

Prólogo

Por maiores que sejam os limites impostos pela complexidade do mundo globalizado, todos nós, profissionais e/ou estudiosos de Comunicação, temos a obrigação de transformar as informações que processamos em conhecimento disseminado, para que os fatos e os temas da atualidade, além de conhecidos, possam ser compreendidos e discutidos. Isso implica entender que os processos de comunicação nos quais estamos envolvidos se desdobram em vertentes de produção e vertentes de socialização de conteúdos.

Para isso e por isso, o Banco do Brasil realiza anualmente os seus seminários de comunicação. Para isso e por isso, cumpre, também anualmente, o dever de dar valor de conhecimento disseminado aos conteúdos de cada seminário, editando-os em livro.

Este é mais um livro dessa coletânea. Tendo como objeto “A importância social da informação”, temática do XV Seminário de Comunicação Banco do Brasil, o volume nos oferece, de forma organizada, os ensinamentos trazidos ao seminário de 2010 pelos conferencistas e palestrantes convidados. São saberes acumulados em trânsitos acadêmicos e profissionais. Carregam consigo, portanto, o mais precioso dos saberes, o da experiência, que Charles Peirce conceituou como “a grande fonte da verdade”.

Os seminários de comunicação Banco do Brasil – dos quais faz parte a edição dos respectivos livros – são espaços privilegiados de exposição e debate de ideias, nos quais as qualificadas plateias atuam como partícipes intervenientes. E essa partilha se expande, agora, aos que, no papel de leitores deste livro, podem agregar, ao mérito dos textos, o saber crítico acumulado na sua própria experiência de vida. Aliás, é sempre bom lembrar: ao contrário do que certos modelos propõem, cabe aos receptores a idealização decisiva dos conteúdos. Sim, pertence aos auditórios o poder de aceitar ou rejeitar o que lhes é dito ou escrito. As-





sim, os conteúdos mais importantes deste livro não são os publicados, mas aqueles mentalmente retrabalhados que o leitor levará para as suas atividades do dia a dia.

Sabem os profissionais da comunicação que, na interatividade do mundo globalizado em redes e fluxos, o “outro” é, cada vez mais, o sujeito essencial nos espaços da difusão. E como sujeito terá de ser tratado e respeitado.

Nesse sentido, valho-me do histórico discurso proferido, em 1998, pelo filósofo Jean-François Revel, na sessão de encerramento de ano na Academia Francesa. Discorrendo sobre a virtude, Revel sintetizou na seguinte pergunta a sua reflexão: “E se a honestidade fosse a verdadeira habilidade?”

Depois acrescentou: “Nenhuma causa é justa se só podemos defendê-la com métodos injustos. A abjeção dos meios demonstra a abjeção dos fins. O cínico e excessivamente célebre adágio de que os fins justificam os meios ou, dito de outra maneira, que o mal é permitido desde que provoque um bem, traduz uma ilusão particularmente perigosa para aqueles que escrevem e falam por profissão”.

O filósofo não se referiu explicitamente aos profissionais da comunicação social. Mas os incluiu inevitavelmente na advertência – ou não somos nós gente que escreve e fala por profissão?

Manuel Carlos Chaparro

Mediador do XV Seminário de Comunicação