

ENTREVISTA A **ARMAND** MATTELART: DE 'PARA LEER AL PATO DONALD' A LA 'COMUNICACIÓN - MUNDO'

ARMAND MATTELART ES UNA DE LAS FIGURAS CLAVE EN EL ESTUDIO DE LOS SISTEMAS COMUNICACIONALES Y CULTURALES. CON MÁS DE 20 OBRAS TRADUCIDAS AL CASTELLANO, VIO SU TRAYECTORIA PERSONAL Y ACADÉMICA MARCADA POR SU ETAPA COMO INVESTIGADOR EN CHILE, DONDE VIVIÓ DESDE 1962 HASTA EL GOLPE DE ESTADO DE 1973.

Armand Mattelart advierte en sus conferencias que las palabras producen realidad y desencadenan actos.

Durante la entrevista, sus respuestas enfáticas revelan una preocupación por hacerse entender de forma precisa. Algo lógico viniendo de quien lucha contra la instrumentalización de conceptos como "sociedad de la información" o "diversidad cultural" al servicio de un proceso de dominación cultural y de hegemonía del mercado. Los observatorios de **medios** de comunicación surgidos tras el Foro Social Mundial de Porto Alegre son su apuesta. Y la defensa de la excepción cultural, la fórmula para preservar el principio de interés público. Capaz de conciliar la concepción alternativa y de base con la idea de comunicación-mundo, cree poco realista reducir la lucha contra el poder omnímodo del mercado a la creación de comités de expertos y a la aprobación de medidas reguladoras. "Corremos el peligro de dejar el poder a los expertos y al Estado, y éste no puede funcionar sin la presión de una sociedad civil informada".

Algunos intelectuales afirman que la concentración del negocio multimedia no equivale a imperialismo cultural, sino que puede llegar a acentuar la diversidad ¿Qué opina usted?

Me recuerda al discurso de Régis Mesnier, patrón de Universal-Vivendi, quien publicó un artículo en "Le Monde" titulado 'Abajo la excepción cultural, viva la diversidad cultural': En él decía algo así como: "Yo estoy por una sociedad mestiza. Quienes están a favor de la excepción cultural son aquellos que tienen miedo": Las grandes corporaciones plantean que, al concentrarse, van a poder ofrecer una gama cada vez más diversificada de productos en las vitrinas.

Un discurso que es también el de muchos estados, incluso el de la Unión Europea. La tesis contraria vincula la diversidad cultural con una reflexión sobre la necesidad de retirar de las leyes del mercado salvaje todo el campo de lo que llamamos bienes colectivos o bienes públicos comunes: la cuestión de la cultura, la educación, la salud y el medio ambiente. Resulta evidente que donde hay una concentración de **medios** se dan cierto tipo de publicaciones o de programas que no prestan atención a la vida o a la creatividad porque no hallan en ella una inversión rentable a corto plazo.

¿Cree que existe un mayor control sobre la información por parte de los estados desde el 11-S?

Desde el 11 de septiembre, la guerra contra el terrorismo ha reasociado los conceptos de guerra interna y "global-war": Se trata de una noción que atañe no solamente a lo militar, sino también a lo civil. Crece la tendencia a criminalizar lo que en tiempos normales no se criminaliza. Para empezar, la protesta social. A eso se agrega la presión de la propia

realidad, que hace que la gente no quiera perder su trabajo. Esta lógica implica también a otros estados y a la propia Unión Europea, que se resistió durante seis meses a la petición, casi imposición, de Estados Unidos de entregar una cincuentena de datos sobre los pasajeros de avión, pero finalmente capituló y aceptó facilitar 27 datos sobre cada pasajero, sin respetar su propia directiva sobre la protección de datos personales. La UE entra en este juego, donde un socio, un hiperpoder, aprovecha la guerra global para fijar una legislación. Es el problema de todas las legislaciones antidisidencia.

¿Existe un despertar de las reivindicaciones cívicas para pedir más transparencia informativa?

Hay actualmente focos de toma de conciencia, cuya intensidad depende de las condiciones de cada país. Pese a la relación asimétrica que tiene el receptor con los **medios**, todo el mundo se ha dado cuenta de la importancia de éstos en la conformación de las mentalidades. La gente no se echó a la calle contra la guerra de Irak por nada. Fue algo importante porque la realidad directa formó la conciencia. Tal vez representó sólo un brote, pero me parece que estamos viviendo en un mundo donde los acontecimientos revelan tanta manipulación y mentiras que los ciudadanos comienzan a sentirse afectados. Es el caso de las asociaciones de documenta listas de ciencias de la información, los profesionales del "data-mining": Muchos de ellos están empezando a movilizarse porque les inquietan estas estrategias de cierre de su propia profesión derivadas de la lógica de represión y de la legislación antiterrorista.

Pero la gente sigue buscando todavía una respuesta a ese estado de manipulación que les afecta en el discurso de alguno de los grandes **medios** de comunicación, que a su vez participan de las lógicas del sistema y de la tendencia a la concentración empresarial. No sólo los intelectuales críticos advierten de que la falta de pluralismo de **medios** es peligrosa para la democracia. Lo dijo en abril de 2004 el Parlamento Europeo, que ha solicitado a la Comisión Europea que establezca una directiva sobre los umbrales de concentración empresarial a partir de los cuales no hay pluralismo. Yo creo que el problema de la pluralidad de las fuentes de información es fundamental. Pero no sólo la pluralidad de las fuentes en el contexto mediático clásico, lo que llamamos los grandes **medios**, sino también a partir de voces que se expresan a través de canales alternativos.

En España existe un debate sobre la necesidad de devolver a la radiotelevisión pública su papel de servicio público. Para avanzar en este sentido, se ha constituido un comité de expertos. ¿Qué futuro pueden tener este tipo de iniciativas?

La noción de participación es un elemento clave en la base del sistema democrático y en la definición del principio de servicio público, que vale para todos los campos del bien público. En Francia tenemos ahora dos empresas fabricantes de armas (Dassault y Lagardère) que controlan el 60 o 70 por ciento del conjunto de la prensa, mientras que TF1, la cadena de televisión de mayor audiencia (40%), es propiedad de un constructor de edificios y carreteras (Grupo Bouygues). Ante esta situación, pienso que una reflexión del Gobierno a través de comisiones de expertos no es suficiente. Debido a la importancia del sistema mediático, tanto a nivel financiero como a nivel político, ambos evidentemente entremezclados, es necesario crear una institución perenne que permita escuchar a otros sectores, además de a los propios expertos.

Supongo que se refiere a los observatorios de **medios**. ¿Qué son y para qué sirven exactamente?

La idea de **observatorio**, tal como tratamos de implementarla, está enfocada a partir de la necesidad de crear un movimiento de educación popular sobre los **medios**. Por ello, los observatorios toman en cuenta las tres patas de la sociedad civil organizada: los periodistas y los sindicatos, los investigadores y las asociaciones de usuarios de los **medios**.

Las formas de apropiación del universo mediático por cada sociedad, van a ser muy distintas, pero hay que anclar la crítica y la acción en la sociedad civil organizada, si no corremos el riesgo de dejar el poder a los expertos y al Estado. El Estado no puede funcionar sin la presión de una sociedad civil informada. El proyecto que planteo es utópico, pero es el porvenir, porque hoy en día estamos apenas en el umbral de la complejidad mediática tecno-informacional y debemos mirar lejos, incluso si hay fracasos.

¿No cree que una fiscalización de la actividad informativa por parte de sectores de la sociedad civil puede generar un rechazo sistemático entre los profesionales?

Es el problema clave. En Francia, apenas fundado el **observatorio de medios**, tuvimos a "Le Monde"; "Le Nouvelle Observateur" y "Libération" en contra de nosotros, acusándonos de crear una célula de control. Para los adversarios de este tipo de proyecto, la cuestión de la observación-participación se reduce a la idea de control. El mundo se vuelve al revés.

La creación en España de un Consejo Deontológico del periodismo también ha suscitado una cierta controversia desde ciertos sectores de la empresa periodística. Hay miedo. En el Caso de los observatorios y a partir de la incorporación a ellos de los sindicatos, la cuestión no trata ya sólo de las noticias, de los "dérápaje" o derivas informativas. Entran de lleno también en una reflexión sobre el estatuto del periodista, no sólo del estatuto del periodista que trabaja en los grandes diarios, sino también de todos los becarios y de los periodistas "free-lance".

En su libro "Historia de la sociedad de la información"; que se va a reeditar en España, usted dedica un capítulo a la vertiente geopolítica de esa complejidad mediática. Allí describe como la "information dominance" acuñada en tiempos de Reagan está detrás de categorías como "intervenciones quirúrgicas" "daños colaterales" o "estados fallidos" que resultan determinantes en el desarrollo de los conflictos e intervenciones armadas de los últimos años. Es la ideología militar de la represión. El problema es que hoy en día las elites dominantes tienen una conciencia de lo global y, aunque ésta sea una falsa conciencia, la sociedad debe tratar también de vincular todo lo que parece disperso y formar un mosaico. ¿Cree que la sociedad española está preparada para asumir una resistencia organizada ante la ideología represiva?

La alternativa global no existe, como no existe la sociedad de la información global. Cada realidad reacciona en función de sus datos culturales e históricos y de la maduración de su propio movimiento social. Cuando pienso en los estudios sobre relaciones entre género, **medios** y cultura, me parecen más desarrollados en España que en Francia. Es un ejemplo de cómo cada realidad se desarrolla en función de las propias obsesiones, pero también a

partir de los vacíos y las carencias.

Los proyectos de comunicación alternativa no parecen vivir su mejor momento ¿Cree que esto representa un obstáculo para el pluralismo?

Desde hace mucho tiempo hay una ideología de base que ha hecho brotar, radios y televisiones marcadas por una concepción alternativa frente a los grandes **medios**. El defecto de esta perspectiva consiste en abandonar la lucha dentro de contexto mediático y no pensar en los **medios** de comunicación como un conjunto. Se está empezando a producir un cambio. Tanto en el Foro Social Mundial de Porto Alegre, como en el último Foro Social de las Américas, celebrado en Quito, ha surgido una reflexión sobre cómo los **medios** alternativos pueden formar parte de un sistema de comunicación democrático, donde no sólo sean ellos fuente de democracia y de participación. Esta reflexión busca inyectar la idea de interés público y de servicio público en el propio sector privado, así como renovar la idea de servicio público a través de la participación de los ciudadanos.

¿Qué opina de acontecimientos como el Forum de Barcelona, donde los principios de diversidad cultural y de sostenibilidad convivían con intereses urbanísticos y estrategias de lavado de imagen por parte de importantes empresas?

Prefiero no opinar directamente sobre el Forum y contestar de una forma más general. La noción de diversidad cultural es hoy una Idea que se ha vuelto profundamente ambigua. Si analizamos las teorías del management, nos damos cuenta de que, para alcanzar blancos mundos, hay que combinar lo local y lo global. La propia empresa sabe muy bien que una regla para la eficacia a nivel mundial es acercarse a las culturas y mestizar sus prácticas. En el extremo de esta filosofía de marketing se halla el movimiento altermundialista, para el que la diversidad representa el fundamento de un nuevo modo de organización militante y de un mundo que rechaza la lógica de la mercancía. Antes de utilizar un término hay que definirlo, porque reenvía a ideologías muy distintas y muy contradictorias. Eso demuestra que cada vez hace falta más vigilancia desde el ámbito intelectual. La cuestión sobre la diversidad cultural pertenece a ese campo donde entran diversas concepciones de un mismo término.

El discurso de las grandes corporaciones coincide cada vez más con el de muchos intelectuales...

De muchos intelectuales que no quieren reflexionar sobre el fundamento de la filosofía de los bienes públicos comunes. El principio de autorregulación a través de la ley del mercado se puede aplicar a todos los campos, hasta al medio ambiente. Por otra parte, existe una corriente en la propia antropología según la cual la gente tiene capacidad de resistir, incluso a los productos estadounidenses, porque los lee de otra manera a como están diagramados o programados. Es la realidad, pero a la vez sostiene una argumentación que permite deslegitimar toda discusión sobre lo que es una política pública. El problema hoyes que estamos viviendo en tiempos ambigüedad, y estas ambigüedades forman parte de una lógica de fondo que pasa por la transformación el papel de los intelectuales en la visión crítica de la sociedad. Un intelectual es una persona que debe tomar distancia, no para aislarse eh su torre de marfil, pero sí para entregar un conocimiento que pueda servir a la

sociedad. En cambio, asistimos a la transformación del intelectual, crítico, negativo, en un intelectual que sólo acompaña el proceso "managerial" de gestión de la sociedad. Es decir, el intelectual positivo, positivista.

Por Jordi Navas

Fuente: revista de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España FAPE

Más información: www.fape.org