

MARIANO AGUIRRE

Entrevista con Armand Mattelart*

“Que el poder sea volátil, no significa que no exista”

Armand Mattelart, experto belga en temas de comunicación, ha reflexionado y trabajado, durante las tres últimas décadas, sobre los mensajes culturales que emiten los medios periodísticos, publicitarios y políticos. Su experiencia arranca en Chile a principios de los años setenta y se prolonga luego en Europa, aunque nunca abandonó sus reflexiones sobre América Latina. Autor de diversas obras, sus últimos libros publicados en España son La mundialización de la comunicación (Paidós, Barcelona, 1998) e Historia de la utopía planetaria (Paidós, Barcelona, 2000). En esta entrevista, Mattelart habla sobre el papel de la cultura y los medios en el fin de siglo.

Mariano Aguirre es director del CIP e investigador del Transnational Institute de Amsterdam

Pregunta: Me gustaría conversar sobre sus últimos libros. ¿Puede definirnos el concepto de red, que usted analiza a lo largo de la historia de la comunicación, incluyendo la extensión del telégrafo y el ferrocarril?

Respuesta: El concepto de red es una metáfora que se ha tomado prestada a la biología y la medicina. Al principio se aplicaba en la actividad textil, con el significado de entramado de hilos, pero a partir de los siglos XVI y XVII pasa a la medicina y de ahí a significar una estructuración, sobre todo a partir de la creación de las redes de carreteras. La idea de que la red significa una reorganización de la

* Armand Mattelart es actualmente profesor de Ciencias de la Información y la Comunicación en la Universidad de París VIII. Esta entrevista fue realizada en París, en abril de 1998 y actualizada al cierre de este número. Edición: Mabel González Bustelo

sociedad data de esa época. Es un concepto orgánico. No se puede decir que es sólo Internet o que ha nacido con Internet; hay todo un pensamiento sobre la red que despegó con la construcción del Estado-nación. En el plano de la construcción de una teoría, una doctrina de la red, Francia y los primeros economistas políticos jugaron un papel fundamental. En Francia, a diferencia de Inglaterra, siempre hubo un desfase entre la realidad y el proyecto: las redes de carreteras, ferrocarril, comunicaciones telegráficas... se implantaron siempre más tarde que en Inglaterra, y esto supuso un desfase entre una realidad de carencias y un proyecto que debía sacar adelante esa realidad. Esta carencia hace que se produzcan muchos discursos sobre la red en Francia.

P: Usted cuestiona el concepto de globalización. Claramente hay dos visiones de este fenómeno: una visión, del capital y de la gran empresa multinacional, que lo ve como el gran mito que homogeneiza el mercado liberal global; y, desde la izquierda, una visión catastrofista, como si fuera una máquina que ha caído sobre las sociedades y de la que prácticamente no hay posibilidades de escapar. ¿Cuál es su crítica?

R: El problema del concepto es la forma en que se ha popularizado, a partir de un medio determinado —el del marketing y el *management*— y un momento determinado, el de la desreglamentación de las redes financieras. No estoy en contra del concepto de globalidad y de sociedad global; hay una tradición, incluso en ciencias sociales, que reivindica el concepto de sociedad global, la necesidad de una macrocósmica en el ámbito sociológico, un punto de vista sobre el mundo a partir de lo macro. El problema es que el concepto se ha impuesto empíricamente, y dependemos de un concepto que se ha impuesto por la vía de la ideología neoliberal. Estamos en un mundo donde muchos de los conceptos que utilizamos nos han llegado empíricamente; a veces ni siquiera nos preguntamos cuál es su origen, pero debemos utilizarlos. Hoy en día, una tarea para los sectores críticos es tratar de reconstruir un campo conceptual. Si se mira la situación actual, hemos perdido la multiplicidad de términos que había en el siglo pasado y en decenios anteriores para nombrar el fenómeno de la internacionalización. Cada vez hay menos términos para nombrar este proceso, y esto significa una pérdida de sentido que va pareja a lo que Ignacio Ramonet llama “crecimiento del pensamiento único”.

P: También se refiere usted al concepto de comunicación-mundo, derivado de la idea de Braudel de economía-mundo. ¿Cuáles son sus características en este fin de siglo?

R: Uso este concepto, precisamente, en respuesta a la concepción globalitaria del mundo, una concepción que hace pensar en el igualitarismo. El concepto comunicación-mundo lo reivindico porque es histórico y saca lecciones de la historia, como el hecho de que la acumulación del capital en el plano internacional, a medida que avanzan las redes, siempre ha sido fuente de nuevas exclusiones, de nuevas marginalidades y, por otro lado, de nuevos modos de integración. Lo fun-

*Mattelart:
“Que el poder
sea volátil, no
significa que no
exista”*

damental es que la progresión de las redes en el mundo crea nuevos tipos de marginalidad. En este sentido podríamos decir (retomando las ideas de Petrella) que vamos hacia una economía de *apartheid* tecnológico global, algo similar a un archipiélago: concentración —tanto en el Sur como en el Norte— en polos; una economía interpolos, y entre estos polos un desierto. Esto se repite dentro de los grupos sociales. Es un desafío e implica repensar la integración en un contexto más vasto que es el mundo. No estoy en contra del concepto de internacionalización, y creo que la integración supranacional es un bien fundamental que forma parte del destino de la humanidad. El problema es la vía por la que estamos entrando ese contexto y la tensión que existe entre economía global e integración de las culturas y las sociedades.

P: Otra cuestión relacionada es la historia y la jerarquización. En esta economía de archipiélago hay integraciones diferentes: hay centros, periferias, periferias dentro de los centros (en el Norte y el Sur), marginalidad... ¿Cómo se refleja esto en la comunicación? Se ha extendido el mito de que todos estamos comunicados, por ejemplo con la CNN o Internet; sin embargo, resulta difícil creer que la población, en Nigeria o Haití, esté igual de informada que en España o Francia.

R: Es el famoso mito de la aldea global, un mito que no nació en los años sesenta sino mucho antes. Incluso en una situación donde todo el mundo puede recibir las mismas cadenas de televisión, el hecho de que todos reciban un mismo mensaje no crea una verdadera igualdad. Hay un ejemplo sencillo: el grupo de comunicación *O Globo*, un paradigma de la globalidad, alcanza con sus emisiones la mayor parte de Brasil. Pero la publicidad que transmite, los productos que se anuncian, se dirigen como máximo al 15 ó al 20% de la población; esto es un ejemplo de cómo recibir los mismos tipos de mensaje no significa necesariamente que haya igualdad. La única igualdad es la exposición a los mensajes, pero no la posibilidad de acceder a los modelos de vida a los que se refiere ese mensaje. Y hay un segundo aspecto: el concepto de aldea global sobreentiende que todas las sociedades, culturas, individuos y clases están sometidos de manera uniforme al mensaje. Y uno sabe, es un gran descubrimiento de los últimos 15 ó 20 años, que los modos de recepción, los usos sociales de estos flujos, difieren mucho porque están anclados en realidades concretas y diferenciadas.

P: Esto tiene que ver con la diferencia que existe entre el concepto de ciudadano que vive en una república democrática y la confusión actual entre ciudadano y consumidor.

R: Es el gran problema de la globalización. La globalización (que debería aplicarse también a las soluciones, para tratar de salvar estas situaciones de injusticia y de miseria) se ha transformado en una sola idea o ideología, la ideología globalitaria, que identifica la “*democratic global market-place*” con la democracia y la libertad de expresión a secas. Hay un conjunto de nociones que han sido totalmente pervertidas a partir del concepto de globalización, entre ellas la de demo-

*La única
igualdad es la
exposición a
los mensajes,
pero no la
posibilidad de
acceder a los
modelos de
vida*

cracia, libertad de expresión... Hoy en día, en los grandes foros donde se discute la desregulación, se considera que la libertad de expresión es la libertad de ocupar, a través de mensajes comerciales, cada vez más tiempo público y espacio público.

P: Hay una pérdida del ocio creativo en función del consumo.

R: Absolutamente. El problema es que estamos al final de un ciclo que empezó en los años veinte, con lo que los historiadores de la industria publicitaria llamaron el auge del consumismo. Hoy estamos frente a esta ideología pero reciclada a nivel mundial, y se ha convertido en un problema serio.

P: Comentemos el concepto de cultura, en sentido amplio. También aquí muchos sectores progresistas y analistas de la izquierda consideran que, con la globalización, se produce una homogeneización cultural casi absoluta, en la que prácticamente no quedan espacios para la identidad cultural nacional o las identidades de grupo. ¿Es realmente así, o en realidad vivimos en un mundo que es un sólo mercado ultraliberal con múltiples culturas?

R: La tesis de la homogeneidad cultural es la desembocadura de un conjunto de tesis que la han precedido. La matriz es el fin de las ideologías. La tesis que circula hoy, el fin de las culturas, es paralela a aquella otra que comenzó a circular en los años cincuenta (en la ciencia política estadounidense) del fin de las ideologías, y entronca también con la tesis del fin de la historia. Yo no pienso que haya una homogeneización de las culturas. Es evidente que todas las culturas están cada vez más atrapadas —o influenciadas— por flujos globales; pero también hay, a partir de las culturas locales (y por eso se habla de hibridación) un encuentro, dentro de relaciones de fuerza que varían de país a país, de clases a clases, de grupos culturales a grupos culturales, de etnias a etnias, etc. Es cierto que hay un fenómeno, una lógica de globalización y cada vez más referentes globales, pero dentro se produce una interacción: transacciones y negociaciones con estos flujos globales a partir de características singulares.

Esto no quiere decir que haya que abandonar aquella idea (fundamental en los años sesenta y setenta) de que, dentro de este proyecto global, hay un proyecto de dominación del mundo. Pienso que la cuestión de las redes y de su control estuvo siempre, en todas sus fases históricas, en el centro de un proyecto de control del mundo. Estamos en otra época, ahora todo es mucho más complejo, pero la globalización supone una jerarquización, y esto significa que detrás hay un proyecto de dominación, es evidente.

P: En comparación con los estudios realizados en los años sesenta y setenta (como los que usted realizó sobre Barrio Sésamo, la lectura de los mensajes Disney, etc.) los analistas de la comunicación deben incorporar hoy el concepto de complejidad. El mundo es más complejo, ¿hay más inercia en la emisión de mensajes que conspiración?

*Mattelart:
“Que el poder
sea volátil, no
significa que no
exista”*

R: Cuando miro atrás, pienso que en aquella época no teníamos una concepción manipuladora de los medios. El problema es que vivíamos en una realidad donde la manipulación se veía claramente por parte de las agencias estadounidenses, la burguesía chilena, etc. Decir que todos los estudios que se hacían estaban impregnados por una visión de complot y manipulación es una lectura que vino de fuera; no era así, a pesar de que estábamos viviendo en esa realidad. La prueba es que, cuando hicimos con el chileno Ariel Dorffman la lectura del Pato Donald, al mismo tiempo estábamos trabajando en los barrios obreros, en los cinturones industriales, tratando de averiguar qué pensaban ellos de la televisión o de la prensa obrera. Siempre hubo una preocupación por el retorno, por saber qué hace la gente con los mensajes que recibe, cómo los interpreta. Es evidente que hoy, la preocupación mayor no es tanto la fuente de emisión como la propia recepción: en el plano de los países, por ejemplo, habría que situar aquí los interrogantes sobre la re-territorialización de los mensajes y de las tecnologías de la comunicación.

Es verdad que en los años setenta, cuando se hablaba del nuevo orden informativo internacional (el NOMIC) lo que interesaba eran las lógicas de de-territorialización. Hoy se presta más atención a lo que pasa en el territorio de recepción. Sin embargo, no habría que olvidar que la estructura de emisión sigue siendo un aspecto fundamental, y que hay un problema que deriva de la arquitectura de Internet y de las redes de la información. Aunque se relativice el poder de la comunicación, hay cada vez más desafíos y retos para determinar la estructuración de estas redes. Yo asistí a los debates sobre el Acuerdo Multilateral de Inversiones (el AMI), y también a las discusiones del Acuerdo General sobre Aranceles y Comercio, el GATT, sobre la excepción cultural. Uno de los grandes argumentos de las delegaciones estadounidenses, en este tipo de foro, es que hay que dejar al receptor la última palabra, y que la cultura y la comunicación no necesitan ningún tipo de regulación por autoridades públicas nacionales o internacionales. ¿Ve a dónde puede llevar la relativización absoluta del proceso de comunicación?

Creo que actualmente, y esto es un paso importante, se trata de articular la fuente y la estructura de la emisión con los terrenos de recepción, y que existe una visión mucho más interactiva del proceso de comunicación. Decir esto es fundamental, porque uno de los peligros es pensar (o que nos hagan pensar) que, como todo es más complejo, más difuso y difícil de captar, ya no existe poder. Que el poder sea volátil no significa que no exista, los centros de poder siguen existiendo. Basta asistir a los debates en la Organización Mundial del Comercio sobre el derecho de autor, etc., para ver que, detrás de cada postura en la discusión, hay proyectos de sociedad y de ordenamiento del mundo que son distintos y que reflejan una concepción del poder.

P: Volviendo a la cuestión del poder y la cultura. Tengo la impresión de que Samuel Huntington, con su teoría de los choques civilizatorios, es un relativista cultural o hace el juego a los relativistas culturales, remarcando que hay culturas diferentes y valores diferentes en ellas, aunque luego afirma que “hay una cultura que realmente encarna los valores morales, éticos, civilizatorios”, que es la nuestra, especialmente la de EE UU. Por otra parte,

esta cultura que él menciona es la europea; es curioso el giro que hace: atribuye a Europa la cultura occidental, pero luego afirma que Europa no la cuida suficientemente y que es EE UU quien tiene que preservarla. Es una vuelta sofisticada.

R: Éste es un problema fundamental y, de hecho, muy antiguo. Yo recuerdo haber leído un libro de Waldo Frank (un intelectual estadounidense que escribió mucho, en los últimos años veinte, sobre la *americanización*). Cuando los europeos empezaron a criticar a EE UU su proceso de invasión cultural de Europa, él decía: “si ustedes nos atacan por americanizarlos, es porque ustedes han degenerado el concepto de cultura europea; el único lugar donde la cultura europea es susceptible de perfeccionarse es EE UU”. El segundo paso lo da una persona clave —más importante que McLuhan para entender lo que ocurre hoy— que es Brezinski, con su teoría de que la primera sociedad global de la historia es EE UU, algo que afirma ya en 1969. Y la tercera fase es Huntington, que admite una cosa que ya ha aceptado todo el mundo excepto los integristas: que la cultura es fundamental en las relaciones internacionales. Recupera el argumento de respeto a las culturas porque, si se entiende la cultura como un factor básico de las relaciones internacionales, se debe admitir que a pesar de tener acervos y puntos de partida distintos, son iguales. Sin embargo, lo introduce en una visión geopolítica en la que sataniza a ciertas culturas, sin llegar a ver que no hay que satanizar a las culturas porque dentro de cada una existen contradicciones y puntos de vista diferentes. Dentro del mundo islámico, por ejemplo, es evidente que el problema no es la propia cultura islámica sino que en ella (como en todas) hay gente que piensa de manera distinta, a partir de su zócalo cultural.

P: Resulta un esfuerzo extremo demostrar que existe una cultura única en EE UU, precisamente en una época en que la fragmentación de aquella sociedad es impresionante. Existen múltiples Estados Unidos y, además, enfrentados entre sí.

R: Esta es la cuestión: la reconstrucción a partir del concepto de global. La reconstrucción ideológica es el problema clave. Cuando hablo de ideología globalitaria, creo que Huntington es una rama de ella, y una rama que puede engañar porque toma en cuenta algo que generalmente se ha dejado de lado: el reconocimiento de las culturas, de muchas culturas.

P: Volvamos a Europa y en particular a Francia. ¿En qué punto se encuentra en este momento el debate sobre la ciudadanía? Me refiero al debate sobre quién puede ser ciudadano, frente a los inmigrantes y a quienes no han nacido aquí. Creo que hay una vinculación fuerte entre los conceptos de ciudadano, incluido/excluido y multiculturalismo, y no sé hasta qué punto algunos líderes políticos, intelectuales, medios de comunicación... comparten la tesis de Huntington de “partir” el mundo en trozos culturales, donde algunas culturas son más culturas que otras. ¿No está ocurriendo también en Europa, con el debate sobre quiénes podemos ser ciudadanos y quiénes no?

Mattelart:
“Que el poder
sea volátil, no
significa que no
exista”

R: A pesar de ser una sociedad multicultural y de haberse formado con capas de inmigrados de muy distintos orígenes, Francia está descubriendo ahora su multiculturalidad, y esto es un fenómeno relativamente novedoso, precipitado por una interrogación sobre qué es el Estado-nación. Durante mucho tiempo en Francia no hubo una interrogación sobre su diversidad, porque existía ese mito de Estado integrador. Es suficiente comparar lo que ocurrió en Francia y España: yo enseñé diez años en una universidad de Bretaña y, cuando nos reuníamos en Santiago de Compostela, a debatir con escoceses, galeses, catalanes, vascos..., era evidente que ellos tenían mucho más avanzada la reflexión sobre la multiculturalidad, a partir de un concepto de nación, que aquellos que veníamos de Francia. Porque los movimientos regionales en algunas partes de Francia son muy fuertes, pero no a partir de una interrogación de qué es la nación. Naciones sin Estado, como ustedes les llaman en España.

P: La comunicación, tal como está establecida en este fin de siglo, ¿sustituye, borra o “tapa” los valores que promueve la Declaración Universal de los Derechos Humanos? Parece que predomina una sociedad del espectáculo, una sociedad de la rapidez, la inmediatez, el consumo... que está haciendo desaparecer los valores. ¿Hasta qué punto los valores están amenazados, o la comunicación está volviendo opacos los derechos, tanto derechos humanos como de otro tipo, laborales, etc.?

R: Es difícil hablar de comunicación en general, pero la lógica, los dispositivos de la comunicación, efectivamente llevan hacia un mundo que “rompe” con una tradición de internacionalización de los valores, incluso con sus errores y desviaciones. Es exacto decir que uno ya no razona en términos de valores. Hay una trampa en el vocabulario: hoy no se puede decir que hay valores universales. La mundialización no significa que haya unos valores universales —esto es totalmente falso— sino la difusión de modelos de vida atrapada en un circuito comercial. Por eso se habla de “*democratic global market-place*”. No quiero decir que haya que sentir nostalgia de un orden antiguo, de un tiempo en que la gente gozaba únicamente con la lectura de Cervantes o algo similar, pero el problema es real: la subordinación a una cultura que tiene una lógica mercantil.

P: En su penúltimo libro figura una frase: se busca un denominador común, que es la convergencia cultural de los consumidores.

R: Ésta es la clave, el problema de la globalidad: la búsqueda de lo que se puede llamar el “coeficiente más masificador” de las personas.

P: Usted ha trabajado varios años en América Latina, en Chile en particular. ¿Se puede hablar hoy, como hace 20 ó 25 años, de comunicación alternativa, de proyectos alternativos a la comunicación global dominante, ya sean proyectos locales o intermedios? Porque en este momento se está planteando que las comunidades de base, movimientos de mujeres, del Tercer Mundo... se vinculen internacionalmente a través de Internet, por ejem-

plo. ¿Hay realmente espacio para estas alternativas, tanto en Europa como en el Tercer Mundo?

R: Con relación a los años sesenta y setenta, ahora hay una conciencia de la necesidad de apropiación de los instrumentos técnicos, en muchos más grupos y movimientos sociales que entonces. En todas partes se multiplican las radios comunitarias (yo tengo, por ejemplo, un estudiante que trabaja sobre las radios de las comunidades indias en Ecuador), y esto por no hablar de las tentativas de apropiación de Internet para el intercambio científico, intercambio entre redes sociales, ONG... Creo que hoy es cierto que el uso social de las tecnologías se ha planteado como problema esencial de la organización.

P: Entonces, al igual que hay comercio justo, comercio alternativo, ¿queda aún espacio para la comunicación alternativa?

R: Realmente sí. Basta mirar un ejemplo entre otros, quizá más avanzado: la asociación de radios comunitarias a nivel mundial. No se habla de ellas porque hay medios más espectaculares, pero realizan un trabajo muy importante en África, en los movimientos populares latinoamericanos, etc. Y gracias a las nuevas tecnologías, como Internet, se han hecho posibles otras redes de intercambio. Lo esencial es decirse que ésta no es la única alternativa (como se consideraba en los años sesenta o setenta), sino una de las alternativas. Hay otros frentes importantes en la comunicación donde luchar, como seguir pensando en la estructuración global del sistema, intervenir en los debates y discusiones del GATT, la OMC, en todas partes... Después del fracaso —relativo— del NOMIC, se abandonó en gran medida la idea de políticas culturales, políticas de comunicación. Pero progresivamente, a partir de una reflexión sobre la apropiación crítica de este entorno mediático y de comunicación, se va a volver a plantear la necesidad una articulación entre la acción de la sociedad civil y la acción del Estado. Esto es fundamental, tanto a nivel nacional como internacional.

P: ¿Qué papel desempeña —y, sobre todo, puede llegar a desempeñar— Internet en las campañas antiglobalización?

R: Una acción clave, que reveló la importancia de Internet en las nuevas formas de resistencia a los modelos de globalización fue, sin duda, el uso precoz que hizo de este sistema el movimiento neozapatista. Un segundo momento fue la acción concertada, durante tres años, de más de 600 ONG de alrededor de 70 países, relacionadas entre sí a través de Internet, para detener en abril de 1998 las negociaciones del Acuerdo Multilateral de Inversiones (AMI), en el marco de la OCDE. Todavía más espectacular ha sido lo ocurrido en Seattle, que se transformó en un verdadero “evento global” y confirmó el lugar estratégico reservado a esta técnica de comunicación, a partir de ahora, en las nuevas modalidades de intervención colectiva a nivel planetario. ¡Fue a partir de las dos primeras experiencias cuando los estrategas de la *netwar* (la guerra de la red) comenzaron a formalizar su doctrina de “las nuevas formas de activismo político”, como uno de los

*Mattelart:
“Que el poder
sea volátil, no
significa que no
exista”*

puntos neurálgicos de las fuentes del nuevo desorden mundial!

Al precipitar el fracaso de la denominada “ronda del milenio” de la Organización Mundial del Comercio en Seattle, la movilización de las ONG, sindicatos y asociaciones —fruto de una preparación y una concertación previa a través de las redes— no pudo menos que fortalecer la convicción de estos estrategas sobre la necesidad urgente de elaborar una respuesta a las nuevas formas de resistencia ciudadana a un mundo mercantil.

P: ¿Cuál es la función que juegan los medios de comunicación a la hora de elaborar una respuesta a las crisis humanitarias?

R: Esta cuestión tiene varias facetas. Es seguro que las crisis humanitarias han acelerado la reformulación de estrategias mediáticas internacionales. La pareja humanitarismo/medios periodísticos se ha revelado el “caballo de Troya” de la doctrina de la injerencia. Un suceso de la nueva logística humanitaria/medios ocurrió en verano de 1992, durante la operación *Restore Hope* en Somalia, cuando se vio a las fuerzas de intervención desembarcar con sus tambores y trompetas y, después, regresar con el rabo entre las piernas. Por lo tanto, hay crisis humanitarias y crisis humanitarias... Hay una selectividad en las crisis. En unos casos se elige intervenir y en otros se practica la inhibición, en función de una doctrina de la seguridad global selectiva. El silencio relativo sobre las tragedias que acompañan a la implosión africana es una buena demostración de esto. Por último, está claro que el humanitarismo es un eje central de las estrategias de legitimación moral de las nuevas formas de intervención militar. Esto se ha visto en Kosovo; allí también hay una clara evolución en el pensamiento de los estrategas militares.