

Do Pato Donald ao McDonald's

RESUMO

Nesta entrevista, concedida por ocasião da sessão de autógrafos do seu livro *História da utopia planetária*, Armand Mattelart, fala sobre as possibilidades utópicas de se resolver questões urgentes e o papel da comunicação na construção da história da humanidade.

ABSTRACT

In this interview, Armand Mattelart talks about the utopic possibility of solving urgent problems through the practice of social communication, while he also comments about its role in the construction of the history of mankind.

PALAVRAS-CHAVE (KEY WORDS)

- Utopia (*Utopy*)
- Comunicação (*Communication*)
- Mentalidade de mercado (*Market mentality*)



Armand Mattelart

Prof. de Ciências da Informação e da Comunicação - Paris VIII

AS ÁGUAS DO PACÍFICO guardam as palavras do belga Armand Mattelart. Acolhem toda a edição do *Para ler o Pato Donald* jogada ao mar duas semanas depois do golpe no Chile, em setembro de 1973. Atitude estúpida e inútil dos militares. As idéias do belga atearam fogo na cordilheira funcionalista e incrustaram-se nas sinapses latino-americanas feito a lava da reflexão. Graduado em direito na Universidade de Louvain, na Bélgica, Mattelart fez pós-graduação em demografia na faculdade de Ciências Econômicas na Sorbonne. Formado, resolveu sair da Europa e enviou o currículo para várias instituições de ensino superior das Américas. Em pouco tempo recebeu três convites para lecionar. Um da PUCRJ, onde precisavam de profissionais na área de controle de nascimento, outro da católica de Quito, no Equador, e por último o da Universidade Católica do Chile.

Em consultas a amigos e professores, foi aconselhado a optar pelo Chile em razão da estabilidade política. Em setembro de 1962, Armand Mattelart aportou em Santiago e começou a dar aulas, primeiro no Centro de Demografia e depois no Centro de Estudos da Realidade Nacional (Ceren). Até ser enxotado por decreto oficial, Mattelart escreveu - em alguns casos em parceria - *Atlas social das comunas no Chile (1965)*, *Para onde vai o controle de natalidade (1967)*, *A moradia e os serviços comunitários rurais: uma metodologia de aproximação (1968)*, *Poder político e classes sociais no Estado capitalista (1969)*, *Juventude Chilena: rebeldia e conformismo (1970)*, *Os meios de comunicação de massas. A ideologia da imprensa liberal no Chile (1970)*, *Imprensa e poder: Chile: a imprensa de esquerda e o poder popular. Argentina: a imprensa de direita e o poder burguês (1971)*, *Comunicação massiva e revolução socialista (1972)* e *A ideologia da dominação em uma sociedade dependente (1972)*, além de *Para ler o Pato Donald - comunicação de massa e colonialismo*, escrito em 1971 em co-autoria com o chileno Ariel Dorfman e

por alguns anos proibido nos Estados Unidos da América.

O golpe não arrefeceu a verve de Mattelart. Retornou a Paris e enveredou de vez na área da comunicação. Aprofundou os estudos da democratização dos meios de comunicação, dos cantos das quimeras globais, das interfaces da sociologia da comunicação, das cercas demarcadoras de campos reservados ao pastoreio de cérebros, da inserção das tecnologias na vida humana, do enfrentamento à des-historização e do patrimônio social das utopias. Temas pre-



sentes, por exemplo, em *Comunicação-mundo*, *A globalização da comunicação*, *A invenção da comunicação*, *História das teorias da comunicação* e *História da sociedade da informação*.

Em Porto Alegre, para autografar o *História da utopia planetária – da cidade profética à sociedade global*, editado no Brasil pela Sulina e lançado durante o II Fórum Social Mundial, o professor de Ciências da Informação e da Comunicação da Paris VIII falou da farsa do discurso bajulador da *market mentality* – o mundo como mercado –, conclamou à recuperação da poética da palavra utopia, propôs uma providencial injeção de ciências humanas na comunicação e alertou para o perigo da complacência acadêmica com a expansão do pensamento marqueteiro, responsável por grande parte da corrosão da camada de ozônio do mundo comunicacional. É compreensível a inquietação das águas do Pacífico.

Revista Famecos - Quais as utopias possíveis para resolver os problemas deste for-

migueiro humano chamado Terra?

Armand Mattelart – Houve muitas utopias desde o princípio, sobretudo na nossa era, com a utopia cristã da grande família humana, de São João. Então, na modernidade, a verdadeira

utopia começa a partir da conquista das Américas. A modernidade ocidental coincide com o despon-tar das utopias mundiais, podemos dizer globalistas, antes da existência desta palavra.

RF - E na contemporaneidade, como se dão estas utopias?

Mattelart – Bem, digamos que há dois tipos de utopias: as que são herdeiras das utopias concebidas pelos reformadores sociais do século XIX, voltadas para a justiça social, a igualdade, etc.; e as utopias que eu não chamaria de utopias, mas quimeras ou tecnoutopias, que são os discursos que acompanham a entrada das novas tecnologias no mundo. São utopistas da informação. Pensam que da tecnologia podem reconstruir o mundo. Idealizam uma ágora mundial, uma aldeia global. Mas não as chamaria de utopia, porque para mim a palavra utopia é demasiado nobre.

RF - Qual é a nobreza da palavra utopia?

Mattelart – Utopia forma a parte de toda uma época em que se pensava ser possível resolver as injustiças sociais. A utopia é a esperança em um novo mundo, é um ima-

ginário esperançoso.

RF - As palavras têm perdido o sentido da utopia, do social?

Mattelart – Cada vez mais as palavras correspondem a projetos pragmáticos. A globalização, por exemplo, é uma palavra que se traduz primeiro pela integração da rede financeira, antes de passar por outros campos. É aí que nasce o ideal reto da publicidade mundial. A palavra globalização nasce em dois lugares: primeiro nas problemáticas das campanhas publicitárias globais, na época em que ocorreram as megafusões entre grandes empresas de publicidade e de mercado, nos anos de 1984 e 85, e no mesmo período se implanta a noção de globalização a partir do desregramento das redes financeiras e bancárias. Esse é um pragmatismo. Depois a globalização invadirá, penetrará os campos da cultura, etc.

RF - Como essa perda da poética das palavras se reflete no conceito da comunicação?

Mattelart – Progressivamente a noção de comunicação - que corresponde à comunidade, reperto, comunidade - tem perdido este sentido porque a tem substituído pela noção de progresso. A ideologia da comunicação tem empregado a velha ideologia do progresso infinito, linear, que fracassou. Hoje não se diz que um povo progride, mas que se comunica. Então quer dizer que avança. Porém, não vejo nenhuma correspondência entre o avanço real de um povo e a comunicação.

RF - Isso pode ser o resultado da submissão do conceito de comunicação às teorias da organização, como é analisado em *História da utopia planetária*?

Mattelart – Este é o problema-chave. No final da Segunda Guerra Mundial a comunicação começa a se tornar sinônimo de organização, e não é por nada que nas teorias de organização das empresas já não se fala

em tecnologias de comunicação, mas na comunicação como tecnologia de coordenação.

RF - É a hegemonia da *market mentality*?

Mattelart – A *market mentality* é, finalmente, a entrada das lógicas mercantis em todos os interstícios da vida humana. É importante isso, porque no princípio da história do pensamento sobre o mercado os liberais pensavam como o escocês Adam Smith. Pensavam que finalmente o mercado, o comércio, haveria de resolver os problemas da guerra. O mercado era lugar em que poderia criar uma rede pacífica na qual se poderia entender as pessoas pelo intercâmbio. O princípio do liberalismo é este: sacudir o domínio do feudalismo. Mas já no princípio do século XIX a lógica mercantil e a idéia de comércio perdem este aspecto libertador e se voltam cada vez mais na introdução da mentalidade mercadológica na sociedade, que triunfa nas décadas de 80 e 90. Porque Kant, igual a Smith, dizia que o comércio era o garante do intercâmbio pacífico do mundo.

RF - Qual é a participação da universidade para o apogeu deste pensamento?

Mattelart – Bem, a universidade é muito ambígua. Cada vez mais nas universidades a noção de comunicação perde o seu sentido social e se vai para os campos pragmáticos, instrumentais. Um estudo do mercado que não toma distância frente a estas lógicas aprofunda a degenerescência da idéia da comunicação como intercâmbio social.

RF - A universidade está mais preocupada em fazer o marketing do pensamento do que pensar a mentalidade do marketing?

Mattelart – Depende das universidades. Em geral, as formações em marketing se apartam, tomam distância de uma interrogação, estão muito apegadas na realização de objetivos pragmáticos.

RF - Quem são os conceituadores referidos em *História da utopia planetária*?

Mattelart – Há muitos. Toda a discussão, por exemplo, para legitimar a ocupação das terras indígenas inicia por intermédio do direito à comunicação, do direito ao comércio. Começa a imaginar-se uma livre circulação através do mundo. No século XIX são os saint-simonianos e os comtistas, que tiveram tanta importância no Brasil. Eles eram utopistas, pensavam que pela associação universal se poderia resolver os problemas do mundo. Desde o final do século XIX, com as utopias do internacionalismo, tanto marxista quanto social-democratas. E, finalmente, o internacionalismo de muitos movimentos da sociedade civil: há o movimento pacifista, etc. Há muitas formas de formação da utopia, mas a maior e última do século XIX é a utopia anarquista, sobretudo formulada por geógrafos como Kropotkin. Eles pensavam que a energia elétrica, à diferença da energia do vapor, poderia resolver o problema da descentralização, da criação de um território onde haveria a descentralização do poder. Então a resolução da autonomia entre trabalho manual e trabalho intelectual, urbano e rural, indústria e agricultura, etc. O anarquismo foi uma das utopias mais profundas na concepção de comunidades descentralizadas e a prova é que inventaram a primeira teoria pós-industrial.

RF - Este discurso pós-industrial, tão propenso ao múltiplo, não se tornou um novo universalismo?

Mattelart – É evidente que detrás do sonho dos que chamo tecnolibertários – comunidades virtuais, etc. – há duas concepções que legitimam este pensamento. A primeira começou a germinar nos Estados Unidos, na sua formação, que é o sonho de Thomas Jefferson. Ele pensava que os EUA deveriam ser como comunidades dispersas, com muitas redes, para ligar, contra a centralização. Este velho mito está sendo

assumido pelos ciberlibertários. Por sua vez, eles traduzem, de certa maneira, a idéia do anarquismo. Um toque muito importante é, por exemplo, Lewis Mumford, historiador das cidades e das técnicas, autor do livro *Técnica e civilização*. Ele comparava as concepções de Jefferson e dos anarquistas.

RF - A possibilidade de se perceber a sociedade em vários aspectos pode confluir para a análise acadêmica da área da comunicação?

Mattelart – A área acadêmica da comunicação está influenciada pelo ambiente geral que circula. No meio acadêmico há os que pensam na idéia mítica que a rede vai resolver todos os problemas. Em certa parte entra na formalização das teorias.

RF - Quais as teorias que podem se misturar para enriquecer o entendimento do mundo da comunicação?

Mattelart – É muito difícil dizer isso. Uma coisa importante são as teorias, os delineamentos teóricos que são como gritos de alerta. Paul Virilio, por exemplo. Ele tem uma aparência apocalíptica sobre as redes, as novas tecnologias. Mas é importante, porque é semelhante à função que teria Cassandra, a de alertar. Parece-me importante como alarme. É difícil dar-te nomes.

RF - Frankfurtianos, estudos culturais...

Mattelart – Me parece que grande parte dos Estudos Culturais não afronta os verdadeiros problemas culturais que estão presentes na realidade. Por exemplo, a noção de globalização foi incorporada pelos Estudos Culturais sem nenhuma crítica. Não há uma perspectiva histórica desta formação da globalização. Isto é um problema. Existem, por sorte, exceções dentro dos Estudos Culturais. Ocorrem, porém, quando os Estudos Culturais fazem aliança com outras disciplinas. Com a geografia, por

exemplo. Duas pessoas interessantes deste ponto de vista são David Morley e Kelvin Robins. Os Estudos Culturais, devido a mundialização do mundo por esta corrente, não perderam a sua força crítica. Se avultam como uma moda.

RF - Os frankfurtianos continuam com o mesmo vigor crítico?

Mattelart - O problema da escola de Frankfurt foi a diversidade. É verdade que há uma base comum entre Adorno, Horkheimer, Benjamin, Marcuse e Habermas. Mas são muito distintos. Habermas é o herdeiro da Escola de Frankfurt, se é que se pode falar em uma escola. As escolas um pouco borram as diferenças. Habermas, como herdeiro deste pensamento, nos ajuda a pensar a formação de uma comunidade mundial, um espaço público. Posso estar em desacordo com ele na concepção de um governo federativo, porém isso ajuda a pensar uma saída à globalização única, unilateral.

RF - O senhor valoriza o Barroco. No que ele é importante na linguagem, no mundo da comunicação?

Mattelart - Como dizia bem o filósofo fenomenólogo Merleau-Ponty, o sistema mundial é um sistema barroco. Há muitas assimetrias. O mundo não é linear, há muitas possibilidades de reversibilidade e interpenetrações. É um precursor de um pensamento das mesclas, das entremesclas, da creolização, da mestiçagem.

RF - O senhor fala da informação ter se tornado a caixa preta, a chave-mestra para tudo. É a consequência do esmorecimento do discurso da convergência cultural, do fim da heterogeneidade cultural, do declínio do discurso dos fins?

Mattelart - O problema começou no final da Segunda Guerra Mundial com a informação com o sentido matemático, de ser

cortada da questão do sentido e da cultura. Esta concepção da informação segue forte, como na época atual. Os mitos tecnoutópicos, tecnoquiméricos, são o resultado da informação reduzida a seu conteúdo estatístico. Não é a força que havia no filósofo Leibniz, quando pensava que a ordem das cifras e dos números haveria de fazer avançar a razão. Agora, a cifra e os dados são a razão instrumental.

RF - Qual a relação existente entre esta hegemonia da informação fria e o que o senhor comenta como a lobotomização dos cidadãos?

Mattelart - O problema-chave deste regime econômico é a tendência a criar um tipo de cidadão que corresponda a este regime econômico. É um dado fundamental na história. O neoliberalismo está substituindo a necessidade de cada um construir a sua autonomia pessoal, de exercitar a sua capacidade de determinar-se frente às ofertas, por uma idéia que o indivíduo naturalmente é soberano, é um consumidor soberano que se espalha através do mundo. Os verdadeiros objetos do mundo neoliberal se encontram no aspecto psicanalítico, na criação de um tipo de personalidade. É por isso que precisamos nos mobilizar.

RF - O senhor enfatiza muito a passagem do fordismo à empresa-rede. Há condições do surgimento do cidadão-rede?

Mattelart - Não creio muito em um cidadão-rede. Penso que incluso no mundo de redes existem diversos lugares donde se cria a condição de cidadão. A começar pelo território nacional, em que se dá o lugar do contrato social, do contrato da cidadania. A prova é que nenhuma modificação no momento se efetiva sem a mediação do Estado. No mundo de hoje é o Estado o negociador importante para resolver os problemas. Claro que o cidadão-rede e os grupos sociais-redes podem ajudar muito, mas passa também pela pressão que a socieda-

de civil – que são eles – exerce sobre os Estados nacionais e a comunidade internacional. No momento, concretamente, se necessita do Estado e é por isso que um dos objetivos principais é pressionar o Estado para que cumpra sua missão de regulador do mercado.

RF - As grandes corporações de comunicação formam os Estados Unidos do Mundo?

Mattelart – É a meta. Elas estabelecem uma conexão mundial em função de seus interesses. Mas não são os Estados Unidos do Mundo. A palavra Estados Unidos é uma palavra velha que nasceu antes dos Estados Unidos da América. É um projeto muito antigo, um projeto político. Não se pode confundir com a universalidade das empresas.

RF - Esta sociedade da informação traz benefícios à humanidade?

Mattelart – A primeira coisa é desmistificar a expressão, tomá-la ao pé da letra. Você fala em sociedade da informação, acesso universal. Então, trabalhamos em função dela. No momento é uma ponte para empurrar e renovar os esquemas da ocidentalização do mundo. Pela tecnologia se pensa que se vá reconstruir as relações de força internacionais.

RF - Quais as relações de força existentes na idéia de imaginar a grande família humana?

Mattelart – Bom, a grande família humana, na modernidade, começa com a idéia de aldeia global. É uma concretiza-



ção da velha idéia cristã. Não é por nada que McLuhan se converteu ao cristianismo. Saiu do protestantismo para o catolicismo. Tem uma mitologia neocristã, de um cristianismo que não é o mais progressista, mas conservador. McLuhan estava em conta do ressurgimento da igreja. A idéia da aldeia global, em McLuhan, é religiosa. Aliás, ele copia dos anarquistas e a falseia. Ele tem uma visão do destino do mundo que é uma utopia escatológica. E depois, esta idéia de aldeia global será retomada pelos utopistas da informação, em que todo o mundo compartilhará.

RF - Todas as utopias planetárias têm este aspecto religioso, de religar?

Mattelart – Marx, já dizia no século XIX, que o liberalismo era uma religião, e referia-se aos liberais como predicadores.

RF - E o marxismo também seria uma religião que promete uma boa-nova?

Mattelart – O problema é que não creio que exista o marxismo. Houve tendências dentro deste pensamento legado de Marx muito distintas. Para mim, o marxismo é uma coisa muito ampla, donde coexistem tendências dissidentes e outras totalmente burocráticas, ortodoxas. Dentro do

marxismo há dissidentes que pensaram outra forma de organizar o mundo que a burocracia soviética. Como disse Bourdieu, pouco antes de sua morte, a pessoa que formula esta pergunta está mal intencionada. Por isso que digo que é mui-

to mais múltiplo.

RF - Há condições de se conceber utopias atéias, sem a promessa do nirvana, do além-agora, mais presenteistas?

Mattelart - Sim. A utopia é uma promessa de um porvir melhor, mas não necessariamente é religiosa. É verdade que algumas são. Mas o interessante nas mudanças das utopias é que antes elas falavam em uma sociedade que não se podia situar em nenhuma parte. Utopia queria dizer fora do tempo e do espaço. Entretanto, hoje elas se formulam em lugares concretos, que te permitem chegar a outra definição do universal, por exemplo.

RF - Para esta idéia de utopia basta o coração?

Mattelart - Como se pôde perceber no II Fórum Social Mundial, o coração é fundamental.

RF - O senhor é um especialista nos estudos da comunicação, tanto da Europa quanto das Américas. Como está a reflexão neste campo?

Mattelart - O problema é que o campo interdisciplinar da comunicação desde o princípio teve dificuldades para articular pontos de vista. No momento, em todas as partes do mundo, há dois grandes perigos que podem ocasionar a degenerescência do campo da comunicação: a lógica do mercado, do marketing, do pragmatismo, do tecnicismo, de transformar o campo em uma caixa de ferramentas para servir operatorialmente. Este é um perigo porque pode transformar a comunicação em um campo da escola técnica; o outro é a dificuldade de construir realmente um olhar que leve em conta várias disciplinas. A grande competência que há entre as ciências sociais e as ciências da informação e da comunicação está se desencantando. Os objetos de estudo, que normalmente seriam das ciên-

cias da informação e comunicação, estão seduzindo a outros campos, como os historiadores, os filósofos, os geógrafos, os antropólogos. É um momento distinto, faz apenas quinze anos. É cada vez maior a ocupação do mundo da comunicação. É importante que a gente que é antiga neste campo se dê conta deste aspecto, senão iremos despertar daqui a 10 anos e perceberemos que a base original haverá desaparecido e estaremos somente em escolas técnicas. Na Europa se vê claramente esta crise. Os historiadores, por exemplo, entraram com força na análise da história da publicidade, das redes, etc., e muito pouca gente da área da comunicação tem trabalhado sobre este campo.

RF - E a reflexão está à deriva, sem um porto específico?

Mattelart - A única maneira para assentar as bases do que constitui o campo da comunicação é preservar, em cada um, um ponto de partida. Podem ser a sociologia, a economia, a antropologia, etc. Precisa ter uma base forte porque o grande efeito dos estudos de comunicação e informação é que se formam os estudantes, mas não se sabe a partir de que cimento eles falam. Às vezes é totalmente frouxo. As dificuldades de algumas pessoas na questão do Estado, da ideologia, que reclamam um pensamento centrado na sociologia. O problema maior é que se toca muitas coisas, muitos domínios, epifenomicamente, e os estudantes saem com uma cultura superficial. Sempre digo aos meus estudantes: o ideal é que façam dois anos de outros estudos e depois façam comunicação.

RF - Valorizar a transdisciplinaridade?

Mattelart - Exato, este é o verdadeiro objeto da comunicação.

RF - Em relação aos cursos de comunicação, o aluno sabe muita coisa, mas não aprofunda nada?

Mattelart - Este é o problema-chave. Os estudantes que mais se saem bem em suas carreiras são os que têm uma base anterior, de história, sociologia, antropologia, etc. É necessária uma injeção de ciências humanas na comunicação.

RF - O mundo da comunicação não pode ficar restrito à academia, precisa chegar às escolas?

Mattelart - É fundamental, porque é a única maneira de socializar a preocupação, a interrogação cidadã sobre os meios de comunicação, do que ocorre com as tecnologias da comunicação.

RF - Quais seus últimos estudos na área da comunicação?

Mattelart - Há dois campos que emergem. Um, que é mais antigo, mas renovado atualmente, é a questão do estudo dos usos das tecnologias da comunicação, dos processos de apropriação das ferramentas. Na América Latina, sobretudo a partir do consumo. Na Europa, principalmente na França, é a partir da apropriação e mediação de objetos técnicos. Isto será cada vez mais importante. Contudo, a condição é não pensar que ao estudar estes pontos se dispensa de estudar as determinações sócio-históricas. Este é um problema, como para as teorias da recepção. Muitos pensam que as teorias da recepção dão um jeito em tudo, mas não dão um jeito em nada. É um dos aspectos. Os outros são as políticas, as determinações, etc. O segundo aspecto é o problema da história. Autores como Fernand Braudel e Michel de Certeau estão entrando com força como referência de uma nova concepção da história. Não somente a dos meios, que é clássica, mas também a história das representações coletivas, dos imaginários, parando de se basear apenas nos mitos atuais.

RF - O senhor pretende escrever *Para ler a sociedade da comunicação*?

Mattelart - Bom, seria muito importante. Uma pessoa me entregou, ao final de uma palestra no fórum, uma página que dizia: do Pato Donald ao McDonald's. Penso que o McDonald's não é tão inimigo. É o modo de vida que representa. Como pensávamos quando atacávamos o Walt Disney. Não era ele, mas o *american way of life*, que hoje se impõe como modelo absoluto e único .

Nota

Entrevista concedida a Álvaro Larangeira, doutorando em Comunicação Social PPGCOM - FAMECOS/PUCRS.