

## Entrevista a Daniel Bounoux \*

# COMUNICAÇÃO E INFORMAÇÃO NA MODERNIDADE

MOISÉS MARTINS, MANUEL PINTO E FELISBELA LOPES \*\*

Professor de Ciências da Comunicação na Universidade Stendhal de Grenoble, Daniel Bounoux assegura, com Régis Debray, a direcção da revista *Cahiers de Médiologie*. Destacamos as seguintes obras: *La communication par la bande. Introduction aux sciences de de l'information et de la communication*, Paris, La Découverte, 1991 [trad. port. *Introdução às ciências da informação e da comunicação*, Petrópolis, Vozes, 1994]; *Sciences de l'information et de la communication – Textes essentiels*, Paris, Larousse, 1993; *La communication contre l'information*, Paris, Hachette, 1995 ; *Introduction aux sciences de la communication*, Paris, La Découverte & Syros, 1998 [trad. port. *Introdução às ciências da comunicação*, Bauru, Ed. da Universidade do Sagrado Coração].

## Informação, audiência e público

*Comunicação e Sociedade – O volume da informação circulante, quer jornalística quer de outra natureza, é cada vez maior e o mesmo se passa com os processos e as tecnologias para aceder a essa informação. Como vê a relação dos cidadãos com a informação?*

– Consumimos as notícias de um modo quase lúdico. As notícias hoje distraem-nos mais do que aquilo que nos informam. Escutar a rádio, ler um jornal ou ver TV é uma espécie de jogo através do qual somos postos ao corrente daquilo que se passa, ao mesmo tempo que nos socializamos. Há aí

---

\* Entrevista feita a 24 de Abril de 2002.

\*\* Universidade do Minho.

um aspecto comunitário forte. Por outro lado, às vezes, pelo consumo de obras de arte, pela leitura de romances, socializamo-nos de forma diferente. Distanciamos-nos da comunidade para nos ligarmos, através da imaginação, a comunidades mais longínquas. O tempo de assimilação e aprendizagem é diferente. É preciso hierarquizar os níveis, o tempo, os registos de mobilização destes diferentes tipos de informação.

*CS – Fazer tudo isso num tempo, o nosso, em que há cada vez mais informação...*

– Sim, há demasiada informação. A informação é um mercado que comanda outros mercados. É uma componente cada vez mais importante da indústria, da economia, dos valores de mercado. A informação tornou-se uma mercadoria que procura a rentabilidade através da multiplicação dos seus produtos e, como todas as mercadorias, prolifera, procurando nichos cada vez mais ramificados para a sua difusão. Daí que haja cada vez mais informação. O tema da sociedade de informação, talvez um pouco vulgar como conceito, corresponde a essa proliferação da informação e a essa evidência de que estamos perante um mundo onde a informação é produzida de forma frenética. A questão-chave da informação não é quantitativa; reside, antes, no facto de cada um tratar a sua própria informação e ter de eliminar muita da informação disponível. Ninguém lê um jornal da primeira à última página. Há imensas notícias que se perdem. É por isso que a pertinência é a questão-chave. A mesma informação pode tornar-me indiferente ou excitado de acordo com o momento em que a recebo.

*CS – No seu discurso sobressai sempre uma atenção particular em relação ao público dos media. Chega mesmo a falar no «mistério da recepção», encarando-o quase como um escudo que nos protege dos abusos que se cometem. Essa confiança na capacidade que as pessoas têm de destrinçar o que é bom do que é mau implica que se desvalorize a regulamentação dos media?*

– No que diz respeito concretamente à televisão é muito difícil regulamentar o que as pessoas vêem e isso tende a acentuar-se com a multiplicação dos canais, o que significa que apenas podemos regulamentar uma pequena parte daquilo a que os telespectadores assistem. No entanto, isso não quer dizer que os códigos não façam falta. Pelo contrário. São essenciais para que a actividade televisiva seja digna. Encontro, porém, na recepção mediática uma modalidade que nos pode proteger com eficácia daquilo que nos é apresentado. Durante muito tempo, acreditámos numa visão mecânica da recepção. Hoje sabemos que a recepção de uma mensagem televisiva é complexa. O sentido daquilo que é criado ao nível da enunciação depende da postura daquele que recebe esse produto. O sentido é sempre imprevisível.

sível. Ninguém assiste à mesma emissão, como ninguém lê o mesmo jornal. Também aqui temos um campo fértil de estudo. Mas é preciso distinguir audiência e público. A primeira é passiva, podemos medi-la. O público são pequenos grupos que se afirmam e que se identificam com certos produtos mediáticos, reconhecendo-se entre eles.

### **«Os media desenham o mapa e confundem-no com o território»**

*CS – Centremo-nos na relação entre os meios de comunicação social e a política. Não há liberdade de expressão sem o livre funcionamento dos meios de comunicação social. No entanto, não estão os media a converter o regime democrático numa espécie de «império assente em patas de galinha», um império que repete o mecanismo da antiguidade clássica, vivendo suspenso da palavra de novos áugures e de novos arúspices. Pensemos na parafernália das sondagens, na vedetização dos profissionais da imprensa e dos colunistas, na profissionalização da opinião e no conseqüente recurso às mesmas pessoas, que falam sempre das mesmas coisas e de acordo com interesses que são sempre os mesmos...*

– Há no coração mesmo do aparelho de informação uma exigência de abertura e existe ao mesmo tempo um evidente fechamento deste aparelho sobre ele próprio. Há círculos viciosos, conivências fatais e uma desenfreada procura de consensos, que pode ser perniciosa para a comunicação. E entre as conivências fatais há a conivência dos técnicos de sondagens, dos homens mediáticos e dos políticos. Há uma ligação entre todos eles, uma vez que os jornais encomendam as sondagens, que fazem os acontecimentos para os jornais, que, por sua vez, fazem os acontecimentos para os políticos. Portanto, estes três actores – empresas de sondagens, políticos e meios de comunicação – funcionam em círculo. Por vezes, essa conivência desenvolve-se longe do país real. Desenha-se um mapa e confunde-se a carta e o território, acreditando que a carta é o território. Nas eleições, ver-se-á depois, as votações vão violentamente desmentir a carta. Não vou insistir nas desventuras das empresas de sondagens e dos *media* na primeira volta das eleições presidenciais em França, mas gostaria de assinalar que eles tiveram alguma responsabilidade no resultado das eleições. Eles desmobilizaram em certa medida os eleitores, quando avançaram com segurança os vencedores do escrutínio.

*CS – Neste jogo a que se entregam os meios de comunicação social, confundindo o país real com as representações que dele fazemos, que papel atribui à televisão?*

– A televisão é um marcador de território, tem um papel importantíssimo na criação da identidade nacional. Dá um coração à comunidade. É uma espécie de espelho. Paralelamente à sua função de informação, há uma função que convém não negligenciar que é a de formação do corpo social.

## TV: a «Big Mother»

CS – *Se a TV dá um corpo à sociedade, pode também usurpar-lhe a alma. Programas como o «Big Brother» – que, em França, ganhou o nome de «Loft Story»- não desviam os media dessa função?*

– Sim. Neste tipo de programa, a vertente relacional prima sobre o conteúdo. Aliás, no «Loft» não há qualquer conteúdo. Deste formato, ninguém espera um conteúdo cultural. Não há aqui propriamente uma obra. Promove-se, antes, uma sociedade sem obras. Sérgio Tisseron escreveu um livro sobre o «Loft» (*L'Intimité Surexposé*, Ed. Ramsay, 2001), onde defende que nesse programa os jovens encontram uma espécie de escola para os seus comportamentos relacionais. É um facto que actualmente temos diante de nós uma televisão de relação, uma televisão que se encarrega das questões identitárias através da componente relacional.

CS – *Não haverá aqui um deslocamento das funções de certas instituições? Actualmente a televisão assume papéis terapêuticos, relacionais...*

– Às funções de educar, informar e divertir, temos de juntar uma nova função: a maternal. Michel Schneider escreveu um livro que intitulou *Big Mother – Psychopathologie de la vie* (Col. Politique Actuelle, 2002) onde fala da função maternal da sociedade contemporânea, defendendo a tese segundo a qual o Estado se torna hoje uma espécie de mãe, sendo, por isso, aconselhável que os governantes, se quiserem ser ouvidos, falem não como um pai, mas sobretudo como uma mãe. Com o «Loft», também a televisão se torna relacional e terapêutica. Estamos ao nível não da transmissão, mas da comunicação, ou seja, ao nível de identificação de uns com os outros.

CS – *Retomando essa imagem que identifica a televisão com uma mãe, somos obrigados a reconhecer que essa relação não deixa de ser interesseira...*

– Certamente. Veja, por exemplo, as chamadas telefónicas que se fazem para escolher os candidatos. Através desse dispositivo, o canal armazena boas receitas. Há muito dinheiro envolvido. Mas para além do lado comercial, não podemos ignorar o fascínio que as pessoas têm por este tipo de programas. Porque será que esta emissão tem impacto? Não podemos

resolver a questão dizendo que a televisão se vulgariza. A condenação da vulgaridade é ainda mais vulgar do que aquilo que ela denuncia. É preciso analisar as razões pelas quais este tipo de emissão tem tanto sucesso.

### **Ciências da Comunicação: uma interdisciplina?**

*CS – Falemos das ciências da comunicação. No seu trabalho, há uma tendência para as conceber como um campo interdisciplinar. Como pensa dotar essas ciências de um conjunto teórico coerente, que possa ser partilhado pelas pessoas que nos vários cantos do mundo trabalham neste campo do saber, se por outro lado insiste no conceito de interdisciplina, um conceito tão abrangente, e por isso mesmo tão dispersivo?*

– A interdisciplina não é uma proposta teórica, é uma constatação, é um estado de facto. Todos os que trabalham nas ciências da comunicação e da informação nascemos em diferentes departamentos, provimos de diferentes disciplinas e temos, por isso, distintos horizontes teóricos. Não sei se existirá uma disciplina científica com docentes e com investigadores de proveniência tão diversa como a nossa. Fazer esta constatação não significa, no entanto, colocarmo-nos ao nível da exigência com que uma interdisciplina nos confronta. A interdisciplina é, de facto, uma exigência, uma cultura da exigência. Vindos de horizontes tão diversos, precisaríamos de saber movimentar-nos entre diferentes saberes. Se juntamos um semiólogo, um historiador e um economista à volta da mesma mesa, em princípio eles vão justapor as suas culturas disciplinares. Daqui se conclui que o conceito de interdisciplina é demasiado difícil de cumprir. De um modo geral, ele funciona mais como uma subtracção do que como uma adição. Estou hoje convencido de que é preferível suprimi-lo do nosso vocabulário, uma vez que se trata de uma promessa que muito dificilmente poderá ser cumprida.

*CS – Uma das suas propostas para ler a actualidade é frequentar os textos antigos para melhor compreender a modernidade. Não haverá, no entanto, coisas na contemporaneidade que mudaram de natureza e ganharam uma nova pertinência? Por exemplo, a tecnologia na era do computador não nos confronta com desafios radicalmente diferentes daqueles que nos foram colocados pela invenção do fogo e da roda?*

– A necessidade de passar pelas velhas problemáticas não significa que nada tenha mudado no campo mediático. A técnica não pára de mudar. Ela anda sempre de avanço em avanço e puxa-nos para diante. Mas se nos deixamos fascinar por este movimento, perdemos a noção dos paradigmas, ou seja, dos quadros mentais através dos quais perspectivamos os aconteci-

mentos. Julgo que os *media* devem ser pensados entre si. Por exemplo, a Internet deve ser pensada a partir das tecnologias mais antigas que, no seu tempo, também foram modernas tecnologias. Muitos argumentos dirigidos hoje contra a perda da memória, contra a Internet, foram já claramente formulados há cento e cinquenta anos contra a fotografia, há cinco séculos contra a imprensa escrita, e há vários milhares de anos contra a escrita. Por exemplo, no *Fedro*, Platão coloca na boca de Tammuz, no diálogo Thot/Tammuz do mito egípcio, argumentos que condenam a memória artificial da escrita ou a telecomunicação da escrita. A escrita é separação, ela separa o enunciado da enunciação. E para Platão, digamos antes, para Tammuz, uma vez que não se sabe com exactidão o que pensa Platão a este respeito, separar o enunciado do acto de enunciação é muito perigoso para a autoridade. Pode dizer-se, sintetizando, que a escrita é uma abertura democrática que atenua a autoridade dos guardiões da verdade, a escrita é uma deriva, uma democratização inoportuna. Pois bem, se tivermos este argumento na cabeça, verificamos com surpresa que ele é reutilizado muitas vezes ao longo da história.

O mesmo se passou com a fotografia. É deveras interessante considerar, num corte mediológico tão documentado como a fotografia, os argumentos que Baudelaire utiliza contra ela. Trata-se, aliás, de argumentos bastante equívocos, uma vez que Baudelaire pensa que as pessoas vão aderir a uma imagem fácil, a uma imagem popular, esquecendo a natureza da arte, esquecendo a paciência e o trabalho da representação. Ora, os mesmos argumentos que outrora foram formulados contra a fotografia, são hoje produzidos contra a reprodução técnica. O discurso de Benjamin e todos os outros discursos formulados contra as novas tecnologias estão já presentes no debate sobre a fotografia. É importante lembrar isto para compreender que os debates de hoje não são novos. Sem o sabermos, repetimos, por vezes, coisas muito antigas.

É neste contexto que a leitura de autores antigos ganha uma particular relevância. Existe, é um facto, uma certa ironia na sua revisitação. O meu desejo é dar aos estudantes o gosto pela sua leitura. Por um lado, é um acto cultural dar-lhes a ler Platão, Rousseau, Baudelaire... Mas por outro lado, esses textos vão permitir-lhes que descubram a lógica que existe na inovação, ou melhor, a lógica provocada pela inovação. No fundo, ocupamo-nos de temas que são recorrentes: presença/representação; separação; enunciado/enunciação; imediaticidade/mediação. Esta ideia de que os *media* se pensam entre si e também a ideia de que é possível fazer a história das querelas sobre as novas tecnologias têm todo o interesse porque permitem evidenciar uma certa permanência de temas, esquemas e quadros mentais.

*CS – E que lhe parece da convocação do conceito de «alienação» para caracterizar a conjunção da técnica e da estética na era mediática? Sabemos*

*que a «alienação» é um velho conceito de sabor marxista. Mas mais próximo de nós, Guy Debord fala de uma congelação dissimulada do mundo, de uma «glaciação da vida individual», vida essa que nos é dada em termos invertidos pelo espetáculo mediático que é hoje a cultura moderna. Pode falar-se ainda, neste caso, da permanência de um esquema, ou pelo contrário a «alienação» não passa hoje de um conceito inútil, e mesmo prejudicial?*

– A «alienação» é um conceito que está presente, em filigrana, no texto de Platão, quando aí é dito que, através da escrita, a memória vai ser colocada fora do homem, e sendo colocada fora já não nos fala da vida, mas da morte. Ora bem, vamos encontrar este mesmo esquema quando falamos da imprensa e da Internet. Ouvimos dizer então que nos vamos tornar esquecidos e frívolos.

A «alienação» é uma palavra problemática, uma vez que pressupõe que fomos completos um dia, antes de uma ou outra prótese técnica, e que o advento dessa prótese nos retira qualquer coisa. Dir-se-ia que o homem se esvazia nesses instrumentos, nessas próteses.

Mas a verdade é que podemos defender a tese inversa, a tese de que a humanização é uma tecnogênese. Podemos defender que o homem se forma através do desenvolvimento dessas próteses, pela memória artificial que são os textos escritos, e também pelas próteses que não apenas ajudam a memória, mas que sendo uma espécie de próteses mentais ajudam também a decisão, o juízo e o raciocínio. Não penso que se trate aí de alienações. O termo de «alienação» é incómodo, uma vez que considera a existência no homem de uma espécie de essência inata, natural, ou então criada por Deus, é incómodo porque propõe uma visão a-histórica do homem, pressupondo uma espécie de boa forma humana.

Na minha óptica, as ciências da comunicação propõem a tese de uma sensibilidade à antropogênese como tecnogênese. Trata-se de uma proposta muito forte, centrada na ideia de que não há nada mais humano do que a técnica. É verdade que existem técnicas que podem ser alienantes. Falar de *técnica*, sem mais, é indubitavelmente um contra-senso. Há tais ou tais instrumentos e tais ou tais gerações de instrumentos, com todos os seus efeitos de engendramento, ramificação e conexão, quase ideológicos, como é demonstrável pela história da técnica, mas é preciso estar atento à história da técnica, de modo a não concluir em bloco que ela é alienante. Penso até que não é possível assegurar quais são as boas e as más técnicas. Habitualmente encaramos como naturezas as tecnologias que têm uma grande aceitação e que assimilamos e confundimos com tecnologias humanas. Pensamos, por exemplo, que a escrita faz parte da nossa natureza, quando o que acontece é que se trata de um adestramento e de uma domesticação de que perdemos a memória. Da mesma maneira, muitos raciocínios lógicos e muitas maneiras de classificar, pensar e memorizar são muitas vezes

coisas que aprendemos, que interiorizamos e que, em consequência, nos parecem naturais. Mas, na realidade, trata-se apenas de um adestramento e de uma domesticação técnica, que muito devem, precisamente, à existência de máquinas.

É muito difícil separar em nós aquilo que é puramente técnico daquilo que é biológico. E um efeito das evoluções do homem é a crescente dificuldade em separar a vida, que é do domínio do biológico, e a técnica. Acho até que, com o passar do tempo, essa dificuldade tende a acentuar-se. Com a incrustação de tecnologia electrónica na nossa própria carne, saberemos cada vez menos dizer onde está o homem e onde está a máquina.

É verdade que podemos encarar esta circunstância como uma situação de extremo perigo. Acontece, no entanto, que esta situação também de modo nenhum é nova. Perde-se mesmo na história a memória dela. Não simpatizo, pois, com a palavra «alienação», que é extremamente conotada. A «alienação» não apenas julga a realidade, como também a dramatiza. A ideia de alienação introduz um debate moral; nas ciências da comunicação o debate é mais empírico.

*CS – Nota-se também que trabalha muito com textos literários. Sendo a sua formação uma formação humanista, frequenta muito os romancistas e os poetas. Em que medida é que o trabalho de ficção e de imaginação, ou seja, o trabalho literário, o ajudou a problematizar e a compreender os fenómenos comunicativos?*

– Penso que não é benéfico separar a cultura científica da cultura literária. São duas culturas que ganham muito com o facto de as suas fronteiras serem, não digo dissolvidas, mas metodicamente olhadas com reserva. É útil que se possa passar de uma cultura à outra, uma vez que existem efeitos de imaginário poderosíssimos do lado da ciência e da técnica, do mesmo modo que existem efeitos de conhecimento do lado das letras e das artes. A literatura é também um instrumento formidável de conhecimento. Por exemplo, os romances. Vemos que os romances não nos falam de relações técnicas, nem de relações científicas, mas de relações pragmáticas, de relações entre sujeitos, de relações humanas. Falam-nos daquilo que é o amor, a piedade, a cólera, a cobiça, o ciúme ... Temos imensas coisas para aprender a este nível com os romances. Há nos grandes romances, efeitos de conhecimento pragmático, de conhecimento moral, de conhecimento social.

Nos meus textos fundamentais para a comunicação não temo em introduzir certos textos literários, de Borges por exemplo. Entendo que há neles uma força, uma clarividência, uma beleza ao serviço da realidade que são surpreendentes. Não há a recear que pelo facto de serem belos sejam menos verdadeiros. Neste caso, verdade e realidade andam juntas. Os grandes textos literários são pregnantes de realismo, ou seja, há neles efeitos de um

conhecimento superior, que não desmerece no confronto com o conhecimento científico.

Não vejo qualquer razão para deixar de lado esse grande tesouro que é o romance. Tomemos o exemplo de René Girard. Podemos discutir as suas obras, mas o que é um facto é que Girard trabalhou na sua antropologia fundamental coisas bastantes fortes. Partiu de um *corpus* que é literário. A sua primeira grande obra, talvez mesmo a sua obra principal, chama-se *Mensonge Romantique et Vérité Romanesque*. Partiu de Cervantes, de Stendhal, de Flaubert, de Proust, e deu-se conta de que essas pessoas lhe traziam um conhecimento que ele não encontrava em mais lado nenhum.

Tal como Girard, penso que é de grande utilidade passar pelos romancistas, não por diversão, mas para tomar a sério a efabulação romanesca. E posso dizer a mesma coisa relativamente aos filmes, e evidentemente à arte em geral, à pintura, às artes plásticas, etc. A meu ver, eles constituem insubstituíveis e poderosos instrumentos de conhecimento. E nós estamos bem colocados nas ciências da comunicação para nos servirmos deles. Somos hoje confrontados com a cultura de massas e os *media* transmitem esta cultura. Ora, não podemos deixar de reconhecer que esta cultura de massas é portadora de significativos efeitos de conhecimento. Surgem, por vezes, coisas preciosíssimas num filme banal, numa série de televisão. Penso que não nos é lícito presumir do que é nobre e ignóbil, banal e erudito, sofisticado e idiota. Essas coisas andam misturadas muitas vezes. E o nosso trabalho de pedagogos e de investigadores é também o de procurar a verdade nestas obras que normalmente são desconsideradas.

## A luz e as trevas

CS – *Nos estudos de mediologia, parece existir um conceito de media demasiadamente amplo...*

– Se questionassem o fundador da mediologia, Régis Debray, ele dir-vos-ia que não existe a palavra «*media*». Obviamente que haveria aqui um exagero, mas ele entende o vocábulo «*media*» no sentido de mediação, mais do que na acepção daquilo que concebemos por meios de comunicação clássicos. Ele interessa-se mais pela transmissão do que pela comunicação. Há dois eixos importantes, que é necessário distinguir: a transmissão, que é a difusão da mensagem no tempo (a Escola, a Igreja e o Estado são transmissão), e a comunicação, que é a difusão de uma mensagem no espaço. Hoje, a nossa época favorece a comunicação.

CS – *Vivemos num quadro civilizacional que hipervaloriza a luz, a exposição, aquilo que é dado a ver e, sumamente, o espectáculo. As zonas da*

*sombra e da noite não são muito valorizadas. E, no entanto, poder-se-ia pôr como hipótese que sem noite (como sem distanciamento, sem silêncio) não se pode ver a luz e aquilo que ela permite dar a ver. Por outro lado, há todo o vasto campo da realidade sobre o qual os media não projectam os seus holofotes...*

– A luz pode ser artificial. A luz é uma iluminação que nós fabricamos cuja história continua por traçar. Nos séculos XVII ou XVIII, as cidades eram mais sombrias do que hoje. A luz constitui um progresso. Já não suportamos zonas mal iluminadas. Mas é interessante interrogarmo-nos acerca daquilo que não iluminamos. Nomeadamente nos órgãos de informação. Há zonas do mundo que permanecem cegas: a África e parte do mundo asiático. Há um elogio da sombra que é preciso fazer, como já fizemos um elogio da luz. Temos necessidade de ambas. É preciso lembrarmo-nos que toda a projecção de luz envolve uma outra parte obscura. Estamos aqui perante um assunto de grande pertinência do ponto de vista da mediologia. Outra coisa é sublinhar a artificialidade da luz e o facto de a luz ser formatada. Tudo se desenrola entre a partilha da luz e da sombra. Há coisas que exigem iluminação e outras escuridão.