

# Para uma crítica da cultura e da comunicação: uma abordagem à perspectiva da *comunicação-mundo* de Armand Mattelart<sup>1</sup>

*For a critique of culture and communication: an approach to the world-communication perspective of Armand Mattelart*

MARIANO ZAROWSKY<sup>a</sup>

Universidad de Buenos Aires, Faculdade de Ciências Sociais. Buenos Aires, Argentina

## RESUMO

A noção de *comunicação-mundo* condensa o projeto intelectual que Armand Mattelart forjou na França em fins dos anos 1980 e desenvolveu na década seguinte. Esse projeto é apresentado e desenvolvido em sua trilogia: *La Communication-Monde* (1992), *L'Invention de la Communication* (1994) e *Histoire de l'Utopie Planétaire* (1999). Desde meados dos anos 1980, difundiu-se na França um discurso que dava à comunicação um valor explicativo do social. Situar a posição teórica de Mattelart nesse contexto nos permitirá perceber as condições de surgimento de sua reflexão, assim como a singularidade e produtividade dessa perspectiva para compreender a organização social contemporânea, por meio da crítica da cultura e da comunicação.

**Palavras-chave:** Armand Mattelart, história intelectual, teoria crítica

## ABSTRACT

The notion of *communication-world* synthesizes the intellectual project that Armand Mattelart forged in France in the late eighties of the twentieth century and developed in the nineties. This project is presented and displayed in his trilogy: *La Communication-Monde* (1992), *L'Invention de la Communication* (1994), and *Histoire de l'Utopie Planétaire* (1999). Since the mid-eighties, a discourse was spread in France that made communication an explanatory value of social matters. Situating Mattelart's theoretical position in this context allows to account for the emergency conditions of his reflection, but also of the uniqueness and productivity of this perspective to understand contemporary social organization through criticism of culture and communication.

**Keywords:** Armand Mattelart, intellectual history, critical theory

<sup>1</sup>Uma primeira versão deste artigo foi publicada em espanhol como capítulo de livro (Zarowsky, 2013). O trabalho, revisado, atualizado e especialmente adaptado para este dossiê, é aqui publicado pela primeira vez em inglês e português. Sobre a trajetória de Armand Mattelart, a gênese de sua reflexão sobre a comunicação e a cultura no Chile (1962-1973) e seu vínculo político e intelectual com a América Latina, permito-me fazer referência à obra citada e a Zarowsky (2012).

<sup>2</sup>Pesquisador adjunto do Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas e professor da Faculdade de Ciências Sociais da Universidad de Buenos Aires. Orcid: <https://orcid.org/0000-0003-4505-577X>. E-mail: [zarowskymariano@gmail.com](mailto:zarowskymariano@gmail.com)

**INTRODUÇÃO**

A NOÇÃO DE *COMUNICAÇÃO-MUNDO* condensa o projeto intelectual que Armand Mattelart começou a forjar na França desde o final da década de oitenta do século XX e desenvolveu com criatividade e tenacidade nos anos seguintes. Embora seja possível ler *Penser les Media* (Mattelart & Mattelart, 1986/1987) como um momento de transição em relação a suas preocupações e posições teóricas anteriores, é em sua “trilogia” da comunicação-mundo que esse projeto é exposto e ganha corpo: *La Communication-Monde* (Mattelart, 1992/2003); *L’invention de la Communication* (Mattelart, 1994/1995) e *Histoire de L’utopie Planétaire* (Mattelart, 1999/2000). Desde meados dos anos de 1980, espalhava-se na França um discurso que fazia da comunicação um valor explicativo do social e também uma solução para todos os males. Situar a posição teórica de Mattelart nesse contexto nos permitirá perceber as condições a partir das quais sua reflexão emerge, assim como a singularidade e a produtividade de sua perspectiva para compreender a organização social contemporânea por meio da crítica da cultura e da comunicação.

**A CRÍTICA DA COMUNICAÇÃO: ENTRE A EPISTEMOLOGIA E A CRÍTICA IDEOLÓGICA**

A solução para a crise que a ascensão do movimento de maio de 1968 significou na França e o esgotamento do modo de acumulação e distribuição surgido no pós-guerra encontraram nos discursos sobre a inovação tecnológica e a promessa de transparência comunicativa uma retórica que, a partir de um antigo imaginário relacionado ao progresso e à modernização, buscou nortear a reestruturação econômica, política e cultural em andamento, bem como mitigar os conflitos por ela produzidos. Já em *De L’usage des Médias en Temps de Crise*, Armand e Michèle Mattelart (1979/2003) chamavam atenção para o surgimento de uma filosofia que fazia da comunicação o seu cerne ideológico, assumindo “o papel que a filosofia do progresso desempenhou no século XIX” (p. 18). Segundo os autores, o satélite, a televisão a cabo e os computadores “introduzem a aldeia global, a democracia eletrônica, o retorno do fórum grego” (p. 18). A extensão dos suportes tecnológicos de comunicação passou a ser “a régua com que se mede o grau de evolução, civilização e harmonia de uma sociedade” (p. 18).

Em um tom similar, em *Les Industries de L’imaginaire*, Patrice Flichy (1980/1982) recolheu, no início dos anos 1980, uma série de discursos de empresários, políticos e intelectuais que modulavam o que chamou de “ideologia da comunicação audiovisual”. Corresponhia a um projeto político que buscava resolver, utilizando os meios audiovisuais, as contradições que surgiam no

seio da sociedade francesa – Flichy citou a arenga de um de seus promotores, lançada durante uma reunião de personalidades: “poderiam ser os anti-Maio de 68!” (p. 12).

Em meados da década, ficou evidente o fracasso do governo socialista de François Mitterrand e sua tentativa de promover um contrapeso nacional à reestruturação capitalista global articulada com uma perspectiva de maior distribuição do poder político e econômico em benefício das classes populares; esse resultado produziu uma profunda decepção no mundo da cultura e dos intelectuais da esquerda francesa. Em termos da comunicação, a quebra de expectativas quanto à democratização dos sistemas de mídia acelerou a crise do sistema de serviço público audiovisual. A demanda de privatização e liberalização das redes, a mercantilização de setores que até então estavam alheios à lei do valor e o surgimento de esferas de valorização do capital em torno das novas tecnologias e meios de comunicação confluíram para um discurso que fez da inovação tecnológica e da “obrigação de comunicar” uma fonte de legitimação e de construção de consensos.

Não surpreende, assim, que no final da década, Bernard Miège (1989) desse o título de *La Société Conquise par la Communication* a um livro de sua autoria. Desde meados da década anterior, a comunicação tinha experimentado um crescimento irresistível, a ponto de ser reconhecida como uma aposta social determinante que conduzia cada vez mais ao desenvolvimento de políticas e estratégias específicas. Lucien Sfez (1988/1995) expressava-se no mesmo sentido em sua *Critique de la Communication*: nunca se falou tanto em comunicação como em uma sociedade que não sabia se comunicar consigo mesma, cuja coesão era questionada, cujos valores se desintegravam e cujos símbolos, usados em demasia, não conseguiam produzir unificação. Com uma preocupação semelhante, Philippe Breton e Serge Proulx (1989) publicaram um trabalho sugestivamente intitulado *L'explosion de la Communication*. Computadores, satélites, Minitel... Se ao longo da história sempre existiram técnicas de comunicação, nem sempre houve um discurso que fez da comunicação um valor central da sociedade. Com a “explosão da comunicação”, os autores referiram-se ao nascimento de uma *nova ideologia* que se propunham a datar em seu surgimento, delimitar o seu conteúdo e explicar o seu desenvolvimento. Pouco depois, o próprio Breton (1992/2000) publicou *L'utopie de la Communication*: a comunicação, como ideologia, implicava a tentação de um esquema explicativo totalizante.

Os trabalhos aos quais nos referimos situam-se em um espaço comum, entre a epistemologia da comunicação e a crítica ideológica da sua função nas sociedades contemporâneas. *Penser les Médias*, publicado em 1986 por Armand Mattelart e Michèle Mattelart (1986/1987), foi o pioneiro na França

na necessidade de desenvolver uma epistemologia do conhecimento sobre a comunicação e os meios. A proliferação de discursos sobre as novas técnicas – “a explosão tecnológica que se apossou da França na década de oitenta deu ao tema da comunicação um valor consensual extraordinário” (p. 31) – contrastava com as “dispersões, as incertezas, as flutuações que envolvem, mais do que nunca, o estatuto teórico do campo dos conhecimentos e das práticas agrupados sob a noção de comunicação” (p. 31). Essa proliferação complicava o trabalho de reflexão sobre os novos objetos técnicos, tornando mais árdua a tarefa de estabelecer o estatuto da teoria. O problema não era pequeno, uma vez que se estava diante de uma “ideologia da comunicação”, ou seja, um “novo igualitarismo por meio da comunicação” que cumpria funções de legitimação (p. 82). Para Armand e Michèle Mattelart, era sintomático que boa parte dos saberes sobre a comunicação tendesse a defini-la a partir de suas aplicações e usos, em vez de realizar a operação teórica que permitiria o distanciamento dos objetos técnicos (p. 28). Os autores, ao contrário, destacaram a importância da reflexão epistemológica, a necessidade de distanciamento teórico para compreender “em que medida a remodelação dos sistemas de comunicação afeta nossas sociedades, assim como a forma de refletir sobre elas (concebendo-os)” (p. 22)<sup>2</sup>. O empirismo, é sabido, confunde a *coisa* com seu *conceito*. Em grande medida, o seguinte parágrafo sintetiza o programa apresentado em *Penser les Médias*:

A despeito do que se poderia acreditar, devido ao seu brilhante surgimento nas representações coletivas desde o final dos anos setenta, falar disso [a comunicação] não responde a uma moda, a uma conjuntura, mas, realmente, a um *fato de estrutura* [ênfase adicionada]. A comunicação ocupa, doravante, um lugar central nas estratégias que têm como objeto a reestruturação de nossas sociedades. Por meio das tecnologias eletrônicas, é uma das peças centrais para a reconfiguração dos grandes países industrializados. Acompanha o novo desdobramento de poderes (e dos contrapoderes) no espaço doméstico, na escola, na fábrica, no escritório, no hospital, no bairro, na região, na nação... E mais além, tornou-se um elemento-chave na internacionalização das economias e culturas. E, portanto, em um desafio às relações entre os povos, entre as nações e entre os blocos. (Mattelart & Mattelart, 1986/1987, p. 28)

<sup>2</sup> Para apoiar seu projeto, destacaram uma série de fatores que funcionaram como obstáculos à produção de uma teoria crítica sobre a comunicação na França. Em síntese: uma concepção de cultura como uma cultura de elite; o esquecimento da economia e da história; o “hexagonalismo” do pensamento francês; a falta de legitimidade de um dispositivo universitário especializado, entre outros. Também alertaram para as ambiguidades do que chamaram de “tentação metafórica”, ou seja, a adoção nas ciências sociais – mas também no discurso corrente – de um arsenal teórico-conceitual emprestado das ciências da vida e da cibernética, disciplinas que fizeram da comunicação um esquema explicativo geral (Mattelart & Mattelart, 1986/1987).

Lemos aqui a expressão de um programa de pesquisa: a comunicação consolidava-se em meados dos anos de 1980 como um prisma privilegiado para compreender a reestruturação em andamento da sociedade e as representações que a acompanharam. A noção de comunicação-mundo, como argumentaremos a seguir, funcionaria como pedra de toque para uma epistemologia que questionaria o modo como a produção de conhecimentos especializados e representações sobre a comunicação entrelaçavam-se com a gestão dos sistemas técnicos, a internacionalização da economia e a produção de consensos em escala supranacional.

### UM PROJETO GENEALÓGICO: ECONOMIA E SISTEMA-MUNDO

Armand Mattelart forjou sua perspectiva genealógica ao longo dos anos oitenta do século XX, na encruzilhada de experiências de vida e reflexões teóricas. Nesse sentido, é eloquente um relatório que preparou em 1981 para o Centro de Estudo sobre as Sociedades Transnacionais, das Nações Unidas. O Centro encomendara dois relatórios complementares: um sobre o *impacto sociocultural negativo* de empresas transnacionais nos países em desenvolvimento, para Mattelart, e outro sobre o *impacto positivo*, a cargo de outro pesquisador<sup>3</sup>. O objetivo era produzir ferramentas conceituais para a elaboração de políticas culturais que atenuassem o *impacto negativo* das empresas transnacionais, ou promovessem seus *aspectos positivos*. Não muito confortável com a perspectiva subjacente ao pedido, Mattelart questionou suas próprias premissas: seria possível fazer um inventário em duas colunas, de um lado, os *efeitos negativos*, de outro, os *efeitos positivos* das empresas transnacionais? Em seu relatório é possível ler uma interrogação sobre os pressupostos conceituais que sustentaram a demanda da investigação: uma noção de *cultura* entendida como instância isolada de suas funções políticas e econômicas; uma noção de *impacto* que abstraía e separava o *efeito* das *causas* que o explicavam. Mattelart propunha, então, redirecionar a pesquisa “para o campo muito mais amplo de uma interrogação sobre o modelo global de desenvolvimento, com sua noção de progresso, de modernidade, de cultura, de homem e de realização deste homem” (Mattelart, 1982, p. 31). Apoiado no terreno onde foram elaboradas as noções que fundamentavam as estratégias de planejamento e gestão, concluía: “os conceitos representam um campo de luta entre os grupos e as classes, entre projetos para o desenvolvimento da sociedade” (p. 39). O olhar genealógico que ele modulava incorporava

<sup>3</sup> Mattelart inseriu um trecho do relatório em um dossiê da revista *Amérique Latine*, versão que citamos aqui (Mattelart, 1982). Como o Centro de Estudos sobre as Sociedades Transnacionais das Nações Unidas não publicou o trabalho, Mattelart editou-o como *Transnationals and Third World: The Struggle for Culture* (Mattelart, 1983).

assim uma interrogação sobre a emergência e a função dos próprios saberes e representações sobre a comunicação. “Levaria um dia” – escreveu pouco tempo depois – “não só para refletir mais sobre a gênese dos sistemas de comunicação, mas também sobre a história da fabricação dos conceitos que os converteram em campo privilegiado de pesquisa” (Mattelart et al., 1984, p. 43).

Mattelart vai delineando, no início dos anos de 1980, sua *perspectiva genealógica*, ou seja, um modo particular de introduzir a história no estudo da comunicação e da cultura. No chamado *Relatório Mattelart-Stourdzé* (Mattelart & Stourdzé, 1982/1984), escrito a pedido do governo francês, que explorava, então, a possibilidade de desenhar políticas para a democratização das tecnologias e comunicações (Zarowsky, 2013), os autores chamariam a atenção para a ausência de abordagens históricas nos estudos da comunicação: era um campo onde a história social costumava ser um elemento pouco destacado pelos enfoques, tanto obscurecido pelos efeitos que as inovações tecnológicas produziriam, quanto pelas abordagens preocupadas em desmontar o suposto poder do texto midiático. Em uma passagem de seu trabalho, Armand Mattelart e Yves Stourdzé (1982/1984) retomavam o relatório que Mattelart havia escrito com Jean-Marie Piemme para a Serviço Audiovisual do Ministério da Comunidade Francesa da Bélgica. Nele, Mattelart e Piemme argumentaram que, para se entender a particularidade de um sistema de mídia, em primeiro lugar, os pressupostos de uma história elaborada como *história de eventos* devem ser questionados: a *vida* de um meio era pensada de uma maneira evolucionária, desde o seu *nascimento* à sua *expansão*, como se fosse regida por uma espécie de lógica interna. O não dito, o impensado nesse tipo de história, era a articulação do meio noticioso com o conjunto de contradições e estruturas em que estava inscrito, como escrevem Mattelart e Piemme:

[O] elo orgânico que liga um meio à sua era histórico-geográfica de funcionamento, a relação dos meios informativos entre si (no interior do país e internacionalmente) e a determinação econômico-política que, num dado momento, marca com seu carimbo a função social (ou também as funções sociais) das tecnologias de comunicação. (Mattelart & Stourdzé, 1982/1984, pp. 103-104)

Como então vincular a história dos sistemas de comunicação com a de suas *teorias e conceitos*? Como pensar a relação entre conhecimentos especializados, representações sociais e o *movimento do real*? A pergunta que Mattelart formulou não deve ser lida como um apelo a fazer, por um lado, uma história social dos meios de comunicação e dos sistemas de comunicação e, por outro, uma história dos seus conceitos, representações ou teorias (os encarregados de

tornar inteligível aquilo que já teria ocorrido em outro lugar). Ao contrário, a abordagem genealógica forjada aspirava a abranger o caráter articulado desses elementos: somente “a inscrição na história da fabricação dos conceitos permite compreender, ao mesmo tempo, não só as *continuidades* [ênfase adicionada], mas também *rupturas* [ênfase adicionada], que deram vida a novas gestões e a novos instrumentos, que se *articulam* [ênfase adicionada] com os movimentos do real” (Mattelart et al., 1984, p. 43). A ideia de *articulação* supunha um nexo entre os *movimentos do real* e a *fabricação de conceitos* que questionava a ideia de exterioridade, hierarquia e determinação (de um para o outro) entre esses elementos. Pretendia-se compreender o próprio caráter constitutivo e produtivo dos conceitos e das representações – daí a referência às *rupturas a que dão vida* – na produção daquele movimento do real com o qual configuram uma unidade. Nessa linha, logo depois, Armand Mattelart e Michèle Mattelart (1986/1987) escreveram em *Pensar sobre los Medios*: “esses movimentos do real se articulam com movimentos que operam no campo científico, que, por sua vez, são parte integrante desse real” (p. 92).

Essa perspectiva genealógica encontra-se amadurecida em *La Comunicación-Mundo* (Mattelart, 1992/2003) e em *La Invención de la Comunicación* (Mattelart, 1994/1995). Neles, Mattelart apresentou sua pesquisa sobre “a história da comunicação internacional e de suas representações” como “a história dos laços que se estabeleceram entre a *guerra*, o *progresso* e a *cultura*, a trajetória de seus sucessivos reajustes, de seus fluxos e refluxos (Mattelart, 1992/2003, p. 18). Trata-se de “enraizar a reflexão sobre a comunicação na história dos modos de regulação social que acompanham as mutações do poder” (Mattelart, 1994/1995, p. 16).

A noção de comunicação-mundo, que organizava os dois trabalhos, retomava e dialogava abertamente com os conceitos de *economia-mundo* e *sistema-mundo* elaborados pelo historiador francês Fernand Braudel e pelo sociólogo norte-americano Immanuel Wallerstein. Ambos fazem referência à conformação de um espaço hierárquico de interdependência mundial na emergência do capitalismo, que supõe a assimetria como condição de sua existência e desdobramento<sup>4</sup>. Em

<sup>4</sup> Segundo Braudel (1979/1984), a economia-mundo não se confunde com a economia mundial, isto é, o conjunto das atividades econômicas do planeta. Em vez disso, supõe a existência de um espaço do globo economicamente autônomo, essencialmente capaz de ser autossuficiente, e no qual seus vínculos e trocas internas lhe conferem certa unidade orgânica. Esse espaço é atravessado por linhas de hierarquização, de modo que o espaço é dividido em um centro; regiões secundárias bastante desenvolvidas, mas relacionadas às metrópoles, e margens externas subordinadas. O próprio Braudel (1985/1994) sintetiza e destaca sua coincidência com Immanuel Wallerstein (que também havia demonstrado a necessidade recíproca dos diferentes espaços hierárquicos para sua conformação): “o capitalismo é uma criação da desigualdade do mundo; precisa, para se desenvolver, da cumplicidade da economia internacional. Ele é filho da organização autoritária de um espaço evidentemente excessivo” (p. 100). Não podemos nos deter aqui para apontar as diferenças teóricas entre os autores. No mínimo: se para Braudel houve várias economias-mundo ao longo da história, para Wallerstein não houve outro sistema mundial senão o capitalista, a partir do século XVI. Cf. Wallerstein (1983/2006a; 1991/1998; 2004/2006b).

relação aos nossos objetivos, destacaremos alguns elementos dessa perspectiva que podem ser úteis para a leitura da noção de comunicação-mundo de Mattelart.

Em primeiro lugar, Wallerstein e Braudel (e isso será explorado com lucidez pelo pesquisador belga) destacaram o papel das técnicas e das comunicações na formação e desenvolvimento dos processos de internacionalização<sup>5</sup>. Em segundo lugar, Wallerstein (1991/1998) aponta a necessidade de inscrever a análise da sociedade contemporânea na dinâmica da economia-mundo capitalista. Isso implica na delimitação do sistema-mundo como *unidade de análise* adequada para a compreensão dos fenômenos do capitalismo como sistema mundial, e um deslocamento fundamental no que diz respeito aos enfoques centrados no estado-nação. Em terceiro lugar, a preocupação com o *tempo de longa duração* – nos termos de Braudel – opunha-se à abordagem da história centrada no curto prazo e nos relatos sobre a novidade, predominantes na história da tecnologia dos meios de comunicação. Finalmente, a necessidade de revisar as divisões que organizaram as disciplinas científicas a partir do século XIX em objetos definidos segundo uma tripartição – economia, política, cultura – que respondia, conforme Wallerstein (1983/2006a), aos pressupostos de uma ideologia liberal. Pelo contrário, trata-se de apresentar “uma realidade global integrada, abordando sucessivamente a sua expressão nos campos económico, político e ideológico-cultural” (pp. 7-8). A dificuldade, sabe-se, consiste em especificar seu caráter, ao invés de afirmar a existência da relação<sup>6</sup>. No que nos diz respeito: como entender o papel das comunicações? E o papel dos conceitos e representações em torno dela? E em outra ordem: como se dão as interações entre o singular e o universal, entre o local, o nacional e o mundial?

A partir dessas indagações sobre a genealogia do mundo-espaco, a fase contemporânea de integração do capitalismo e o papel das comunicações, é elaborada a noção de comunicação-mundo de Armand Mattelart. A primeira vez que propôs a noção foi com Michèle Mattelart no prólogo da edição espanhola de *Pensar Sobre los Medios* (Mattelart & Mattelart, 1986/1987). Eles a introduziram como um sintagma complementar ao de economia-mundo (de Braudel), para se referir ao contexto de produção de sua obra, ou seja, à profunda reorganização política, econômica e cultural ocorrida em meados

---

<sup>5</sup> Peter Burke (1990/1993) assinala que uma das contribuições inovadoras de Braudel para a historiografia contemporânea foi destacar, no centro de sua investigação, a questão do espaço, o papel da comunicação e das técnicas no desenvolvimento da economia-mundo. O tema, entretanto, é amplamente desenvolvido na obra de Karl Marx. Cf. de la Haye (1979).

<sup>6</sup> Uma ideia semelhante sobre as *proximidades* e invasões mútuas entre *conjuntos* (econômicos, políticos, culturais e sociais hierárquicos) é encontrada em Braudel (1985/1994, p. 100).

dos anos 1980, tendo a comunicação como um de seus vetores<sup>7</sup>. Pouco tempo depois, em *La Internacional Publicitaria*, Mattelart (1989) propôs novamente o termo em relação ao alcance planetário que o sistema de publicidade e marketing havia atingido e, com isso, o processo de “norte-americanização” que havia sido “metabolizado”, “fundido” com a “modernidade-mundo” (p. 59)<sup>8</sup>. Os Estados Unidos continuavam a ser decisivos na nova arquitetura mundial das redes telemáticas, mesmo partindo do pressuposto de que as demais realidades nacionais e regionais empreendiam – escreveu ele – “sua própria via de acesso à *comunicação-mundo* [ênfase adicionada] com o peso histórico de suas respectivas instituições” (p. 59).

É finalmente em *La Comunicación-Mundo: Historia de las Ideas y de las Estrategias* (Mattelart, 1992/2003), que se pode encontrar um desenvolvimento próprio e singular da noção. Nessa obra, Mattelart destacará os vínculos que o desenvolvimento das redes de comunicação, as representações e as noções científicas em torno delas tiveram com a internacionalização das trocas, a divisão internacional do trabalho e a formação de um espaço mundial hierarquizado. A ideia de comunicação-mundo, que aqui começa a ganhar estatuto próprio, recupera, por um lado, alguns tópicos presentes nas perspectivas de Braudel e Wallerstein. A saber: o entendimento do sistema-mundo capitalista como *prisma e dimensão* inescapáveis de análise do social; a relevância atribuída ao papel da comunicação – entendida, numa dimensão geral, como um modo de troca de circulação de bens, mensagens e pessoas – na constituição do sistema-mundo capitalista; o tempo de longa duração como marco de análise. A noção de comunicação-mundo avança, por sua vez, nas múltiplas conexões que existem na configuração do sistema-mundo entre: a emergência de *projetos técnicos e redes* de comunicação, a configuração de um corpo de *representações sociais* sobre a comunicação, a fabricação de *conceitos* que a têm como objeto. A reconstrução desta articulação múltipla constitui uma das formas de tornar inteligível o processo de construção do sistema-mundo, ao mesmo tempo como condição incontornável para uma epistemologia do conhecimento

<sup>7</sup> Escreveram: “As realidades da ‘comunicação’ evoluíram consideravelmente, como demonstram os processos de privatização e desregulamentação das instituições audiovisuais e das redes de telecomunicações, a construção de um sistema de ‘*comunicação-mundo*’ [ênfase adicionada] no contexto de uma ‘economia-mundo’, no sentido braudeliano do termo, e a mercantilização de setores (cultura, educação, saúde, religião etc.) que, até então, tinham permanecido fora do circuito comercial e que pouco foram afetados pela lei do valor. As novas tecnologias de comunicação não estão apenas no centro de um desafio industrial; estão no próprio cerne das estratégias de reorganização social das relações entre o Estado e o cidadão, os poderes locais e centrais, os produtores e os consumidores, os patrões e os trabalhadores, os professores e os alunos, os especialistas e os realizadores” (Mattelart & Mattelart, 1986/1987, p. 21).

<sup>8</sup> Retomava a expressão de Jean Chesneaux (1989).

comunicacional. Nessa dualidade reside a relevância, riqueza e complexidade da reflexão de Armand Mattelart<sup>9</sup>.

Assim, a perspectiva da comunicação-mundo pode ser pensada numa relação de continuidade, mas também de revisão, com respeito a algumas das premissas das teorias da internacionalização (e especialmente da noção de *imperialismo cultural* associada a elas) que o próprio Mattelart trabalhava desde os anos 1970. Sistematizando essa revisão e analisando as vicissitudes do conceito de imperialismo cultural e os aportes e limites da *teoria da dependência* como uma contribuição latino-americana para a teoria social, Armand Mattelart e Michèle Mattelart (1986/1987) revisaram, em *Pensar Sobre los Medios*, alguns das críticas a essas teorias, tanto por seu economicismo, quanto por sua tendência a minimizar o papel das “sociedades anfitriãs”. É interessante notar – para perceber a particularidade de sua elaboração posterior – que ali os Mattelart apontaram que essas observações críticas poderiam ser estendidas também à teoria da economia-mundo elaborada por Wallerstein. Argumentaram, citando a obra *Capitalisme et Économie-Monde*, de Wallerstein, que “ao reduzir o Estado a uma dimensão instrumental, entendendo por Estado uma instituição ‘criada do nada que reflete as necessidades das forças sociais que operam na economia-mundo capitalista’, passa-se a uma concepção de dominação do econômico, sem mediação, que instrumentaliza o político” (Mattelart & Mattelart, 1986/1987, p. 207). Tanto as abordagens inspiradas na teoria da dependência como na teoria da economia-mundo de Wallerstein sofriram, para os autores, de um “confinamento em uma economia política pouco atenta à teoria política e que dispensa a análise das classes sociais, dos sistemas de poder e do Estado” (p. 207). Essas instâncias, ao contrário, devem ser entendidas como “lugares de mediação e de negociação entre atores sociais, nacionais e locais, com interesses e projetos divergentes”<sup>10</sup> (p. 207). Armand Mattelart desenvolveria

<sup>9</sup> Na apresentação de *La Comunicación-Mundo*, Mattelart (1992/2003) escreve: “Reconstruir a genealogia do espaço comunicação-mundo – conceito baseado na noção de economia-mundo de Fernand Braudel – esta é a tarefa do presente trabalho. Trata-se, por meio de um método cruzado, de analisar as modalidades de implantação das tecnologias e das redes que, desde o século XIX, não deixaram de rechaçar as fronteiras dos Estados-nação e, ao mesmo tempo, evidenciar os conceitos, as doutrinas, as teorias e as controvérsias que têm acompanhado a construção de um campo de observação científica cujo objeto é a *comunicação internacional*” (p. 18).

<sup>10</sup> Alguns anos depois, em um contexto diferente, acentuado pela crise estratégica das esquerdas e pelo refluxo das perspectivas críticas, Mattelart (1992/2003) matizaria seu balanço sobre as teorias da dependência. Embora não tenha deixado de observar a minimização das “dimensões extraeconômicas e infra-internacionais” por parte de alguns economistas e historiadores dessa corrente, preferiu agora destacar que essas teorias devolveram “ao capitalismo sua dimensão de sistema histórico, um sistema global de produção e troca, cujas redes comerciais tecem cada vez mais laços, por um lado, entre o econômico, o político, o cultural e o científico, e, por outro, entre os níveis local, nacional e transnacional” (p. 252). Citando um fragmento de *Le Capitalisme Historique*, ele admitiria, agora, que Wallerstein leva – na linha da economia-mundo de Fernand Braudel – “a suspeitar em que o conceito de sistema-mundo contribuiu para uma reflexão sobre a gênese das redes de comunicação” (p. 252).

desde *La Internacional Publicitaria* (Mattelart, 1989) e especialmente de *La Comunicación-Mundo* (Mattelart, 1992/2003) uma investigação de grande fôlego na qual aciona uma genealogia das múltiplas instâncias de mediação em que eram tecidos (e também questionados) esses laços. O autor vai configurando, assim, uma modulação particular sobre o espaço-mundo que, a partir de uma influência gramsciana, colocará em primeiro plano a análise do papel dos *intelectuais* como produtores de representações e estratégias de gestão do social, ou seja, como artífices das mediações entre formações nacionais e grupos em conflito. Nessa chave, Mattelart dará um lugar central às representações sobre a comunicação, assim como à fabricação dos conceitos que a modulam como objeto de investigação científica.

### A MARCA GRAMSCIANA: INTELLECTUAIS COSMOPOLITAS NA FORMAÇÃO DE UM ESPAÇO GLOBALIZADO

Na discussão com o economicismo, presente em muitas formulações sobre o imperialismo cultural, no final dos anos 1970, Mattelart havia apontado a variedade de encontros que se podiam estabelecer entre o nacional e o internacional, e a necessidade de perceber o papel dos intelectuais como mediadores dessas instâncias. Antonio Gramsci, com sua noção de *hegemonia* – escreveu Mattelart (1978) em *Notas al Margem del Imperialismo Cultural* – chamou a atenção para o jogo variável de relações de forças locais e internacionais, e sobre a ação que certos atores internacionais – os intelectuais – desenvolveram por meio de uma série de circuitos de transmissão cultural e ideológica (pp. 10-11)<sup>11</sup>.

A partir daí, Mattelart trabalhou de forma produtiva e original duas questões pouco abordadas pelos estudiosos do pensamento de Antonio Gramsci. Por um lado, fazia um uso produtivo da observação do comunista italiano sobre o *caráter internacional* de certas formações intelectuais, descrevendo as redes que, sobretudo a partir do século XIX, teceram um espaço de mediação entre o internacional e o local em escala planetária. Por outro lado, levava a sério o caráter dessa nova *figura de intelectual orgânico* emergente no início do século XX, aquela que Gramsci descreveu em suas notas sobre *americanismo e fordismo*, ao refletir sobre as transformações da sociedade norte-americana nos anos de 1920 e 1930 (Gramsci, 2006).

Quanto ao primeiro ponto, Mattelart (1992/2003) argumenta em *La comunicación-mundo* que as observações feitas por Gramsci em *Análise de Situações*,

<sup>11</sup> Sobre as noções de hegemonia e intelectuais no pensamento de Gramsci, nos remetemos a Gramsci (1993, 2004, 2006) e a alguns de seus comentadores clássicos da década de setenta, cf. Buci-Gluksmann (1975/1978) e Portelli (1972/1997).

*Relações de Força* colocaram indagações sobre o papel dos processos de mediação cultural na formação desse quadro de interdependência assimétrica que a economia mundial pressupunha (pp. 255-256). Ao destacar uma série de circuitos de transmissão culturais e ideológicas, Gramsci ilustrou a ação de um grupo de atores internacionais na configuração de equilíbrios de forças locais e internacionais. Como cita Mattelart (1992/2003), o comunista italiano escreveu:

A religião, por exemplo, sempre foi fonte dessas combinações político-ideológicas nacionais e internacionais, e com a religião, também a franco-maçonaria, o Rotary Club [que o teórico italiano considerou na época como uma das redes importantes do americanismo], os judeus, diplomacia de carreira, todas as formações internacionais que sugerem soluções políticas de origens históricas diversas e as aplicam em determinados países, funcionando como *partido político internacional* que atua em cada nação e põe em movimento todas as suas forças internacionais concentradas. Uma religião, a franco-maçonaria, o Rotary, os judeus etc., podem ser incluídos na categoria dos *intelectuais* cuja função, em escala internacional, é atuar como mediadores entre os extremos; uma função de *socialização* dos recursos técnicos que permite que as atividades de direção sejam exercidas para atingir um equilíbrio de compromissos e encontrar soluções intermediárias entre soluções extremas. (Gramsci, 1974, citado por Mattelart, 1992/2003, p. 256)

Gramsci destacava a existência de formações intelectuais internacionais, sublinhando a sua função de mediação ideológica, mas também a sua função de agentes de gestão e organização dos recursos técnicos disponíveis numa sociedade. Daí a noção de partido político internacional proposta pelo comunista italiano, para quem, recordava Mattelart (1992/2003), “o termo partido tem um sentido muito mais amplo do que o que lhe é atribuído pela ciência política ou por sua acepção usual: confunde-se com o de organizador ou o intelectual orgânico e é indissociável do conceito de hegemonia” (p. 256). Mattelart colocava, assim, em primeiro plano uma dimensão que passava despercebida nas leituras predominantes de Gramsci na década de 1980, principalmente no campo dos estudos culturais, que tomavam sua noção de hegemonia em um tom estritamente cultural e/ou nacional<sup>12</sup>. Mattelart (1992/2003) concluía que o trabalho gramsciano convidava à “análise da produção do consenso e dos

---

<sup>12</sup> Nesse ponto, vale a pena notar a distorção introduzida pela maneira como os cadernos de Gramsci foram editados em volumes temáticos. Em algumas versões, por exemplo na Argentina (Gramsci, 1993), o fragmento aqui citado por Mattelart é inserido como nota de rodapé, no final do livro. Uma referência crítica às leituras de Gramsci na década de 1980 é encontrada em Mattelart e Mattelart (1986/1987).

sistemas de alianças em escala internacional” e “a levar em conta as mediações e mediadores no encontro entre culturas singulares e o espaço-mundo” (p. 257)<sup>13</sup>.

Essa questão está relacionada ao segundo aspecto que Mattelart explora com originalidade da noção de intelectual em Gramsci. Já no final da década de 1970, Mattelart fez suas primeiras observações sobre a racionalização do aparato estatal norte-americano, mostrando suas possíveis implicações para a análise da transformação dos aparatos de produção de hegemonia que então se vivia na Europa. Mattelart propôs a noção de *taylorização da esfera da hegemonia* a partir de sua leitura de *americanismo e fordismo* de Gramsci<sup>14</sup>, destacando o que as reflexões do comunista italiano poderiam iluminar em relação ao modo como a Europa tanto reorganizou seu modo de produção de bens como as formas de exercício da direção moral e intelectual (Mattelart & Mattelart, 1979/2003; Mattelart, 1979/2010)<sup>15</sup>.

Talvez seja em *La Internacional Publicitaria* (Mattelart, 1989) em que se possa localizar de forma mais plena a leitura produtiva e singular que Mattelart colocou em cena dos aspectos do pensamento gramsciano aqui destacados. Nesse livro, Mattelart traça a história das agências de publicidade e as múltiplas formas que, no momento em que a norma publicitária se consolidava como regra da produção cultural, adquiria cada vez mais sobreposição com os meios de comunicação. A tese proposta por Mattelart era que, após um primeiro estágio de internacionalização com predomínio norte-americano no segundo pós-guerra, o *publicitário* havia mudado de condição: desde o final dos anos 1970, as empresas de publicidade se expandiram e diversificaram, oferecendo *serviços de*

<sup>13</sup> Gramsci chamou a atenção para a função cosmopolita dos intelectuais italianos, entendendo que essa característica representava um obstáculo fundamental para a formação de uma *cultura nacional* italiana. A noção surgiu em comparação com o caráter *nacional* assumido pelas formações intelectuais na França na época da revolução de 1789. Desde a existência do Império Romano ao desenvolvimento da Igreja Católica com sede no Vaticano em Roma, a formação histórica dos intelectuais italianos esteve marcada pelo cosmopolitismo. “O problema do que são os intelectuais” – nota Gramsci (2004) – “pode ser mostrado em toda a sua complexidade por meio dessa investigação” (p. 38).

<sup>14</sup> Gramsci (2006) entendia o americanismo como um novo modo de produção de bens, mas também como um novo tipo de gestão da sociedade e de organização da cultura. Por isso, destacou que a função política estava sendo assumida nos Estados Unidos por intelectuais de um novo tipo: “[a] hegemonia nasce na fábrica e para ser exercida só precisa de um número mínimo de intermediários profissionais da política e da ideologia” (pp. 291-292). Mesmo assim, na década de 1930 esse processo estava em uma fase inicial e ainda não havia dado, “exceto esporadicamente, talvez, nenhum florescimento superestrutural” (pp. 291-292). Christine Buci-Glucksmann (1975/1978) chamou a atenção na França para a atualidade dessas percepções gramscianas para descrever a situação europeia na década de 1970. Interpretou que, na concepção de Gramsci do americanismo, a hegemonia não separava a fábrica da sociedade e dizia respeito precisamente à totalidade dos modos de vida: a infraestrutura dominava mais diretamente a superestrutura, daí se suponha um novo tipo de intelectual. Buci-Glucksmann concluiu: “[a] modernidade e a atualidade de Gramsci são claras, já que capta, nesse tipo de desenvolvimento que o capitalismo monopolista colocou na ordem do dia, um funcionamento de ideologias” (p. 111).

<sup>15</sup> Uma constante nos trabalhos de Armand Mattelart desde o final dos anos 1980 é seu convite para considerar as observações de Antonio Gramsci sobre *americanismo e fordismo* (Mattelart & Mattelart, 1987/1988; Mattelart, 1992/2003; Mattelart, 1994/1995). Em *Pensar sobre los Medios*, ele escreve com Michèle Mattelart (1986/1987): “Gramsci apontou que ‘a hegemonia nasce na fábrica’ e via no fordismo essa cultura responsável por cimentar ideologicamente a sociedade trabalhadora. Se houve um tema esquecido por aqueles/aqueles que estudaram as formas de sujeição ideológica e cultural, foi o do trabalho e o do seu lugar específico, a empresa” (p. 89).

*comunicação e gestão* para empresas e Estados. O publicitário ultrapassou então o âmbito do tradicional *anúncio*, ao se converter em um modo de comunicação e gestão do social – norma de organização da produção cultural, dos processos de trabalho no interior das empresas, mas também de gestão da esfera pública. As agências de publicidade nascidas nos Estados Unidos foram as cabeças de ponte desse processo. Suas redes – que Mattelart descreve metodicamente em seu livro abrangendo sua gênese, desenvolvimento e transformações – contribuíram para tecer uma malha cada vez mais compacta entre *cultura e sociedade*. As instituições que chamou de “internacional publicitária” assumiram, assim, uma função que era ao mesmo tempo de organização econômica e de direção político-cultural: junto ao setor financeiro (com o qual se interpenetraram desde os anos 1980) as agências se constituíram autênticas “vanguardas do processo de globalização dos mercados” (Mattelart, 1989, p. 116).

Não por acaso, Mattelart (1989) definiu sua história da internacional publicitária como *um livro sobre intelectuais*. Claro, logo esclarecia, eles não foram definidos desse modo como eram, *não há muito tempo* na França, por sua função e exercício de crítica; tratava-se, mais precisamente, de incluir nesta categoria “esses novos mediadores de conhecimento e de saber-fazer que fazem funcionar essa instituição e essa indústria [a publicidade]” (p. 24). *La Internacional Publicitaria* foi, então, a genealogia da constituição de um tipo de formação intelectual internacional, que exercia uma função destacada numa época em que – caracterizou Mattelart – se consolidava em nível global um “novo regime de verdade” que se deslocou do “Estado providência” e do serviço público, como eixos organizadores do social, para a empresa, para o interesse privado e para o livre jogo das forças de mercado como “novas formas de gerir as relações entre os homens” e “novos modos de exercício do poder” (p. 20).

Chegando nesse ponto, é conveniente apontar duas questões. Em primeiro lugar, a análise da configuração do espaço-mundo não supõe em Mattelart a existência de um processo necessário e homogêneo de subsunção global a um padrão econômico ou cultural, mas sim um desenvolvimento feito de contradições e conflitos, um processo sempre aberto e inacabado. Esta também é sua marca gramsciana<sup>16</sup>. Em segundo lugar, e em relação a isso, deve-se enfatizar que, na

<sup>16</sup> A este respeito, é categórico ao escrever: “na alquimia das relações de forças econômicas e culturais, esses transplantes da modernidade, por meio da mediação de novas técnicas de venda, têm frequentemente dado origem a processos contraditórios nos quais se mesclam adesão, convivência, comportamentos de rejeição, atitudes miméticas e apropriações mais ou menos críticas das contribuições externas. Resta uma exaustiva tarefa a ser realizada para examinar detalhadamente essa difícil gestão, esse permanente vaivém de trocas desiguais” (Mattelart, 1989, p. 60). No mesmo sentido, em *La Comunicación-Mundo*, assinalou que a necessidade de levar em conta as “mediações e mediadores” que o programa gramsciano colocava, foi “afogada por polarizações que levarão a ver blocos onde há diversidade, suavidade onde havia arestas, uma equação de primeiro grau onde havia complexidade cultural, um sentido único onde havia circularidade” (Mattelart, 1992/2003, p. 257).

perspectiva de Mattelart, o papel dessas formações intelectuais não se reduz ao de executores de processos externos à sua atuação, como se esses pudessem se desenvolver a partir de uma lógica econômica própria. Ao contrário, em sua visão, como na de Gramsci, o papel dos intelectuais é *produtivo*, ou de outra forma: as formações intelectuais contribuem para modular esses movimentos do real. Daí a importância de analisá-las para compreender as relações entre economia, cultura e sociedade e para tornar inteligível as tendências que dirigem e reforçam a sua articulação. Essa questão é, então, relacionada a outro aspecto central de sua perspectiva, relacionado ao papel dos imaginários na constituição da comunicação mundial.

### OS IMAGINÁRIOS DA COMUNICAÇÃO-MUNDO (OU A MARCA BENJAMINIANA)

“O vínculo entre a racionalidade econômica e a racionalidade política e cultural: *esta questão impossível* [ênfase adicionada] tem assombrado a história contemporânea das teorias críticas da comunicação desde suas origens”, observaram Armand Mattelart e Michèle Mattelart (1987/1988, p. 75) em *El Carnaval de las Imágenes*, ao fazer um balanço das duas tradições críticas mais relevantes no campo dos estudos em comunicação e cultura: a economia política da comunicação e a análise da comunicação como veículo de reprodução ideológica. As acusações de economicismo ou idealismo que elas se dirigiram mutuamente não conseguiram ocultar as questões deixadas em aberto por ambas: tanto de um lado como de outro surgia “a dificuldade de *colocar o imaginário como dimensão ativa e essencial de toda prática social* [ênfase adicionada], o que dá a impressão de que as análises param no ponto em que surgem as novas interrogações” (Mattelart & Mattelart, 1987/1988, p. 76).

A indicação desse vazio em torno do imaginário como dimensão ativa e essencial de toda prática social nos permite abordar outro dos núcleos centrais do empreendimento genealógico que Armand Mattelart desenvolverá em sua trilogia da comunicação-mundo. A partir de então, o autor dedica-se a examinar uma série de marcos na produção de uma imagem da modernidade na qual as representações da comunicação ocuparão um lugar destacado. Mattelart integrará essa análise do imaginário da comunicação ao estudo da conformação dos espaços de mediação intelectual internacional que temos analisado<sup>17</sup>.

<sup>17</sup> Convém dizer que Mattelart não explicitou sua concepção teórica a propósito do imaginário. Apenas o define, como já citamos, como uma *dimensão ativa e essencial da prática social*.

Vamos nos aprofundar em um dos casos analisados por Mattelart, mais do que útil para entender a maneira como relaciona o surgimento do que chamamos de um imaginário da comunicação-mundo, o papel dos *intelectuais cosmopolitas* e a modulação de um espaço transnacional. Trata-se da reconstrução histórica, na trilha de Walter Benjamin e seus escritos sobre Paris, *capital do século XIX*, daqueles grandes eventos que foram as Exposições Universais, que se desenvolveram mundialmente (embora concentradas na França) entre a segunda metade do século XIX e a primeira metade do século XX. Mattelart dedica-lhes várias páginas de *La Comunicación-Mundo* (Mattelart, 1992/2003) e *La Invención de la Comunicación* (Mattelart, 1994/1995). Esses eventos, com os seus *templos de aço e vidro*, verdadeiros espaços de mediação internacional, colocam em exibição, em cada ocasião, as inovações técnicas disponíveis – entre as quais as tecnologias de comunicação ocupavam lugar de destaque – a par das representações utópicas que as acompanharam em todas as oportunidades, ajudando assim a vincular as técnicas e representações sobre a comunicação à *ideia de progresso*. Esses eventos também ajudaram a configurar um espaço internacional de mundialização de trocas culturais e a circulação de mercadorias. Como pode ser visto na reconstrução proposta por Mattelart, as Exposições Universais tiveram o papel destacado de uma série de mediadores político-culturais. As primeiras, em Paris, por exemplo, contaram com a colaboração de personagens como Michel Chevalier, antigo integrante da mítica escola de Henri de Saint Simón, verdadeira vanguarda intelectual a serviço do planejamento de ideias e estratégias da comunicação-mundo<sup>18</sup>. Se Walter Benjamin havia chamado a atenção para o papel que as exposições tiveram na configuração de um relato que fez da técnica um veículo eficaz e ilimitado de progresso, a genealogia que Mattelart propõe se estende a uma de suas modulações ou conteúdos particulares: a *utopia comunicacional*, como promessa de estabelecimento de um *vínculo humano universal* graças à mediação técnica, teve um dos seus marcos nas exposições universais<sup>19</sup>.

<sup>18</sup> Em meados do século XVIII, com o surgimento da ferrovia, a figura da rede se consolidou na França como a primeira formulação de uma ideologia redentora da comunicação. As redes de comunicação foram consideradas como criadoras de um novo vínculo universal (Mattelart, 1994/1995, p. 113). Mattelart demonstra como o ideal utópico de uma sociedade igualitária, defendido por Saint Simon, se transformou, entre seus discípulos, entre eles Michel Chevalier, no princípio de reorganização de uma sociedade (França) que vivia sua passagem para a sociedade industrial. Não é de estranhar que um dos principais arquitetos da Exposição Universal realizada em Paris em 1867 tenha sido Chevalier, que, encarregado da publicação dos relatórios oficiais da exposição, se encarregou de delinear sua filosofia (p. 157).

<sup>19</sup> Sobre as Exposições Universais e o surgimento de certas *fantasmagorias* típicas da modernidade em torno da mercadoria e da técnica, cf. Benjamin (1999) e uma de suas comentadoras clássicas, Buck-Morss (1995, 2005).

Com efeito, Mattelart demonstra ao longo de sua trilogia de comunicação-mundo como, junto com o desenvolvimento de técnicas e das redes de comunicação que foram exibidas – e até testadas – dentro delas, as Exposições Universais se converteram em um espaço de multiplicação do simbolismo do progresso, da reaproximação dos povos e da harmonia geral. Cada nova invenção técnica ali exposta (ferrovia, telégrafo, telefone) oferecia a oportunidade de atualizar uma promessa de redenção: a Exposição Universal – observou Mattelart (1994/1995) – “compartilha com a rede de comunicação o mesmo imaginário, a mesma busca por um paraíso perdido da comunidade e da comunhão humanas. Uma e outra estimulam e confortam-se mutuamente na construção do mito desse vínculo universal transparente” (p. 155).

Essa utopia comunal que supunha a reconciliação dos antagonismos sociais estava intimamente ligada à mitologia da “reaproximação dos povos” e à representação de uma espécie de unidade material da espécie humana. Nesta chave é possível ler a promoção feita pela publicação oficial da Exposição Universal de Paris de 1867, que Mattelart (1994/1995) citou do próprio Benjamin: “dar a volta neste palácio”, dizia o relatório, “circular como o equador, é, literalmente, girar ao redor do mundo; vieram de todos os povos: os inimigos vivem em paz, um ao lado do outro” (p. 154). No desenho espacial da Exposição, com seus estandes internacionais, foi encenada uma imagem particular daquilo que, dada a multiplicação das redes de comunicação e trocas comerciais, se materializava em escala planetária: o espaço mundial, tão abrangente que poderia caber em um imóvel, ou, melhor, na palma da mão que segurava o folheto em que a Exposição foi apresentada, era transparente como as estruturas de vidro e aço que deram forma à mostra. Em suma, Mattelart (1992/2003) seguiu a intuição benjaminiana de como a imagem de um vínculo humano de harmonia universal que modulava a utopia do progresso estava intimamente ligada à imagem de uma humanidade unificada pela interconexão global. O novo cenário das trocas internacionais testemunhado pelas janelas das Exposições Universais modificou profundamente, como escreve o autor, “as representações do globo e, ao mesmo tempo, as realidades vividas da relação nacional/internacional” (p. 59).

Mas, além de configurar e ampliar um imaginário de progresso e comunidade universal, as exposições contribuíram para a formação de uma rede material de trocas em escala global; com as exposições – conclui Mattelart (1992/2003) – “vão surgindo, progressivamente, novas formas de circulação do saber, novas sinergias entre sábios e industriais, novas modalidades de interdisciplinaridade, novos tipos de relação entre ciência e arte, indústria e

arte” (p. 80)<sup>20</sup>. A análise das Exposições Universais projeta-se, em suma, como um signo para compreender a formação e evolução da comunicação-mundo em uma temporalidade de longa duração.

### UMA GENEALOGIA DOS SABERES SOBRE A COMUNICAÇÃO

A celebração da harmonia entre povos e classes que se manifesta nas Exposições Universais impacta – sugere Susan Buck-Morss (1995) – devido à proximidade de cada uma de suas edições com as grandes convulsões sociais que marcaram a ferro e fogo a Europa e os Estados Unidos, de 1848 a 1939. Ressaltamos essa observação, pois, na história de larga duração que Mattelart propõe, essa contiguidade entre crises sociais e expansão de utopias técnicas se mostra constante, inclusive até o final do século XX. Indica algo do prisma com que Mattelart examina a configuração histórica da comunicação-mundo: seu resultado é o produto das formas pelas quais se entrelaçaram, em um jogo de apropriações cruzadas, as técnicas de manejo de multidões e as lutas e resistências que essas promoveram.

Nessa chave conflituosa, deve-se ler a história das disciplinas e saberes especializados sobre a comunicação que Mattelart tece. Ao contrário da história tradicional das ideias, que localiza seus desdobramentos em uma sucessão de diálogos internos, a *genealogia* do autor de *La Comunicación-Mundo* evidencia os múltiplos vínculos que conectam o desenvolvimento e a circulação do conhecimento sobre a comunicação com grandes convulsões dos séculos XIX e XX. Nessa perspectiva, com sua marca foucaultiana, Mattelart (1992/2003) organiza sua investigação histórica, analisa as formações e instituições nas quais se produzem conceitos e saberes sobre a comunicação e abrange a sua circulação global e de seus efeitos geopolíticos. A comunicação, segundo o autor, “serve, em primeiro lugar, para fazer a guerra”; essa origem sombria é a “zona cega” do pensamento que a aborda (p. 18)<sup>21</sup>. Com uma reconstrução

<sup>20</sup> No contexto da expansão imperial e de uma dupla hegemonia no sistema mundial – Londres era o centro da economia-mundo e detinha a hegemonia mundial sobre as rotas e redes técnicas de comunicação; Paris aspirava a ditar a norma da cultura legítima em nível planetário –, a fórmula *Exposição Universal* multiplicou-se pelas cidades do planeta, incluindo vários países da periferia, que chegaram a apresentar estandes nas feiras parisienses. As exposições contribuíram para a configuração de uma comunidade científica nacional e internacional, por meio, por exemplo, da adoção de normas jurídicas e técnicas de validade internacional, ou da regulamentação dos fluxos informativos. Foram também um espaço onde as mais diversas sociedades culturais e científicas do mundo partilharam a descrição do estado da arte das suas disciplinas, dando origem a algumas publicações especializadas nacionais e internacionais.

<sup>21</sup> Seguindo o pensamento nietzschiano, Michel Foucault postulou que a guerra era o substrato para se pensar a história, entendendo a “invasão” como o evento inaugural das sociedades. Assim, na contramão das concepções filosófico-jurídicas contratualistas, a concepção histórico-política de Foucault subverteu a ordem dos termos para pensar a relação entre a força e a verdade. A genealogia de foucaultiana, diz Tomás Abraham (1976/1996), “expõe o modo como as relações de poder ativam regras de direito por meio da produção de discursos de verdade. Isso é o que os sociólogos chamam de ‘legitimidade’ e Foucault, dispositivos de saber-poder e política da verdade” (p. 8).

documental bastante precisa, desde a emergência do telégrafo à fotografia e à elaboração das noções de *informação* e *comunicação* no contexto da Primeira Guerra Mundial; da Revolução Russa ao surgimento das *teorias da comunicação de massa* na América do Norte convulsionada pelo fordismo e depois pela crise de 1930; da insurgência no terceiro mundo no pós-guerra e o surgimento da noção de *comunicação para o desenvolvimento* durante a Guerra Fria, até as revoltas das décadas de 1960 e 1970 e a aparição de teorias sobre a *sociedade da informação*, no contexto da crise do Estado de bem-estar social, Mattelart (1992/2003) destaca como “a guerra e sua lógica são componentes essenciais da história da comunicação internacional, de suas doutrinas e de suas teorias, assim como dos usos que se podem fazer delas” (p. 18). A guerra é também o substrato incontornável para pensar os *momentos de paz*, ou seja, a produção de técnicas, saberes e representações que operam na gestão das crises. “A história da comunicação internacional e suas representações – em suma – é a história dos laços que se teceram entre a guerra, o progresso e a cultura, a trajetória de seus sucessivos reajustes, de seus fluxos e refluxos” (p. 18) A longa história da comunicação-mundo é também, então, a história das teorias e doutrinas que participam de sua configuração. Mattelart situa essas relações saber-poder em um espaço de dimensão internacional. ■

## REFERÊNCIAS

- Abraham, T. (1996). Prólogo. In M. Foucault, *Genealogía del racismo* (pp. 7-11). Altamira. (Obra original publicada em 1976)
- Benjamin, W. (1999). *Poesía y capitalismo: Iluminaciones II*. Taurus.
- Braudel, F. (1984). Las divisiones del espacio y del tiempo en Europa. In F. Braudel, *El tiempo del mundo* (Civilización material, economía y capitalismo: siglos XV-XVIII, Vol. 3, pp. 5-64). Alianza. (Obra original publicada em 1979)
- Braudel, F. (1994). *La dinámica del capitalismo*. Fondo de Cultura Económica. (Obra original publicada em 1985)
- Breton, P. (2000). *La utopía de la comunicación*. Nueva Visión. (Obra original publicada em 1992)
- Breton, P., & Proulx, S. (1989). *L'explosion de la communication*. La Découverte.
- Buci-Glucksmann, C. (1978). *Gramsci y el Estado: Hacia una teoría materialista de la filosofía*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1975)
- Buck-Morss, S. (1995). *Dialéctica de la mirada*. Visor.
- Buck-Morss, S. (2005). *Walter Benjamin: Escritor revolucionario*. Interzona.
- Burke, P. (1993). *La revolución historiográfica francesa, la Escuela de los Annales: 1929-1989*. Gedisa. (Obra original publicada em 1990)

- Chesneaux, J. (1989). *Modernité-monde*. La Decouverte.
- de la Haye, Y. (Ed.). (1979). *Marx & Engels on the means of communication (the movement of commodities, people, information & capital): A selection of texts*. International General.
- Flichy, P. (1982). *Las multinacionales del audiovisual: Por un análisis económico de los media*. Gustavo Gilli. (Obra original publicada em 1980)
- Gramsci, A. (1974). *Antología*. Siglo XXI.
- Gramsci, A. (1993). *La política y el Estado moderno*. Planeta Agostini.
- Gramsci, A. (2004). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Nueva Visión.
- Gramsci, A. (2006). *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado moderno*. Nueva Visión.
- Mattelart (1978). Notas al margen del imperialismo cultural. *Comunicación y Cultura*, 6(6), 7-27.
- Mattelart, A. (1982). Aide-memoire pour l'analyse de l'impact culturel des firmes multinationales. *Amérique latine*, 9, 31-42.
- Mattelart, A. (1983). *Transnationals and the third world: The struggle for culture*. Bergin & Garvey.
- Mattelart, A. (1989). *La internacional publicitaria*. Fundesco.
- Mattelart, A. (1995). *La invención de la comunicación*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1994)
- Mattelart, A. (2000). *Historia de la utopía planetaria: De la ciudad profética a la sociedad global*. Paidós. (Obra original publicada em 1999)
- Mattelart, A. (2003). *La comunicación-mundo: Historia de las ideas y de las estrategias*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1992)
- Mattelart, A. (2010). *Para un análisis de clase de la comunicación: Introducción a comunicación y lucha de clases* (Vol. 1). El Río Suena. (Obra original publicada em 1979)
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1987). *Pensar sobre los medios: Comunicación y crítica social*. Fundesco. (Obra original publicada em 1986)
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (1988). *El carnaval de las imágenes: La ficción brasileña*. Akal. (Obra original publicada em 1987)
- Mattelart, A., & Mattelart, M. (2003). *Los medios de comunicación en tiempos de crisis*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1979)
- Mattelart, A., Delcourt, X., & Mattelart, M. (1984). *¿La cultura contra la democracia? Lo audiovisual en la época transnacional*. Mitre.
- Mattelart, A., & Stourdzé, Y. (1984). *Tecnología, cultura y comunicación*. Mitre. (Obra original publicada em 1982)
- Miège, B. (1989). *La société conquise par la communication*. Presses Universitaires de Grenoble.

- Portelli, H. (1997). *Gramsci y el bloque histórico*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1972)
- Sfez, L. (1995). *Crítica de la comunicación*. Amorrortu. (Obra original publicada em 1988)
- Wallerstein, I. (1998). *Impensar las ciencias sociales: Límites de los paradigmas decimonónicos*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1991)
- Wallerstein, I. (2006a). *El capitalismo histórico*. Siglo XXI. (Obra original publicada em 1983)
- Wallerstein, I. (2006b). *Análisis de sistemas-mundo: Una introducción*. Siglo Veintiuno. (Obra original publicada em 2004)
- Zarowsky, M. (2012). Armand Mattelart: Un itinerario intelectual entre América Latina y Europa. *A contracorriente*, 9(2), 221–247. <https://bit.ly/36MQBEj>
- Zarowsky, M. (2013). *Del laboratorio chileno a la comunicación-mundo: Un itinerario intelectual de Armand Mattelart*. Biblos.

---

Artigo recebido em 10 de julho e aprovado em 18 de novembro de 2020.