipótese de que a base a ser utilizada para reflexão é, de certa maneira, um pensamento comum, um pensamento que emana não somente dos teóricos, mas também daqueles que praticam, isto é, das pessoas capazes de exercer uma influência na imprensa. Hipótese, aliás, mais ou menos confirmada não somente na França, nem somente na Europa, mas em muitos outros lugares como China, África do Norte e, evidentemente, América do Norte e América Latina. Essa é a origem da minha empreitada.

Correntes fundadoras do pensamento comunicacional

A questão que me foi feita é: o que é feito, hoje, do pensamento comunicacional? Esse pensamento vem da sucessão e da acu-

mulação de aportes sucessivos. Tudo o que contribuiu para formar esse pensamento comunicacional, desde a metade do século XX, continua a ser ativo ainda hoje. O pensamento comunicacional, portanto, não é feito apenas de cibercultura ou do ciberespaço. A cibercultura é, sim, um prolongamento daquilo que já estava colocado. Conseqüentemente, o essencial, hoje, é constituído por três correntes fundadoras. Eu vou citar o que no livro está detalhado.

1. Funcionalista-empirista da Mídia de Massa

Nos anos de 1930 a 1940, nos Estados Unidos em primeiro lugar e, depois, em outros países, o pensamento comunicacional teve início e tomou força nas mãos daqueles que o praticavam, sobretudo, sob três correntes teóricas. A primeira é a corrente funcionalista-empirista da mídia de massa. Essa teoria nos é conhecida como a teoria dos cinco quês: quem, diz o quê, para quem, por que meio e com que efeitos. É uma teoria funcionalista, inspirada na sociologia funcionalista que, por exemplo, foi utilizada por um pesquisador célebre, Lazarsfeld, em seu trabalho sobre comunicação e sociologia.

Essa teoria é ainda muito presente, mesmo se não enunciada, nas escolas de jornalismo e no meio jornalístico. Eu ficaria surpreso se não encontrasse, aqui, na formação de jornalismo, traços da corrente funcionalista-empirista. Foi ela que deu sustentação a anos de formação dos estudantes de comunicação por meio da idéia de que a mídia tem uma função na sociedade – além da idéia de que a mídia tem esse efeito de influência junto a diversas populações e de que a gente pode, de qualquer maneira, identificar essa influência.

A teoria funcionalista se aperfeiçoou ou tentou responder às críticas a ela dirigidas. Por exemplo, em vez de procurar quais foram os efeitos da mídia, em 1973, os pesquisadores inverteram essa questão. Eles quiseram saber o que as pessoas fazem com a mídia e

não o que a mídia faz com as pessoas. Esse tipo de ligação em que a mídia tem uma relação de exterioridade aos grupos sociais, inclusive, continua, ainda, muito presente hoje. As pesquisas quantitativas têm uma relação estreita com essa teoria.

2. Cibernética

A segunda corrente teórica, que é bem ativa, é a cibernética, à qual estão ligados autores como Norbert Wiener, Shannon e Weaver. Na realidade, esses autores são ou matemáticos ou cientistas que, após a II Guerra Mundial, se propuseram a modalizar essa relação com a comunicação. Na verdade, eles decidiram colocar a comunicação no centro das relações da sociedade. Uma parcela do modelo emissor-receptor, de certa forma, fez-se graças a eles.

Mas o que realmente é devido a eles é o aperfeiçoamento que fizeram desse modelo, ou seja, as existências de canais entre o emissor e o receptor, além do *feedback*, efeito de retroação. Nós poderíamos falar mais sobre a cibernética – por exemplo, sobre a relação homem e máquina. Tudo isso remonta aos modelos que citei.

3. Antropologia estrutural

A terceira corrente, bastante influente no pensamento comunicacional, é a antropologia estrutural, particularmente em decorrência do que Lévi Strauss – meu compatriota, que tem mais de cem anos – propôs como sendo a teoria estrutural, em que a comunicação é central. Dá-se, assim, a comunicação entre as pessoas, a comunicação dos bens econômicos e a comunicação das mulheres, isto é, das trocas familiares. Dessa teoria estrutural saíram diversas teorias lingüísticas. Os teóricos da lingüística, inclusive, são os terceiros maiores fundadores dessa comunicação.

3.1 Duas pragmáticas

Se estamos aqui hoje é devido a essas três correntes, que estão longe de ser peças de museu – aliás, tenho muito respeito

por peças de museu. A partir dos anos 1970 e, principalmente, dos anos 1980, outras teorias foram formuladas e inspiraram o trabalho de autores, pensadores e pesquisadores da comunicação.

Em primeiro lugar, eu citaria os dois tipos de pragmáticas que trazem a idéia fundamental de que a comunicação não se limita à linguagem, mas a todas as nossas expressões corporais. Elas defendem, portanto, que nós não podemos não nos comunicar, isto é, a não-comunicação não existe, seja da forma como estamos aqui, em comunicação direta, ou quando nos relacionamos à distância. Os autores pragmáticos chamavam esse modelo de modelo orquestral da comunicação.

Temos, então, a outra pragmática: a da semiótica ou semiopragmática. As primeiras observações vêm de alguns autores americanos. Depois, todas as posições vêm dos sociólogos, sobretudo daqueles que trabalham com a interação social das microsociedades. Só citarei o Golfmann, com a etnometodologia, dentre todos os sociólogos que posicionaram a comunicação na construção das ligações sociais.

3.2 Economia política de comunicação

O terceiro tipo de relação dos anos 1970 é representado pela economia política de comunicação. Até mais ou menos 1990, as reflexões econômicas estavam completamente fora das reflexões da comunicação. Naquele período, houve um acontecimento importante: a reunião da Organização Mundial da Ciência e da Cultura, na Unesco. Nela, a Comissão, presidida por um diplomata irlandês, identificou, pela primeira vez, as relações econômicas com as relações de comunicação – relação em nível mundial.

Foi isso que impulsionou os trabalhos, nas indústrias culturais, sobre a concentração das mídias, sobre a desigualdade das trocas nas relações entre os países e, sobretudo, sobre a dominação que as grandes empresas exercem sobre a mídia (foi essa comunicação que viu, pela primeira vez, que a informação não se limitava apenas à informação da imprensa).

4. Recepção dos programas e de conteúdo

Outro tipo de informação, portanto, começava a ter importância no mundo todo. Essa Comissão anunciou um desenvolvimento tecnológico antes desconhecido. A quarta corrente que se desenvolveu nesse período foi a recepção dos programas e de conteúdo. A origem dessa corrente é múltipla: estudos literários, trabalhos na sociologia etc. A idéia, a partir dela, é ver o que o público vai fazer com esse conteúdo que recebeu.

5. Sociologia da técnica e da mediação

A última corrente é a da sociologia da técnica e da mediação. A partir do início dos anos 1990, desenvolve-se a relação face a face com a televisão ou com o telefone de base. Novos produtos foram anunciados e a questão era saber o que o indivíduo comum iria fazer com o que estava recebendo. Uma série de trabalhos começou a ser publicada com posições teóricas divergentes e esses trabalhos são, até hoje, de grande atualidade.

É preciso, então, prestar atenção em um elemento importante. É a partir daí que uma formação acadêmica, com essas metodologias científicas, começa a tomar corpo – em primeiro lugar, nos países mais ricos e, depois, quase em todo o planeta. A maior parte dessas ofertas universitárias se apoiava nas ciências humanas e sociais, raramente nas ciências da informática, física ou matemática. Com a chegada dessa formação universitária, os trabalhos de pesquisa se desenvolveram, sem dúvida alguma, em caminhos diferentes.

Mas, finalmente, essa multiplicidade de trabalhos acadêmicos teve uma vantagem: com a visão geral sobre a informação e a comunicação, as teorias que gostavam de tratar todos os problemas sob um único ponto de vista perderam as suas influências. Há uma visão desses pesquisadores sociais que nos anunciam a comunicação do amanhã. Hoje, o conjunto desses trabalhos é bastante diversificado, o que me parece outra vantagem, sa-

bendo que, em algumas universidades, certos temas são privilegiados e têm outros pontos de vista. Penso que os trabalhos empíricos e de *corpus*, os trabalhos que trazem aspectos parciais, são preferíveis às visões globais.

Informação e comunicação

Quais são as questões que podem ser consideradas, hoje, as mais importantes sobre informação e comunicação? O que digo por “questão”? São propostas teóricas, análises científicas, mesmo as *expertises*, declarações públicas e o que podemos chamar de pré-noção. E por que, então, eu falo da informação–comunicação? Eu poderia continuar falando da comunicação geral, mas eu penso que a comunicação tem uma relação com a informação. Ela não se funde, mas faz parte da informação.

Desde há muito tempo, a informação que não é comunicada, que não tem canais de difusão, é a informação que não tem sentido. Informação não é a mesma coisa que conhecimento. A informação é resultado de uma produção visando a um público. Ela sabe desse público potencial e isso é verdadeiro para todas as mídias. Eu tenho essa tendência de articular informação e comunicação não por meio de um hífen, mas por um traço. Isso pode parecer um detalhe, mas não é. Não existe uma fusão entre um e outro, mas há uma relação. Quais são, então, essas questões maiores da informação e da comunicação? Vou apresentar quatro questões.

1. Importância do paradigma tecnológico

A primeira delas é a importância do paradigma tecnológico, ou seja, a importância que a técnica apresenta na informação–comunicação atual. Nós estamos em um momento em que as técnicas da informação–comunicação não merecem ser qualificadas como novas, pois estão presentes em grande parte da atividade da nossa vida privada, da vida pública, do espaço público e da vida profissional com uma maturidade, mesmo

se ainda não for praticada pela grande parte da população.

Além disso, essas técnicas estão em sinergia umas com as outras como – por exemplo, as que estão nas redes de comunicação técnica e se apóiam em muitas das ferramentas que utilizamos hoje: o computador, o telefone celular, todos os instrumentos de tomada de som. O conteúdo rede-ferramenta-conteúdo representa as três categorias de técnicas que hoje são acessíveis.

Com elas, criam-se novas mídias que não substituem as mídias que já conhecemos, mas que têm seus lugares e funções. O SMS, por exemplo, não é outra coisa que não um meio de comunicação. Quando eu utilizo um computador para digitar meu texto, isso não tem nada a ver com uma mídia. Essas técnicas de comunicação e informação tornam-se, de certa forma, maduras e oferecem-nos numerosas potencialidades, apesar de estarmos longe de utilizá-las todas. Particularmente, quando olhamos um site, incluindo a web 2.0, a criatividade é fraca, limitando-se a um texto escrito acompanhado de imagens. Podemos dizer que é uma mídia integrada, como é, por exemplo, a história em quadrinhos. Há muita coisa para se fazer ainda, do ponto de vista da escrita dentro das mídias e do ponto de vista da interatividade.

2. Em que a comunicação–informação consiste

Em segundo lugar, entre as questões maiores que se colocam em relação à comunicação–informação, sabe-se sempre mais e mais no que ela consiste. A comunicação–informação – insisto neste ponto – não começou com as novas técnicas da informação e da comunicação. A comunicação–informação é bem anterior, por exemplo, às estratégias de relações públicas nas empresas e à utilização da comunicação para desenvolver a educação à distância. No entanto, a informação–comunicação utiliza, atualmente, as técnicas de informação. Ela tem sua dinâ-

mica própria, mas essa dinâmica é reforçada pelo desenvolvimento das técnicas.

Hoje, em vários países, tanto nos mais desenvolvidos como no meu (que é um país em declínio), em quase todos os campos sociais do consumo individual, da administração das grandes empresas, da vida política, da gestão do espaço público, em tudo isso, que já é bastante coisa, ações comunicacionais são colocadas. Não são ações limitadas e minoritárias, como eram há trinta anos. São ações que requerem um *know-how* dos profissionais de comunicação.



É preciso tomar consciência de que a informação–comunicação deixa espaços – infelizmente reduzidos – à comunicação alternativa

3. O espaço reduzido para a comunicação alternativa

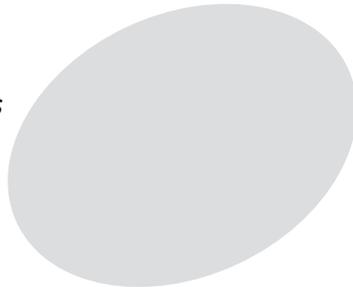
Isso mudou enormemente as coisas nas mediações sociais. A informação–comunicação não é mais uma prática dentre outras. Ela é transversal a todos os campos sociais. E uma das conseqüências disso que acabei de dizer, é preciso tomar consciência, é que ela deixa espaços, infelizmente reduzidos, à comunicação alternativa.

As técnicas conhecidas hoje oferecem possibilidades muito mais interessantes que a comunicação de massa de trinta anos atrás – até mesmo a comunicação jornalística, na Europa, que tinha um panorama completo da imprensa. Incontestavelmente, as técnicas que conhecemos são mais interativas, elas podem ser manuseadas por grande parte da população, tendo um saber profissional específico. Tudo isso é verdade. É a razão pela

qual grandes grupos sociais advêm dessas técnicas de informação e de comunicação.

Isso pode ser verificado, mas o problema é que as grandes organizações, ao mesmo tempo – partidos políticos, empresas, as autoridades públicas –, têm as mesmas possibilidades, e elas também as utilizam. A questão é qual espaço elas deixam às formas alternativas de comunicação – o que hoje é monopolizado pelas grandes organizações.

Juntar possibilidades de comunicação alternativa às grandes instâncias da comunicação é a única estratégia na qual podemos pensar



4. Transnacionalização

A quarta questão é a transnacionalização das atividades comunicacionais. Já há alguns anos, a informação, a cultura e a comunicação circulam, têm trocas, e tornaram-se produtos que difundem as grandes empresas. Isso só vai simplificar. Além disso, mesmo nos países governados por regimes autoritários, onde a população é controlada, as técnicas de informação–comunicação estão disponíveis e os controladores não podem impedir os jovens e os múltiplos utilizadores de se comunicar com o resto do mundo. Isso pode apresentar algum perigo, é claro, para as oposições políticas. O primeiro desafio, portanto, é assegurar os recursos estáveis e diversificados para a produção dos conteúdos.

Desafios da comunicação

Olhem a internet, os sites, particularmente os sites da web 2.0. Cada vez mais, esses sites são patrocinados pela publicidade. Nesse período de crise mundial em que vivemos, já

foi anunciado que um dos sites mais importantes, o Google News, já sentiu uma baixa nos seus anúncios publicitários. Se o Google está nesse ponto, o que será dos sites menos poderosos? Eu tendo a pensar que o sistema fundado apenas no financiamento publicitário é frágil e preocupante porque talvez não deixe espaço para outros conteúdos nesse universo das mídias.

Não falarei em detalhes a forma como todo esse sistema foi financiado – historicamente falando, de um lado pela publicidade e de outro, pelo consumidor. Entre os dois, fórmulas intermediárias foram aplicadas. Se não estivesse em questão o futuro das mídias, se, de uma certa maneira, os consumidores não devessem pagar pelo conteúdo, o sistema teria problemas rapidamente.

O segundo desafio são as modalidades de organização. As mídias, de uma maneira ou de outra, em todos os países, conhecem as regulamentações. As novas mídias são, atualmente, pouco regulamentadas. Seria, inclusive, mais apropriado dizer que há uma enorme concorrência entre dois sistemas de regulamentação. De um lado, há os direitos autorais e o *copyright*, que tem mais de dois séculos de história, e cujo objetivo é remunerar os autores, os intérpretes, os profissionais da informação etc. – por meio, é claro, do pagamento dos consumidores. Do outro lado, há a propriedade intelectual que foi, sobretudo, desenvolvida nas indústrias da informática, em que o consumidor não paga diretamente, mas somente indiretamente. Ela está associada, por exemplo, a todos os *softwares* que utilizamos. Nada é gratuito. Os conteúdos não são nunca produzidos a partir do nada. Entre esses dois sistemas, há uma batalha feroz. A propriedade intelectual, mesmo tendo a liberdade e o direito de comunicar para fazer avançar os peões, convive com a dúvida colocada no período atual, que continuará presente daqui a dez anos: qual modelo de regulamentação vai imperar?

O terceiro desafio é a questão da criatividade, da inovação. Eu já disse que o multimí-

dia é algo pouco criativo. Essa criatividade se exerce, sobretudo nas relações, na interatividade, na maneira na qual pedimos essas trocas. Os conteúdos são pobres. Em todo caso, são bem menos do que se esperava. É preciso encontrar soluções, portanto, para garantir a criatividade, como outros experimentos que atuam hoje.

O quarto desafio é limitar a hegemonia dos grupos que controlam os sistemas culturais e informacionais antigos e novos. Cada sistema é dominado por grandes empresas. O objetivo seria, então, que as expressões independentes pudessem existir por uma longa duração – o que não se limita somente à situação da viabilidade. Como pano de fundo, o problema é político e societário. A animação parcial dos espaços públicos, que pode ser encontrada em todos os aspectos de nossas vidas, é um aspecto fundamental. Não podemos contar com as grandes empresas para darem conta sozinhas desse espaço público. Para a comunicação alternativa, seu interesse não é nela mesma. Seu interesse é movimentar o espaço público.

O quinto desafio é que, à medida que a produção da informação transborda, hoje, nos lugares legítimos, ela não é somente um efeito das indústrias jornalísticas. Nesse sentido, é preciso colocar em aplicação e definir normas deontológicas que se imponham a toda a produção profissional e a conteúdos de informação. O problema não é confiar toda a informação aos profissionais do jornalismo (hoje, isso é difícil, é fora de moda). O problema é que todas as novas mídias respeitam as normas deontológicas. As novas mídias podem ser as mídias poderosas e aquelas menos poderosas. Essa questão foi colocada pelos profissionais para o Google.

O último desafio é a questão da diversidade informacional e cultural. Hoje, a relação cultural e informacional é muito assimétrica. Tem países que são poderosos, outros que são menos. O objetivo é manter a diversidade – em particular, conservar, garantir esse

aspecto particular dos produtos culturais informacionais, que não são mercadorias como as outras, mesmo que sejam vendidos. No caso de uma negociação mundial, os países mais poderosos do planeta tentaram colocar todas as mercadorias no mesmo plano. Foi um desafio decisivo para a diversidade que continua a considerar os produtos culturais como mercadorias diferentes. Não dá para negar que sejam mercadorias diferentes. Aqui estão algumas questões que pude detalhar. Passemos às questões.

Qual seria a solução para o problema da criatividade? A formação acadêmica, talvez?

Acredito que não exista apenas uma solução para o problema da criatividade. Uma, com certeza, é a formação acadêmica. Os professores devem estar contentes de me ouvir falar isso agora. Precisamos ter a idéia de que todos nós podemos manusear todas as ferramentas sem problemas. Não existe a história de práticas. Ter um som, pegar um som, montar um som, isso vem de longe. Tirar fotografias também é uma prática antiga – o que coloca uma série de questões sobre a imagem. A formação, de uma certa maneira, é indispensável. É uma resposta entre outras, mas é uma resposta importante ao déficit de criatividade.

Qual seria a web 2.0 ideal, já que, neste momento, em sua visão, ela não está sendo adequada?

A web 2.0 não é uma iniciativa que vem de qualquer lugar, ela vem de uma base, algo que não teria relação com as indústrias culturais atuais. A web 2.0 é uma nova indústria cultural em formação. É uma indústria que força o colaborativo e o participativo. Possui uma maneira de fazer acordos com as indústrias culturais. Atrás dela, existem grandes pensadores, muitos deles americanos, como, por exemplo, o MIT, assim como interesses financeiros importantes. É uma indústria cultural em formação que

aceita as propostas que vêm dos usuários. É isso que a faz passar por uma matriz, mas ela ainda está em fase de preparação. Para aqueles que investem nela, o objetivo é diminuir a contribuição desses autores e construtores. Pode-se dizer que isso é uma estratégia das grandes indústria culturais. Por exemplo, em matéria de música, já faz algum tempo que as cinco mídias mundiais negociam com os independentes ou com novos autores. Mas, com a web 2.0, essa estratégia tornou-se central.

Então, agora vou responder as questões da seguinte maneira. Eu diria que estamos em uma fase de um processo no qual não podemos só ficar visando promessas, mas precisamos ver os objetivos e nos dar conta de que alguns sites já foram comprados, muito caros, por alguns grandes grupos. Não sei se é preciso reforçar a web 2.0, mas acredito que não se pode ter ilusão. Recusar, de maneira alguma. Isso cria possibilidade de conhecer outros criadores, dá possibilidade de troca, mas o objetivo não deve ser esquecido. Não dá para pensar em uma web 2.0 ideal, nem em uma web 3.0. A única estratégia na qual podemos pensar é nessa de juntar possibilidade de comunicação alternativa às grandes instâncias da comunicação, que estão passando dificuldades por causa da crise atual.

No livro O pensamento Comunicacional, o pensador alemão Nicholas Luman aparece como o último nome entre os chamados funcionalistas. Por que o senhor o coloca nesse grupo?

Confesso não ser um leitor freqüente e apaixonado de Luman. Sou mais interessado no Habermas, que enfrentou o Luman nas revistas alemãs e em suas obras. É verdade que não podemos classificá-lo como funcionalista, no seu sentido extremo, mas o seu pensamento me parece sistêmico. É, portanto, mais fechado e menos claro que o pensamento de Habermas, a quem também

tenho muitas críticas a fazer – o que escrevi em uma obra que será lançada sobre o espaço público.

Como o senhor descreveria as relações entre a mídia de massa e a prática educacional?

É uma boa pergunta. Pode-se dizer que, há 40 anos, toda uma série de experimentação foi lançada para integrar as mídias de massa e a educação. Pode-se dizer, também, que essas experimentações não vingaram. Portanto, eu julgo o que se passou na França, em que se evitou ligar as mídias de massa aos meios financeiros e ligou-se, sim, à educação. As coisas, no entanto, estão mudando rapidamente. As TICs e as novas mídias, conseqüentemente, revelam-se mais plásticos às práticas educacionais e às atividades do sistema de educação. Acredito que uma interação importante está acontecendo, que não se limita à educação à distância, mas que penetra em todas as atividades educativas. Não discuto muito o papel dos professores, a atividade direta, no caso. Mas não vai prejudicar essa relação direta, vai complementá-la. O que não se conseguiu com a mídia de massa, tem chances, agora, de se realizar com as novas mídias.

Como um olhar mais cuidadoso pelo pensamento complexo poderia contribuir para o pensamento comunicacional da contemporaneidade e para criatividade?

Meu ponto de vista é que essa proximidade da complexidade é elemento chave para entender a informação e a comunicação – a complexidade e a interdisciplinaridade, como já apontei. Já indiquei, há muito tempo, que as posições generalistas não me interessam e continuo a dizer que o que deve ser colocado na informação–comunicação são as problemáticas transversais e parciais. Transversais, como já disse, que atravessam diferentes campos sociais. Parciais porque é um erro querer ter um ponto de vista global sobre comunicação. A complexidade é muito importante.

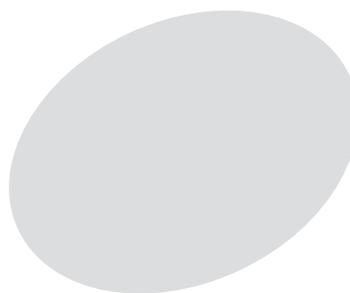
Em relação ao desafio da regulação, o senhor coloca o embate entre direito autoral e propriedade intelectual, em que se incluem as licenças de software. Nessa disputas, aonde se colocam os novos conceitos de reformulação de domínio público, bem como as licenças creative commons?

A questão do embate da regulação. Sei que existe há algum tempo essa prática de livre licença, mas o licenciamento livre não é resposta ao que eu indiquei. Primeiro, porque as organizações que têm essa licença foram levadas a negociar com grandes sociedades de informática – sem dúvida, com essa que domina o mercado e outras que, certamente, são poderosas. Mas não é uma resposta, porque o problema não é somente financiar o *software*, isso é só um aspecto. É o conteúdo que resta financiar. É aí que eu digo que os militantes informáticos não vêem esse problema de conteúdo que supõe que os criadores possam viver de suas criações e atividades. O direito da comunicação é claramente respeitável, mas existe de alguma forma o direito da informação e produção.

Gostaria que o professor desse mais detalhes sobre essa ligação indispensável entre a informação e a comunicação no pensamento comunicacional contemporâneo.

Eu estou consciente que apresentei esses problemas rapidamente. Eu diria que meu ponto de vista é o seguinte: a informação é o conteúdo cognitivo da comunicação. O que a gente encontra em um livro, numa revista, em uma emissora de televisão, num filme, em todas essas mídias, tem modalidades de comunicação, mas os seus conteúdos cognitivos são a informação. Na produção da informação profissional, o problema é o mesmo. Quando eu disse que não era para confundir informação com conhecimento, de fato o conhecimento é aquilo que está disponível em uma comunidade científica. Ele não dá, necessariamente, lugar à produção de artigo, que é da formação científica.

Mas o conhecimento, essas trocas entre os indivíduos, está disponível. Certos de que cada vez mais o conhecimento dá acesso à informação, estamos longe de transformar a informação em conhecimento. Vou tomar um outro exemplo: dados que são do conhecimento e só dependem do indivíduo não são informação, mas, às vezes, tornam-se informação. Quando de um domínio de uma atividade industrial, a gente considera que uma série de engenheiros tem que se aposentar. Quando se aposentarem, isso vai



Certos de que cada vez mais o conhecimento dá acesso à informação, estamos longe de transformar a informação em conhecimento

se tornar um problema porque, sem eles, vamos perder conhecimentos que não foram publicados e que ninguém pode difundir. Nesse caso, somos obrigados a formalizar esses conhecimentos em informação.

Quais questões passam a ser abrangidas pelo termo “tecnologias da informação e da comunicação”?

A expressão técnica da informação–comunicação veio da engenharia. Pessoalmente, eu não sou o único que não utiliza tecnologia, mas técnica, porque “tecnologia” é uma falsa tradução da palavra inglesa, uma péssima tradução. “Técnica” supõe que tenha uma incorporação em um suporte material. Por consequência, técnica da informação e da comunicação é, de alguma forma, a materialização de um certo número de modalidades que favorecem as trocas da informação e da comunicação. Algumas dessas técnicas são mais comu-

nicacionais, outras mais informacionais. Mas vocês viram que essas técnicas se ligam umas com as outras.

Qual sua opinião sobre o pensamento de Michel Maffesoli? Quais os pensadores da comunicação são os mais influentes na contemporaneidade?

Eu sei que o Maffesoli é um professor de sociologia e não um especialista da informação-comunicação. Ele é muito presente aqui no Brasil, mas não tem uma grande reputação na França. Numerosas práticas acadêmicas dele são problemáticas na França e ele é, de fato, muito contestado na comunidade acadêmica. Pode-se dizer que o Maffesoli é um representante da pós-modernidade que tem uma visão de algo que teve uma influência real na Europa nos anos

1980 e 1990, mas não há certeza de que essa influência tenha o mesmo peso hoje.

Vocês perguntam quais são os pensadores mais influentes do pensamento contemporâneo. Notei que vocês não perguntaram quem são os teóricos ou pesquisadores, mas os pensadores. Frequentemente, tem-se a idéia de que, na França, existam pensadores. Eu diria que parece um progresso que hoje haja menos pensadores do que pesquisadores. Essa pode ser a minha resposta: a minha prioridade é a pesquisa. Existem filósofos com quem discuto e com quem até concordo, mas gosto da possibilidade de discutir. O Habermas é um filósofo político muito importante pra mim. Não concordo com ele em muitas coisas, mas reconheço o que ele traz. Eu sou mais do que cético com relação a Pierre Lévy ou a Michel Maffesoli.