

Entrevista Dominique Wolton

PAIXÃO PELA COMUNICAÇÃO

Para o pensador francês, a convivência é o resultado de uma vontade e de uma ação. É uma escolha que demanda tempo e vontade.

Por José Geraldo de Oliveira, Carlos Costa e François Chapel¹



Fotos: José Geraldo de Oliveira

José Geraldo de Oliveira é fotógrafo e professor dos Cursos de Comunicação Social da FIAM-FAAM, em São Paulo. zoliveira@uol.com.br;

Carlos Costa, coordenador do Curso de Jornalismo da Faculdade Cásper Líbero, é jornalista e professor. crcost@uol.com.br;

François Chapel é intelectual e escritor francês. francoischapel@hotmail.fr.

Dominique Wolton é natural de Douala, República de Camarões, onde nasceu do casamento entre um inglês e uma francesa. Muito novo a família se mudou para a Costa do Marfim, onde ele viveu até os 9 anos. Deste tempo guarda a “loucura” e o gosto pela irracionalidade e a liberdade africana que se reflete na imaginação. Esse franco-britânico de alma africana foi um dos primeiros na França a se debruçar na comunicação, que no fundo é aprender a conviver. Na contramão da maioria dos intelectuais europeus, ele é um defensor da televisão generalista – vista por ele como um fator de integração social.

Bacharelado em Direito e doutor em Sociologia pelo Institut D'Études Politiques de Paris, Wolton é o fundador e diretor de ISCC-Instituto das Ciências da Comunicação do CNRS-Centro Nacional da Pesquisa Científica. Ali, desde 2000, dirige o Laboratório de Informação, Comunicação e Implicações Científicas. Foi o criador e segue dirigindo a revista científica *Hermès*, uma das mais importantes publicações de comunicação da atualidade.

Le nouvel ordre sexuel (Le Sueil, 1974) foi o seu primeiro livro, tratando da libertação sexual, em que a solução não estaria numa privatização ilusória da sexualidade, porque não escapa à socialização. Seu trabalho seguinte, *Raymond Aron. Le spectateur engagé* (Julliard, 1981), o tirou do anonimato. Não demorou para seu ensaio sobre a televisão, *La folle du logis. La télévision dans les sociétés démocratiques* (Gallimard, 1983), se tornasse em uma bíblia para os estudantes de comunicação e de jornalismo.

Sempre preocupado em analisar a interdisciplinaridade no campo da comunicação, o inquieto estudioso segue na vanguarda do pensamento a respeito da comunicação. Autor de mais de 30 livros, traduzidos em vinte idiomas, além de inúmeros artigos publicados, Wolton exhibe uma linha de pesquisa focada na análise da comunicação, da cultura, da sociedade, do espaço público e da política em suas relações com a ciência, a tecnologia e a sociedade. Os seus estudos empíricos, como por exemplo *É preciso salvar a comunicação* (Paulus, 2006), contribuem para definir um panorama que enfatiza os direitos cidadãos e a democracia em lugar da técnica, como afirma em um contexto em que, “num tempo de menos de cem anos foram inventados e democratizados o telefone, o rádio, a imprensa de grande público, o cinema, a televisão, o computador, as redes, transformando definitivamente as condições de troca e de relação, reduzindo as distâncias e realizando a tão desejada aldeia global” (2006, p. 9). Vivemos em um mundo em que “todo mundo, ou quase, vê tudo, e sabe tudo sobre o mundo”. Contudo, afirma Wolton, “pensamos de boa fé que tais mudanças trariam enfim um pouco mais de paz entre os povos, mas, infelizmente, isso não se deu, porque o estranho, o outro, se tornou

mais visível e com isso a comunicação e a compreensão mútua não melhoraram [...] A aldeia global é mesmo uma realidade, mas não reduz as desigualdades, nem as tiranias, nem as violências, nem as mentiras” (2006, p. 9 e 10). Salvar a comunicação é, para Dominique Wolton, preservar sua dimensão humanista.

O pensador nos recebeu em sua sala no quarto andar da sede do Instituto das Ciências da Comunicação, no nº 20 da Rue Barbier-du-Mets, a poucas quadras da Praça da Itália, em Paris. A seguir, alguns dos melhores momentos dessa convivência com um pensador inqueito, apaixonado, determinado, com um discurso metralhado na fúria de uma paixão pela humano, pela convivência e pelo amor à comunicação.



PARÁGRAFO: Em uma entrevista com o respeitado jornalista Laurent Larcher, especialista em assuntos africanos, publicada no jornal *La Croix*, o senhor afirmou que “Os cientistas criaram as ciências humanas, as ciências naturais... mas ainda não deram atenção às ciências da comunicação”. Por que essa dificuldade de definir a comunicação como uma ciência?

DOMINIQUE WOLTON: Sim, essa é uma ótima pergunta. Porque acredito que, em primeiro lugar, a comunicação é sempre interdisciplinar, então é um tema um pouco mais complicado. Em segundo lugar, a ciência, infelizmente, é também uma criação hierárquica que começa com a Matemática, a Física, a Química lá no topo e vem depois as Ciências Sociais. E mais embaixo, nessa hierarquia, o sub do sub, vem a Comunicação. E por quê? Pois sabemos que a comunicação é o mais importante de todos esses degraus, pois, se os homens falham na comunicação de suas descobertas, e eles falham, se chateiam com o que estão perdendo por não saber transmitir o conhecimento encontrado. É por esse motivo que, em vez de melhorar o modo de se fazer entender, preferem rebaixar a comunicação nessa hierarquia. Além disso, há o positivismo científico, que causou tantos estragos nas Ciências Sociais, considerando que a comunicação seria um tema muito complicado, complicado demais – sem falar da conhecida e forte rejeição à psicanálise. E com isso os estudos sobre a comunicação foram deixados de lado. Mas nós amamos tudo isso aqui

[aponta para o seu smartphone]. Adoramos isso. Nos deslumbramos com a técnica e esquecemos do conteúdo. E a comunicação humana, esse buraco ou falta de conhecimento sobre a comunicação humana, ficou muito evidente após a Segunda Guerra Mundial porque a Europa se colocou como seu tema de reflexão o problema da incomunicação e da guerra.

PARÁGRAFO: Mas isso já vinha da grande guerra, que este ano completa o centenário...

DOMINIQUE WOLTON: Sim, a barbárie da Primeira Guerra Mundial deixou marcas que repercutem até hoje. Então, entre 1920 e 1940, houve muita reflexão sobre a comunicação humana. Aí veio a barbárie da Segunda Guerra Mundial, com seu ápice na bomba atômica. Mas depois da guerra, o voraz crescimento do consumo fez com que todos os problemas de comunicação desaparecessem e fossem substituídos por estes *gadgets [mostra novamente o smartphone]*. Para mim, a responsabilidade global dos intelectuais em não pensar o humano e, sobretudo, não discutir e refletir a relação entre a comunicação e o humano, entre a comunicação e a democracia, é avassaladora. Por que três quartos dos intelectuais não aceitam abordar temas como a importância do rádio ou o papel da televisão? Não entendo, pois se para falar é preciso ser livre e esse é um direito igual para todos, o rádio e a televisão são uma das recentes conquistas democráticas. Os intelectuais detestaram a televisão, porque eles achavam que esses meios de comunicação significam a alienação e a manipulação do povo, e isso não é verdade. É um pensamento simplista. Eles, o rádio e a televisão, representaram a emancipação das pessoas e, especialmente, acho que os acadêmicos estavam com medo de que a cultura de elite, a chamada “alta cultura” desaparecesse com a comunicação de massa. Mas ela não desapareceu de todo. Então, resumindo: em primeiro lugar, os acadêmicos não trabalharam ou pesquisaram a comunicação humana. Em segundo lugar, eles odiavam os meios de comunicação de massa e nem realizaram uma reflexão crítica sobre eles. E em terceiro lugar, quando apareceu a Internet, em vez de desenvolver um pensamento crítico, o que aconteceu foi uma espécie de adoração no que diz respeito à velocidade da informação e tudo o mais.

“OS INTELECTUAIS DETESTAM A TELEVISÃO. ACHAM QUE ESSE MEIO DE COMUNICAÇÃO SIGNIFICA A ALIENAÇÃO E A MANIPULAÇÃO DO POVO. É UM PENSAMENTO SIMPLISTA”.

PARÁGRAFO: E como estamos hoje nesse campo do estudo dos meios de comunicação?

DOMINIQUE WOLTON: Estamos em uma situação em que, em última análise, os intelectuais de todo o mundo não pensaram na importância do papel do rádio e da televisão, ou seja, não pensaram sobre a questão do papel ou do espaço social criado por eles. Qual seria a relação entre uma sociedade heterogênea e a comunicação? Qual é esse vínculo social? Eles desmereceram porque essas mídias estavam subvalorizadas. Em contrapartida, agora eles adoram a Internet porque “sou eu, sou eu”. Então digo, perdemos 60 anos, 60 anos!, em não pensar o papel do rádio e da televisão num contexto democrático. E essa é uma responsabilidade do mundo acadêmico. E, além disso, como uma observação a mais, até mesmo os movimentos sociais estiveram fora do interesse acadêmico. Apenas para dar um exemplo, meu primeiro objeto de pesquisa foi o movimento de liberação sexual. E mesmo a questão da liberação sexual, que é um movimento político, deveria ter sido objeto das indagações a respeito da comunicação humana, pois colocava em foco a relação de forças entre o homem e a mulher. Mas foi um dos temas de que os intelectuais passaram de lado.

PARÁGRAFO: O senhor mencionou a psicanálise.

DOMINIQUE WOLTON: Foi a única vez em que, de fato, houve muita conversa no terreno da comunicação, especialmente na Europa. Foi a discussão em torno de psicanálise e de libertação, ou seja, entre os anos de 1960 e 1980, mas isso ocorreu em círculos restritos, o resto do mundo acadêmico continuou a não se ocupar do tema. Mas mesmo eu, pertencendo ao **Centre National de la Recherche Scientifique-CNRS** [*Centro Nacional para a Pesquisa Científica*], talvez a maior instituição científica do mundo, mas mesmo aqui a psicanálise ainda praticamente não existe. Não estou dizendo que a psicanálise é uma ciência como qualquer outra, mas é uma visão de mundo que ainda é essencial...

UMA TEORIA CRÍTICA OTIMISTA



Quando o tema é uma Teoria Crítica, de imediato fazemos uma associação com a Escola de Frankfurt, ou nos vem a mente a tirania dos meios de comunicação, sobretudo quando o tema é a televisão. Na realidade, o pensador francês revela outras estruturas e vai radicalmente na contramão das ideias defendidas pela maioria dos analistas e intelectuais mundiais desse meio de comunicação.

No capítulo 8 do livro *Elogio do grande público: uma teoria crítica da televisão* (Ática, 1990) é possível encontrar afirmações que estremeceriam Adorno e Horkheimer e tantos outros pesquisadores. “A televisão brasileira ilustra quase à perfeição a minha tese sobre o papel essencial da televisão generalista. Nela encontramos, com efeito, o sucesso e o papel nacional de uma grande televisão, assistida por todos os meios sociais, e que pela diversidade dos seus programas passa a constituir um poderoso fator de integração nacional” (1990, p. 153), mas o susto torna-se maior quando descobrimos que ele está se referindo à Vênus Platinada como um dos “símbolos da identidade brasileira”, e atuante na construção de um estratégico “laço social” e fator estruturante da sociedade do Brasil, uma vez que suas novelas estão inscritas na identidade e no sonho nacional que transformam em “reflexo de todas as histórias do país”. E ao mesmo tempo, sabedor de que a sociedade brasileira é uma das “mais complexas, ricas, dinâmicas e inovadoras do mundo”, ele reforça que a nossa televisão reflete isso.

Wolton é crítico, mas otimista: o público é inteligente, são os programas que não estão à altura de suas demandas e capacidades, e mira a sua pontaria para a elite que se engana sobre a qualidade do olhar.

Nesse trabalho que ele considera o terceiro volume do tríptico e encerra doze anos de pesquisa sobre televisão, com uma abordagem mais cultural, em que procura esclarecer a especificidade da televisão em uma sociedade de massa, em que a ideologia da comunicação desempenha um papel essencial ou o desenvolvimento de uma teoria crítica da televisão buscando compreender o seu papel no espaço ampliado da comunicação.

Afirmações que podem causar arrepio à intelectualidade. Assim, no mencionado livro, após introduzir a problemática da segmentação dos canais de televisão, no sentido de que resulta na perda de discussão de diversidade, promovendo uma forma de gueto cultural da sociedade. Isso estaria conduzindo à “incomunicação”, nos levando à ideia da “existência de um laço implícito entre uma organização da televisão e uma teoria da sociedade”. Ele escreve que “deslocar o eixo de análise da política para a economia e para a sociologia é coisa que amplia a perspectiva, sem por isso fazer crer que o ‘sentido’ da televisão provenha unicamente do uso que dela fazem os públicos. [...] Esse é o desafio da comunicação: contribuir diretamente para as representações coletivas e superar o quadro estrito de um setor econômico. [...] a comunicação, da mesma forma que a liberdade, a igualdade e a fraternidade, não é uma realidade impunemente manipulável” (1990, p. 317).

PARÁGRAFO: Por que os intelectuais e as universidades são tão preconceituosos com essa mídia e por essa defesa?

DOMINIQUE WOLTON: Por uma razão simples: é que o mundo intelectual sempre se confundiu com a ideia de um único emissor, e eles nunca pensaram que o receptor fosse inteligente. Partiram da suposição de que, uma vez que se dissesse alguma coisa ao povo, as pessoas, os espectadores, iriam acreditar fielmente no que a televisão afirmasse, mas as pessoas... Em suma, todos esses intelectuais de esquerda afirmam e acreditam que amam as pessoas mas, em última análise, eles pensam que os cidadãos são idiotas, sem inteligência suficiente para criticar o rádio ou a televisão, sem refletir no conteúdo das mensagens emitidas e recebidas. Daí o menosprezo por esses meios de comunicação que, numa visão simplista, eles viam apenas como meios de alienação e de manipulação popular.

Então, eles tinham uma teoria da comunicação que era unicamente uma via de mão única, uma notícia era emitida e tinha apenas o caminho da ida, sem um retorno, não haveria um pensamento crítico por parte do receptor. E este é um considerável erro de análise. A grande descoberta do século 20 é que o receptor é inteligente. E, se você quiser, eu publiquei em 2009 um pequeno livro, *Informer n'est pas communiquer*, traduzido no Brasil [*Informar não é comunicar*, Editora Sulina 2010], que tem tudo a ver com o que estamos falando. Lá eu afirmo que “A revolução do século 20 é que há muita, muita informação, mas não há muita comunicação”. Porque os receptores não aceitam passivamente tudo o que os meios de publicação divulgam, e que para mim esse é o coração do meu modelo teórico, porque a

informação não é suficiente para criar um ambiente de comunicação. Esse é o saldo do século 20: a descoberta de que a informação não é comunicação.

“NINGUÉM PENSOU QUE A COMUNICAÇÃO PODE REALMENTE SER UMA ALAVANCA PARA A EMANCIPAÇÃO “.

PARÁGRAFO: O senhor conhece o pensamento de Jesús Martín-Barbero, um pensador colombiano da comunicação, nascido na Espanha?

DOMINIQUE WOLTON: Há muitos pontos em comum em uma visão crítica, mas Barbero é muito mais pessimista do que eu. Explico. O que talvez me distinga da maioria dos teóricos da comunicação é que não sou um pessimista, pois considero que o receptor, o indivíduo, as pessoas, enfim, são inteligentes. Claro que elas podem ser influenciados pela mídia, como também os intelectuais são influenciados. Todo mundo é, inclusive eu. Mas a diferença com o Martín-Barbero é que eu o considero mais pessimista do que eu. Veja, o que retive de fato da teoria marxista, é a importância das contradições, e eu acho que muitos estudiosos marxistas não acreditam em contradições e eu sim. Se você sofre muita pressão, bem, ela explode... Penso que todos esses autores, incluindo os da América Latina, adotaram uma postura muito pessimista em relação à mídia e à comunicação. Porque, se formos considerar suas teorias, toda a América Latina ainda estaria hoje sob o regime de ditaduras, não haveria democracia no Brasil ou na Argentina. Portanto, há uma espécie de ideologia marxista que tomou conta completamente do ambiente acadêmico da América Latina, como também da Europa e até na África. Por esse motivo afirmo que há uma responsabilidade dos intelectuais, pois ninguém pensou que a comunicação pode realmente ser uma alavanca para a emancipação. Que foi o que aconteceu, porque enquanto as pessoas ouviam o rádio ou assistiam à televisão estatal, tchan-tchan, surgiu o pensamento crítico.

PARÁGRAFO: O *Elogio do grande público* é uma publicação dos anos 90. No capítulo dedicado à Rede Globo, o senhor afirma que ela é “um dos símbolos da identidade brasileira”. O senhor ainda acredita nisso?

DOMINIQUE WOLTON: É claro que sim, porque se você quer saber, o que me interessa na TV Globo e em suas telenovelas é que, quando se tem uma grande televisão privada – e é o mesmo problema aqui na França –, quando há uma emissora preponderante e generalista, ela precisa manter uma grande preocupação com a diversidade da sociedade. Claro que ela tem lucros e movimenta grandes patrocínios, mas uma concessionária dessas deve atingir todos os públicos, e esse trabalho da televisão generalista, pública ou privada, é o mais importante desafio político, no meu ponto de vista, do que todos os meios segmentados juntos.

PARÁGRAFO: Qual é o papel da televisão na construção e efetivação da cidadania e na criação de vínculo social?

DOMINIQUE WOLTON: É justamente por isso que eu digo que a Globo, embora não seja o paraíso, está constantemente tentando atender todos os públicos da sociedade. E é nisso que a televisão convencional se torna um meio de coesão social, algo que uma televisão segmentada não faz, talvez esta tenha função num ambiente mais comunitário.

PARÁGRAFO: O senhor escreveu que o caráter polissêmico das imagens de televisão é uma garantia de liberdade de interpretação para os cidadãos.

DOMINIQUE WOLTON: Exatamente.

PARÁGRAFO: Mas, com as realidades simuladas por computador, é possível criar artificialmente uma situação que estimule a sensibilidade dos espectadores. Como ficamos?

DOMINIQUE WOLTON: Não, porque se você quiser... Veja, a diferença entre a imprensa escrita, o rádio, a televisão e a Internet, é que a imprensa, o rádio e a televisão, são eles que emitem, criam narrativas sobre a experiência do mundo, isto é, sobre as realidades históricas, culturais, linguísticas. Eles noticiam fatos e acontecimentos. A genialidade da Internet e também sua fraqueza é que ele se refere a uma realidade virtual, não ao mundo real. Há tanta informação dispersa na Internet, e podemos acessar um número exponencial de coisas e informações. Tanto que ela cria o que podemos chamar de neo-realidade. E isso é o que agrada tanto, pois não é a realidade em si, enquanto que o rádio, a televisão e os jornais trabalham com a realidade concreta, com seus problemas e rugosidades. Com os dados do concreto, não com suposições e boatos. É claro que esses meios, como os jornais e o rádio, também trabalham

com o imaginário, mas em geral eles são os meios que tratam da experiência real humana, do vivido, do cotidiano sofrido, enquanto a Internet é o meio de liberdade humana. Não é o mesmo, você sabe, por isso creio que é muito importante estabelecer essa diferença.

PARÁGRAFO: Em um país com dimensões continentais como o Brasil, é necessário produzir conteúdos locais para preservar a tradição, a cultura, mas os modelos de negócios da mídia são contrários a essa proposta, pois eles têm o único objetivo de captar público para garantir publicidade e praticamente todos os canais de TV publicam as mesmas notícias, as mesmas tragédias, desastres... O que se pode fazer para mudar?

DOMINIQUE WOLTON: No fundo a resposta se resume a elevar o nível de educação do povo. O que podemos fazer é simplesmente entender, e isso vale para o Brasil, mas é também verdade para a China, para a Índia, para a África do Sul, para os principais países. Quanto maior o nível de educação das pessoas, mais necessário será aumentar o nível de qualidade da imprensa, da cobertura da televisão. E onde ocorre uma traição é que o nível de educação e de consciência crítica aumenta, mas a qualidade da imprensa segue em queda livre. Havia mais ambição e mais garra, na imprensa, há um século, do que existem hoje.

PARÁGRAFO: A pergunta também foi no sentido de “Qual é o interesse da mídia local?” Um país como o Brasil precisa de expressão cultural local. Mas será que isso existe? E como essa expressão cultural local pode sobreviver aos constrangimentos e imposições de ordem econômica?

DOMINIQUE WOLTON: A informação local e regional ainda é algo que permanece... e ainda consegue sucesso e audiência, porque as pessoas que vivem em algum lugar determinado querem sentir o seu pertencimento. Vou repetir minha resposta com outras palavras. Quanto mais forte for a globalização, mais existirá uma forte informação local e regional, porque as pessoas não querem sentir-se perdidas, quebradas, desvinculadas. Então, na minha opinião, a informação regional tem um futuro brilhante, mas para evitar o sectarismo é imperativo que essa informação regional seja capaz também de realizar coberturas de temas internacionais e de informar sobre fatos e acontecimentos do mundo que impactem a vida regional, talvez, 20%, 30%. Pois a mídia regional tem a missão de informar sobre os fatos e tendências locais, mas fornecendo elementos para que os cidadãos tenham uma compreensão mais ampla do mundo em que vivem, não apenas o que acontece em seu local ou seu vilarejo.

A TECNOLOGIA PERFORMÁTICA



É difícil criar uma “cronologia” temática da obra de Dominique Wolton, até porque o seu grande tema é a comunicação e não os meios de comunicação. Mas tentando seguir uma ordem cronológica, sobretudo com relação a seus trabalhos publicados no Brasil, após o fechamento de suas pesquisas que compõem a trilogia sobre a televisão (os livros *Elogio ao grande público*, lançado pela Ática, em 1996; *Pensar a comunicação*, publicado no Brasil pela Editora da Universidade de Brasília, em 2004; e *É preciso salvar a comunicação*, editado pela Editora Paulus, em 2006), vem os estudos sobre a rede mundial de computadores, a Internet. E ele segue apontando novas e polêmicas visões sobre o tema. O título seguinte de sua obra é outra provocação: *Internet, e depois? – uma teoria crítica das novas mídias* (Editora Sulina, 2003). Num primeiro momento, um elogio aos “tecnofóbicos”, sobretudo porque novamente no título vem o termo “teoria crítica”, sempre tomado como algo negativo.

“Há vinte anos eu tento compreender o estatuto da comunicação das nossas sociedades. Se a comunicação é uma questão muito antiga da humanidade, a explosão técnica há um século

modificou consideravelmente seu estatuto”. É assim o início do livro *Internet, e depois?*. É um reconhecimento da tecnologia. E ao mesmo tempo reforça que a comunicação é o cerne da modernidade, e conseqüentemente dissociada da emancipação do indivíduo. A partir dessa premissa, Wolton propõe entender um novo desdobramento da comunicação: o futuro da internet. E afirma ironicamente: “Os homens, frente às novas tecnologias de comunicação, estão, como o coelho de *Alice no país das maravilhas*, sempre atrasados, sempre com pressa, sempre obrigados a ir mais rápidos” (2003, p.31).

Por trás desse aparente conservadorismo, o pensador defende na verdade uma visão mais humanista da comunicação, onde o indivíduo deve estar acima das tecnologias. Torna-se assim um defensor incansável das grandes mídias generalistas: elas exercem um papel fundamental em nossa sociedade. O desafio da comunicação, é colossal: como se dirigir a todos quando cada um é diferente?

“A INTERNET AINDA É UMA FERRAMENTA DE LIBERDADE E DE EMANCIPAÇÃO, MAS HÁ DESVANTAGENS E DESAFIOS E NINGUÉM FALA ISSO. HÁ UM RESPEITO SACROSSANTO”.

PARÁGRAFO: O senhor escreve que, quanto mais educada é uma pessoa, melhor ela aproveitará o conteúdo da internet. A internet é elitista?

DOMINIQUE WOLTON: *[Enfático]* Não. Não, e não... Eu diria em primeiro lugar, e vem daí o seu sucesso, que a internet ainda é uma ferramenta de liberdade e de emancipação porque *[teatral]* – tchan-tchan-tchan-tchan –, o indivíduo, mesmo pobre e quase analfabeto, pode encontrar na Internet uma extraordinária emancipação; mas ele havia encontrado a mesma emancipação antes dela, com a televisão e, especialmente com o rádio, a maior das revoluções, pois foi a chegada do som no mundo. Então, não é nova essa visão utópica da internet como um fator de emancipação, mas é importante esclarecer. Pelo lado do problema, penso eu, a internet enfrenta três desafios: o primeiro dos três é que o volume de informações não é comunicação; em segundo, como agora, quando é que vamos controlar, e quem controla o fluxo das informações? A proposta de controle, por pessoa ou grupo, não é boa, o que significa que haverá coisas boas e coisas muito ruins circulando. E o terceiro desafio é que com o volume, a memória é enorme, por isso há uma possibilidade de controle político e social. Em resumo, há

três desafios ou desvantagens para a internet, mas ninguém fala sobre isso... Porque há um respeito sacrossanto. Como se diz Saint Internet em português?

PARÁGRAFO: Santa Internet...

DOMINIQUE WOLTON: Pois é, Santa Internet...

PARÁGRAFO: Qual é o papel dos jornais e das revistas no mundo da internet?

DOMINIQUE WOLTON: Eu sou diretor e edito a revista científica *Hermès*, publicada em papel. *[Reflete um tempo.]* O papel, ele tem uma trajetória de quase 4.000 anos. A impressão tem cinco séculos de história. O papel é uma técnica, mas é principalmente uma cultura. Isto aqui *[aponta para o seu celular]* é formidável, mas é muito recente e não substitui o papel. É uma velha história muito conhecida: a cada nova tecnologia que surge, acredita-se que outra tecnologia vai desaparecer. Foi assim quando chegou o rádio, nos foi dito que “é o fim do livro”; quando a televisão se impôs, disseram que era o fim do rádio; quando se impõe a era da internet, dizem que é o fim da TV e do papel. Sabemos que não, que não é assim, que eles se acumulam e se somam, convivem. E então podem-se encontrar excelentes produções na grande tela do cinema e grandes coisas e ideias ainda em livros. Não estou preocupado, mas pelo contrário, é verdade que tudo isso exige uma revolução intelectual por parte dos proprietários dos jornais, que são os mais ameaçados, os donos dos jornais e seus editores. Mas, graças a Deus, ninguém vai passar a vida pregado numa tela, depois de certo tempo ele *pffffff*, se cansa, e estará tocando o papel, sentindo sua maciez, seu cheiro, sua maleabilidade, sim, sua sensualidade. Além disso, o homem moderno tem mais sensualidade. Aqui *[gesto de deslizar o dedo sobre a tela do telefone móvel]*, a única sensualidade é essa. Não é ótimo, né, como a sexualidade. *[risos]*.

INFORMAR NÃO É COMUNICAR



Contrariando os adeptos das ideias do pensador canadense McLuhan, para Dominique Wolton os progressos da técnica estão longe de gerar uma aldeia global, afinal, “sonhava-se com a aldeia global. Mas de fato estamos numa nova Torre de Babel”, alerta ele logo no início do *Informar não é comunicar* (Sulinas,2010) – talvez o seu trabalho mais conhecido no Brasil. Sem negar a importância das novas ferramentas, para ele a internet não é um meio de comunicação e sim “ferramentas comunicacionais”. Mas é categórico em afirmar que é uma “ilusão” pensar que a internet possibilitará um conhecimento sem intermediários. Ele vê nela um sério risco de segmentação: “A vitória da informação ao longo de dois séculos teria sido impossível sem os jornalistas. A existência dos jornalistas, em todos os países, é a garantia de liberdade de informação [...] os jornalistas são os guardiões e os heróis dessa vitória frágil da liberdade de informação” (2010, p.71).

O livro *Informar não é comunicar* é um alerta à velocidade excessiva da informação, à falta de regulamentação e ao descontrole que caracteriza a existência da internet. Assim “ao acelerar a produção, a transmissão, a interatividade e a circulação de mensagens, mascara involuntariamente a realidade da incomunicação” (2010, p. 90). Nesse sentido, Wolton busca a

criação de uma teoria da comunicação que derrube o esteriótipo dominante – e mostra que o “verdadeiro desafio está na comunicação, e não na informação”. E esse desafio contém uma “teoria da sociedade”, destacando os conceitos de tolerância, convivência das diferenças baseada no respeito. Ele aponta que “é preciso impedir que a informação e a comunicação, até ontem fatores de aproximação, se tornem os aceleradores de incompreensão e de ódio, justamente por serem [tornarem] visíveis todas as diferenças e toda a alteridade” (2010, p. 14).

A base desse discurso está no pressuposto antropológico da “alteridade”, onde o homem social interage e é interdependente do outro. Dessa maneira, a comunicação tem como referente “a busca do outro e da relação”, o que torna tudo isso um processo frágil, em que a negociação e a legitimação devem ser constantes. E se o século XX foi o século da informação, o XXI terá de ser o “século da convivência das diferenças e da tolerância, sobretudo quando os efeitos da incomunicação se tornarem ainda mais evidentes” (2010, p. 91).

Dominique Wolton, na sua proposta de uma teoria da comunicação, define o processo geral da comunicação como sendo constituído por três componentes: a) o tecnológico, que diz respeito aos aspectos instrumentais da transmissão; b) o econômico, ligado às técnicas de trocas de mensagens, e; c) o cultural, que se refere ao espaço simbólico da comunicação.

Embora esse livro seja um resumo de todo o seu trabalho, ou um manual para iniciante, todos esses temas foram trabalhos em outras publicações disponíveis em português, e já acima citadas, como *Pensar comunicação*; e *É preciso salvar a comunicação*. O seu discurso, ou a defesa de seus primeiros trabalhos continua o mesmo frente ao triunfo da comunicação da vida moderna: evidenciar a fragilidade e o perigo em que a comunicação se encontra, principalmente pela hiperabundância de informação – sobretudo pela explosão e expansão da internet, o que ele já alertava em 2006 em *É preciso salvar a comunicação*.

PARÁGRAFO: Podemos dizer que *Informar não é comunicar* é um balde de água fria nas utopias digitais, que dizem que as novas tecnologias resolveriam todos os problemas da comunicação, uma vez que possibilitariam um conhecimento sem intermediários. Essa utopia não é a morte do jornalismo?

DOMINIQUE WOLTON: O que eu digo são duas coisas. A primeira é: o que interessa no âmbito da internet é que ela retoma uma utopia muito antiga, que já vivemos na imprensa escrita e especialmente no rádio e na televisão: é a utopia da solidariedade, que é uma utopia de subversão política, de anarquismo. É uma bela utopia, mas essa utopia, por ser tão antiga, não

foi criada pela internet mas ela se encarnou com a internet, da mesma forma que antes foi incorporada pelo rádio e pela televisão. O que me interessa é distinguir a cada vez a utopia que uma técnica cria em relação ao que ela é capaz de fazer. A força da internet é a aproximação com esta utopia. A fraqueza da internet é que ela continua sendo apenas uma mídia segmentada. E daí?, logo haverá mais usuários de internet no mundo, um dia eles serão 5 bilhões de usuários, mais internautas irão se deparar com as mesmas questões que o rádio e a televisão já enfrentaram, ou seja, qual é o grande público? Qual é o grande número? O que é massa? Pois se ainda somos 7,5 bilhões de habitantes na Terra, com 5,5 bilhões de telefones celulares, 5 bilhões de aparelhos de rádio, 4,5 bilhões de televisão e 2 bilhões de computadores, logo haverá ainda mais computadores, e eles irão se deparar **com** mais perguntas, as mesmas questões que foram colocadas pelo rádio e pela televisão, que é “como iremos criar laços sociais entre essas bilhões de pessoas que nada têm em comum”? Para mim, a questão da comunicação é sempre uma questão política, que é como vamos fazer coexistir pacificamente essas pessoas que não têm nada a se dizer?

“NÃO FOI A INTERNET OU AS REDES SOCIAIS QUE MOTIVARAM OS MOVIMENTOS SOCIAIS NO BRASIL, FOI A REVOLTA E O DESCONTENTAMENTO POPULAR”.

PARÁGRAFO: Não sei se o senhor acompanhou os movimentos sociais que aconteceram no Brasil em junho de 2013 (passe livre e rolezinhos). Ambos surgiram e foram “administrados” pelas redes sociais. Em seus trabalhos, o senhor afirma que a comunicação tem um papel de gerenciadora de conflito na sociedade contemporânea, diferentemente da visão talvez um pouco elitista de Habermas, de que a função da comunicação seria a de “assegurar o consenso nas sociedades democráticas”.

DOMINIQUE WOLTON: Eu diria mesmo que é uma visão muito elitista [*risos*].

não foi a internet ou as redes sociais que motivaram os movimentos sociais no Brasil, foi a revolta e o descontentamento popular.

PARÁGRAFO: Como seria possível analisar esses movimentos no Brasil, pela sua ótica.

DOMINIQUE WOLTON: Ah, mas a minha resposta é bastante simples. Não é, não foi a internet ou as redes sociais que motivaram os movimentos sociais no Brasil, foi a revolta e o descontentamento popular. Foi o mesmo que aconteceu com a Primavera Árabe. Não foi a internet quem criou a Primavera Árabe na Tunísia, no Marrocos ou no Egito, foi a revolta e o descontentamento popular. E a questão teórica e política é por que, em algum momento, um povo sai ou não sai para a rua, isso é muito complicado de entender: como se dá o gatilho que dispara essa onda toda, este é exatamente o problema. E é o mesmo que acontece com a guerra. Quando a situação está por explodir, usam-se as técnicas modernas de comunicação. Ontem era o rádio, o telefone ou outros meios. No caso dos movimentos do Brasil, o instrumento à mão foi o Facebook. Mas a consciência política é uma questão em si, é claro que ela depende, em parte, das informações que recebemos, mas não apenas. Há ditaduras em que não há revoltas possíveis. De modo que a questão é por que os homens, depois de certo momento, dizem não. E partem para a manifestação. Mas não é a internet que faz a consciência política, isto é um erro de interpretação.

PARÁGRAFO: Foi o mesmo que ocorreu com os atentados de 11 de março de 2004, na Estação Atocha, em Madrid. Os celulares e torpedos foram a tecnologia de comunicação disponível para os cidadãos espanhóis se manifestarem diante das tentativas de manobra do governo...

DOMINIQUE WOLTON: É claro que há semelhanças, no caso da Primavera Árabe, por exemplo, e na maior parte dos acontecimentos políticos nas vias públicas, as pessoas usam o telefone para falar “Onde você está?” etc. Em outras palavras, ele [celular] melhora a comunicação humana, ele é um acelerador da comunicação humana, mas não a substitui.

PARÁGRAFO: O senhor tem uma visão privilegiada. Vê o mundo com muitas lentes, as da França, as da Europa, as da América, as da África. Como percebe a globalização do modelo de comunicação? Existe um modelo?

DOMINIQUE WOLTON: Bem, vou dizer, há um paradoxo da Europa, que é uma loucura, que é realmente o masoquismo europeu – a maior experiência política democrática de coabitação cultural que é o fato de reunir 28 países, 500 milhões de pessoas, 26 línguas, séculos de guerras e ódio, séculos!, e a Europa está inventando, há 60 anos, um modelo empírico, nada

luxuoso, de coabitação cultural, e os europeus não têm qualquer orgulho deste enorme desafio político. É incrível, e isso lembra a frase de Karl Marx, de que fazemos a história, mas a gente não sabe que está fazendo a história. Marx disse isso se referindo ao proletariado, mas nós, europeus, fazemos a história de amanhã, ou seja, a coabitação, e não nos damos conta disso. Somos tão masoquistas que na guerra mundial da informação de que você está falando, não existe hoje nem mesmo um canal europeu de notícias. Há apenas uma pequena cadeia, chamada *Euronews*, que nem sequer é captada em todo o mundo. Ou seja, a maior experiência política do mundo, que é a convivência na União Européia, não tem sequer um canal de notícias. O que é mesmo uma loucura! Pois não temos confiança em nós mesmos, não nos damos conta de nosso poder, apenas vemos que o poder americano é enorme. Então, enquanto o mundo está muito interessado na experiência política da Europa, nós mesmos não nos damos conta da riqueza dessa experiência política. Isso é loucura!...

O JORNALISTA COMO MEDIADOR DA REALIDADE



Outra defesa forte do pensador é referente ao jornalismo, que para ele é a espinha dorsal das democracias de massa. Ele coloca o papel do jornalista no rol da política, intermediário entre o poder e a opinião pública, uma vez que são ele os responsáveis na legitimação da informação e que efetivamente a transforma em

comunicação. E como falou em uma entrevista a Miguel Wiñazki, do jornal argentino *El Clarín*, em 2005: “Os jornalistas devem caminhar como em uma corda bamba e, sem cair, caminhar por ali, a metade do caminho entre a elite e o povo. O seu lema deveria ser nem elitista, nem populista. [...] Creio que o gênio do jornalista se manifesta quando assume que é de classe média. Porque essa é a origem social da maioria dos jornalistas, e a classe média é o esqueleto da democracia”.

PARÁGRAFO: O senhor escreveu que o jornalismo é uma profissão e por isso...

DOMINIQUE WOLTON: [*cortando e sendo enfático na defesa*] É uma Profissão Essencial!

PARÁGRAFO: E, por ser essencial, exige treinamento.

DOMINIQUE WOLTON: Sim. Exatamente, uma primorosa preparação! Abrangente e multidisciplinar.

PARÁGRAFO: Como o senhor vê a decisão do Supremo Tribunal Federal, da Justiça brasileira, de extinguir a obrigatoriedade de obtenção de um diploma, a formação específica, para o exercício do jornalismo?

DOMINIQUE WOLTON: É uma extrema bobagem. É bobagem, é estúpidez, porque quanto mais o mundo se complica, mais os jornalistas devem ter um preparo intelectual maior. Mesmo quando o jornalista é encarregado de noticiar os simples fatos do cotidiano, quanto mais conhecimento e cultura ele tiver, mais capacidade terá de decodificar, de criar narrativas coerentes e compreensíveis. Se dissermos que não precisa de um diploma para ser jornalista, então isso significa que o jornalista se torna escravo da nova tecnologia, será apenas um operador de informações colhidas pelos meios. E não precisamos de operadores, mas de intérpretes do cotidiano.

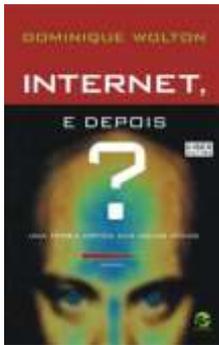
PARÁGRAFO: Alguém que reflita sobre a realidade, não apenas mostre acontecimentos.

DOMINIQUE WOLTON: Ele precisa exercitar o pensamento crítico. Para isso precisa ter elevada bagagem intelectual.

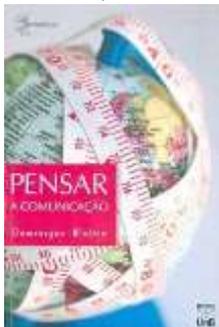
Referências



Elogio do grande público. Uma teoria crítica da televisão. São Paulo. Ática, 1996.



Internet, e depois? Uma teoria critica das novas mídias. Porto Alegre, Sulinas, 2003.



Pensar a comunicação. Brasília. Editora UNB, 2004.



É preciso salvar a comunicação. São Paulo, 2006.



O futuro da francofonia. Porto Alegre, Sulinas, 2009.



Informar não é comunicar. Porto Alegre. Sulinas, 2010