

Extrait du El Correo

<http://www.elcorreo.eu.org/Alianza-para-superar-la-fragmentacion-Entrevista-a-Armand-Mattelart>

Alianza para superar la fragmentación : Entrevista a Armand Mattelart

- Empire et Résistance - Bataille pour l'information -

Date de mise en ligne : samedi 7 août 2004

Copyright © El Correo - Tous droits réservés

El autor del célebre Para leer al Pato Donald analiza -en una entrevista realizada por José Zepeda Varas- cómo la tendencia a desregular los sistemas de telecomunicación llevó a convertir al entretenimiento en la prioridad de los medios. Advierte que los grandes grupos están ganando la batalla semántica y señala los riesgos de confundir la diversidad cultural con la diversidad de mercado. "Como dice el Subcomandante Marcos, la Tercera Guerra Mundial será semiótica", pronostica. El rol de la comunicación alternativa y el desafío de romper el aislamiento creando redes

El autor de clásicos de la teoría de la comunicación como Para leer al Pato Donald (en colaboración con Ariel Dorfman), La internacional publicitaria e Historia de las teorías de la comunicación, el prestigioso teórico y pensador de origen belga Armand Mattelart, estuvo esta semana para participar en el coloquio internacional sobre "Democracia y ciudadanía en la sociedad de la información : desafíos y articulaciones regionales". El encuentro se realizó en la Escuela de Ciencias de la Información de la Universidad Nacional de Córdoba y reunió a intelectuales, investigadores y profesionales de la comunicación de Argentina, Brasil, Chile, Paraguay y Uruguay.

Reproducimos aquí una entrevista realizada por José Zepeda Varas, donde Mattelart desarrolla los conceptos de su último libro Historia de la sociedad de la información y sus conclusiones : "El desafío es tratar de entablar una lucha en el terreno de los modos de expresar la realidad y lo que se nos presenta como el destino". También, critica la fragmentación y el localismo en el que quedan atrapados los llamados medios alternativos.

Por José Zepeda Varas

La Vaca.org, 14 de julio del 2004

Mattelart, algunos analistas y críticos sostienen que en materia de comunicación hemos dado un tremendo salto cualitativo. Es cierto que ante las nuevas tecnologías no podemos menos que asombrarnos, maravillarnos. No sólo por la rapidez que proporcionan, sino también por el abaratamiento de los costos que permiten. Pero, paralelamente hemos dado un tremendo paso atrás en cuanto a los contenidos. En términos globales, con las excepciones del caso, estos analistas advierten que se trata de una comunicación que tiende a privilegiar el espectáculo, la distracción y la banalidad...

- ▶ Una cosa es clara : en los años 80 comenzó un proceso de desregulación y de privatización de los medios que trajo aparejada una desregulación y privatización de los sistemas de telecomunicaciones. Es verdad que a partir de ese momento se podría hablar de una desregulación también de todo el sistema, es decir, tanto de los contenidos como de las maneras de verlos.

Yo pienso que lo más significativo es el surgimiento de la expresión "evento global". Cada vez más se razona en términos de "eventos globales", que tienden a congregarse a la mayor parte de las audiencias. Es decir que con la crisis de los medios de comunicación públicos, la idea de información se ha transformado. La prioridad ha pasado a ser la búsqueda de la mayor audiencia posible y, con ello, la información se ha acercado cada vez más a la idea de entretenimiento, sin profundizar realmente ni en las raíces ni en las repercusiones de la información.

Menciona usted un hecho fundamental : la privatización y la creación de monopolios de la información. Uno

de los argumentos favoritos de los propietarios de estos monopolios es que pueden brindarle a su audiencia, a sus oyentes, a sus televidentes o a sus "internautas", no sólo un mejor servicio gracias a su peso económico y a su presencia nacional e internacional, sino que, además, son un contrapeso frente al poder. Ellos sostienen que si fuesen pequeños, débiles, no podrían hacerle frente a los poderes establecidos. En consecuencia, se trata de una argumentación que intenta presentar el aspecto "positivo" de la concentración de los medios de comunicación...

Eso entra en el nuevo vocabulario. Es la misma argumentación que utilizan para luchar en contra de la idea de que es necesario escapar de la cultura y de la información hechas a la medida de las reglas de un mercado salvaje. Creo que la manera de cómo se ha desformado -literalmente adulterado- el concepto de diversidad cultural sirve también al interés de fortalecer, legitimar el proceso de concentración de los grandes grupos multimediáticos.

Es el discurso que tenía el director, el responsable del grupo universal Vivendi : "Nosotros somos más capaces que cualquier otra institución de ofrecer la mayor diversidad de contenidos". Pero, en realidad, han desformado tanto el concepto de diversidad cultural que para ellos se trata únicamente de la diversidad de la oferta en el mercado. Pero esto no tiene nada que ver con la noción de diversidad cultural que trata, digamos, de luchar en contra de la tendencia hacia la homogenización.

El gran problema hoy, en todos estos debates con los grandes grupos es, precisamente, que han recuperado, han ganado, la batalla semántica. Es decir, a través de una manipulación conceptual están tomando nuestras banderas para darles un nuevo significado en defensa de sus intereses peculiares. Y, ojo, que esto es un problema clave.

Voy a dar un ejemplo muy significativo de la deformación de la información. Hay una palabra muy antigua en la lengua latina y que forma parte del patrimonio del movimiento internacionalista. La palabra "mundialización". Esta es una palabra que surge a principios del siglo XX como alternativa al proyecto global, se podría decir, de la Liga o de la Sociedad de las Naciones, después de la Primera Guerra Mundial. Es una palabra que congregó, en 1919, a quienes no estaban de acuerdo con ese proyecto de reordenamiento colonial del mundo. Es muy interesante ver cómo las palabras "mundialización" y "mundialismo", a partir sobre todo del G7, de Génova, finalmente han llegado a designar a los movimientos antimundialización. En circunstancias en que la mundialización es una reivindicación histórica de todos los sectores que luchan por la justicia.

Entonces, el problema actual es muy profundo. En el ámbito de la información hay un conjunto de términos en circulación que han sido expropiados por el enemigo, y que crean una confusión mental tremenda.

¡Es el colmo que nos reprochen que estemos en contra de la mundialización, con nuestra propia palabra !

Si como usted afirma, han ganado la guerra semántica, el panorama para el futuro próximo no es nada halagüeño, porque, aparentemente, se trata de una tendencia a profundizarse más que a retroceder.

Yo pienso que uno de los frentes importantes en la lucha de quienes critican el modelo de globalización neoliberal es también el campo semántico. No es por nada que el subcomandante Marcos sostuvo que la Tercera Guerra Mundial va a ser una guerra semiótica. Nosotros debemos estar vigilantes para preservar nuestro propio vocabulario. Y para impedir que seamos designados por los otros con palabras, nociones y conceptos totalmente desformados.

Yo no tengo pesimismo-optimismo ; ese tipo de posiciones me es extraño. Lo que noto es que es un frente de lucha, porque finalmente, en el lenguaje ordinario, los ciudadanos captan la realidad a través de representaciones que les llegan por medio de las palabras.

Es muy interesante ver que la palabra "globalización" se adopta en sociedades donde no encuentra inmediatamente una crítica social. Por ejemplo, si tú miras Europa, entra primero por Italia y por España. El único país que la resiste, al nivel del vocabulario y al nivel de la calle, es Francia, que sigue manteniendo la palabra mundialización.

Entonces hay que reflexionar mucho y hay que releer los textos de Orwell. El desafío es tratar de entablar una lucha en el terreno de los modos de expresar la realidad y lo que se nos presenta como el destino.

Usted sabe que existe una proliferación masiva de medios de comunicación "alternativos" ; de radios comunitarias, por ejemplo. Le hablo de lo que conozco, de América Latina, pero también es una realidad en África. Estos medios tienen una doble condición : una enorme influencia local, con una tremenda sintonía en las comunidades, y en este plano su importancia es incuestionable. Sin embargo, no logran proyectarse hacia los centros de poder nacional. Es decir, no logran influir las decisiones nacionales.

Hay en esto un problema estructural. Un problema que venimos arrastrando desde hace décadas, y que hay que encararlo frontalmente. La verdad es que el movimiento social, el movimiento crítico, tiene una tendencia a quedarse aislado en lo local. Es lo que llamo "la comunicación alternativa". Por lo tanto, es necesario articular frentes de lucha.

Yo no estoy de acuerdo con que la alternativa consiste únicamente en la multiplicación de los medios llamados alternativos. Yo respeto mucho estos movimientos populares, locales, que hacen trabajos muy buenos, a veces utilizando Internet, otras combinando Internet con la radio, etcétera. Pero yo pienso también que hay que plantearse la necesidad de cooperación de fuerzas alternativas al nivel de lo que llamaríamos los grandes medios, para que puedan confluír en ellas múltiples iniciativas de carácter local.

Hay que pensar más en la lucha de los sindicatos de los periodistas dentro de los propios medios de comunicación dominantes. En el foro que tuvimos sobre globalización, información y comunicación (Tercer Foro Social Mundial de Porto Alegre, en enero del 2003), muchos periodistas que trabajan en prensa, en radio o en televisión me plantearon el problema, porque ellos tienen la impresión de estar aislados de la problemática del movimiento social. Debe haber posibilidad de alianzas dentro de los medios que tienen una irradiación, una trasmisión más general. Prueba de eso es Radio Nederland, que es fundamental, como lo puede ser Radio Francia Internacional.

Tenemos una tendencia a responder al orden dominante de manera demasiado fragmentaria ; cada uno se queda con su estrategia, sin ver la trampa de quedarnos únicamente en lo local, sin insertarnos en un espectro más amplio de la comunicación.

Hay también otra tendencia consistente en que los grandes temas de nuestro tiempo ya no se resuelven en las instituciones correspondientes ; todo se resuelve en los medios de comunicación. El más reciente ejemplo se ha vivido en Holanda. En este país, por primera vez seguramente en su historia política, se ha iniciado una serie de debates preelectorales, al estilo de los de Estados Unidos. En el transcurso de muy escasas semanas, a medida que se hacían los debates, los candidatos bajaban o subían 10 puntos de popularidad.

Entonces, los medios de comunicación ya no están sólo para informar, ya no están sólo para orientar, para contextualizar la información, sino para decidir exactamente cuál es el destino de nuestros pueblos. Así, se transforman en el foro de la democracia ; es decir que la mejor representación de la democracia, en vivo y en directo - usando términos periodísticos- se hace a través de la televisión, fundamentalmente, y en segundo lugar a través del resto de la prensa, la radio, los diarios, Internet.

También se podría tomar el caso francés, en el mes de Abril del 2002. Entonces fue tremendo ver que todo el sistema mediático, es decir, los sondeos transmitidos a través de los grandes medios de comunicación, hicieron que

finalmente la gente creyese que la suerte de la elección ya estaba decidida ; que iban a quedar sólo dos candidatos, Jospin y Chirac. Y, de repente, los sondeos se equivocaron y todos los medios se equivocaron, y llegó Le Pen, de la extrema derecha.

En los períodos electorales se ha agudizado, efectivamente, el pronóstico mediático del resultado.

Y eso, ¿tampoco tiene posibilidades de variar ?

No me gusta responder de manera global, porque pienso que cada sociedad también genera sus antídotos y sus resistencias y el drama en la mayor parte de las sociedades es no haber puesto todos estos problemas que nos conciernen cotidianamente, digamos, de no haberlos colocado como un problema esencial de la democracia. Pero estamos dando pasos positivos porque se empieza a reconocer que la comunicación es un tema político. Es extraño decirlo así pero es una realidad. Es decir, hay poca conciencia en muchos movimientos sociales de que se trata de un dominio capital y, es cada vez más capital, porque la cuestión de la comunicación ya no es solamente la de los medios de comunicación, es la cuestión de las tecnologías de la información y la comunicación. Finalmente, hoy en día el modelo de ordenamiento del mundo se expresa a través de los modelos de arquitectura de las redes.

Se ve concretamente, por ejemplo, en las discusiones sobre un nuevo concepto, un neologismo que nos ha sido impuesto : la llamada "sociedad global de la información". Se ve que a través de la tecnología de la información y la comunicación se decide un modelo de sociedad futura. Y, si no lo resistimos, apunta hacia la negación del principio de servicio público. De ahí la importancia de vincular lo local con lo global, porque ahora las luchas son imposibles de otro modo.

Europa, en estas discusiones permanentes con Estados Unidos, ha hablado siempre de la necesidad de preservar la identidad cultural. ¿No sería necesario que países como los europeos mostrasen ese ejemplo a realidades como la latinoamericana, para que los gobiernos exigiesen, dentro del pluralismo y la interdependencia natural, que exista un respeto por la singularidad cultural ?

Debo decirle que son luchas muy largas ; de hecho tienen antecedentes históricos. Fundamentalmente, desde los años 20, entre las dos guerras, muchos países tomaron conciencia de la importancia de tener políticas de defensa de sus culturas por, digamos, la importancia, el peso que tomaban ciertas industrias, entre ellas, la industria cinematográfica. Por ejemplo, en Francia, en Inglaterra, en Alemania y en otros países europeos en el período entre las dos guerras hubo políticas nacionales de protección del cine, de la producción del cine, porque estaba muy vinculado a la idea de la identidad cultural. Evidentemente, no estamos en esa época ; estamos en otra donde han florecido los grandes grupos multimediáticos.

El principio de excepción cultural que se logró imponer en la Organización Mundial del Comercio, en la época en que se llamaba GATT, en Diciembre del 93, fue un avance. La idea de que se necesitan políticas públicas nacionales y regionales para proteger y generar productos de industrias culturales que reflejen una identidad más regional o nacional, yo creo que es un logro. Pero, la ofensiva de Estados Unidos en contra de esto, y la disputa con la Unión Europea es cada vez más fuerte y evidente dentro de la OMC.

Cuando el principio se aprobó -y la OMC estuvo obligada a reconocer el principio de la excepción cultural- en Europa había muchos gobiernos que estaban a favor. Pero el panorama ha cambiado en siete años : Berlusconi en Italia, Aznar en España, usted ve que todas estas conquistas son frágiles. De allí que este modelo de política -hay que advertirlo- nunca está definitivamente consolidado.

Es muy interesante ver la estrategia de Estados Unidos después de su derrota en la Organización Mundial de

Comercio por el reconocimiento de la excepción cultural (como decía Mitterand : "hay que sacar los productos de la mente o del espíritu de las lógicas del mercado salvaje"). Los Estados Unidos tienen una doble estrategia : primero, impedir que cada vez más países hagan suyo el modelo de la excepción cultural europeo. Por ejemplo, están presionando a todos los países que son candidatos en la Organización Mundial de Comercio o en la OMC para que no adopten esta política. Hubo últimamente dos casos muy significativos, el de Corea del Sur, que no tiene nada que ver con Europa ni con América Latina, y el de Chile. Corea del Sur ha aplicado el principio de excepción cultural y ha reinventado sus industrias culturales cinematográficas.

Pues bien, con ocasión de la reorganización del tratado bilateral con Estados Unidos, éste ha tratado de imponer una cláusula tendiente a anular, cancelar, este tipo de excepción cultural. Lo mismo ha ocurrido en Chile hace poco. En la renegociación bilateral con Estados Unidos, Chile se ha visto, finalmente, casi forzado a aceptar cierto tipo de condiciones que hacen, por ejemplo, que la reivindicación de los pequeños editores en Chile, o digamos, lo que bloquea lo que llamamos la Coalición para la Diversidad Cultural. Así, el gobierno chileno pierde instrumentos de una política nacional en materia cultural.

Un primer aspecto es éste : estamos en una lucha feroz en el campo internacional.

El segundo elemento de esta lucha, de esta estrategia, es que cada vez más la delegación estadounidense está tratando de alinear la reglamentación sobre las industrias culturales con un denominador común lo más pequeño posible. De tal manera que, en el contexto de lo que se llama la convergencia tecnológica -ordenador, teléfono, televisión- lo que pretenden es alinear la legislación tomando como base el medio que finalmente representa menos problemas. Y ¿cuál es ese ? El teléfono, las telecomunicaciones. La estrategia consiste en, finalmente, reducir la reglamentación sobre los flujos de las industrias culturales a una llamada telefónica. Es un problema clave porque, finalmente, pretenden ajustar los flujos culturales a las leyes del mercado. Ese es el desafío ; las negociaciones que van a empezar con los debates en la Organización Mundial del Comercio sobre los servicios.

El gran problema de estas discusiones es la idea misma de servicio público. La excepción cultural es la heredera de una filosofía del servicio público. Por eso es que no se puede dejar la cultura, como tampoco la educación, la salud y el medio ambiente, a expensas de lógicas puramente comerciales