



# “Hay que recuperar la historia y el sentido de las palabras”

## Entrevista a Armand Mattelart

Gustavo Abad y José Villamarín

Investigadores del CIESPAL

### Resumen

*Entrevista acerca de la visión del autor sobre sus criterios de descongelamiento social en estos años y cómo se lucha contra la hegemonía social desde el uso del lenguaje.*

**Palabras clave:** Glaciación social, contrahegemonía, comunicación industrial, comunicación de servicio público.

### Resumo

*Entrevista sobre as opiniões do autor sobre seus critérios descongelar sociais nos últimos anos e como anti-social a hegemonía do uso da linguagem.*

**Palavras-chave:** MGlacição Social, contra-hegemonia, comunicação industrial, serviço público de radiodifusão.

**Gustavo Abad:** Comencemos hablando de la evolución del pensamiento sobre comunicación, cultura y política en las últimas décadas. Usted ha dicho que en los años 80 y 90 se produjo una especie de glaciación del debate y que, a partir del nuevo siglo, estamos saliendo de ese congelamiento. ¿Qué características tiene este descongelamiento, quién lo provoca, con qué efectos?

**Armand Mattelart:** Desde mis estudios sobre los aspectos geopolíticos de la comunicación, creo que hay tres acontecimientos que permiten señalar progresivamente el regreso de la reflexión y del pensamiento crítico. El primero se produce a finales

de los 90 en las protestas de Seattle, como una manifestación global en contra del sistema neoliberal. Sin embargo, lo de Seattle fue el resultado de una serie de manifestaciones anteriores en contra de este sistema. Recordemos que a principios de esa misma década, el movimiento zapatista del subcomandante Marcos surgió en el contexto de la construcción de un mercado único entre México, los Estados Unidos y Canadá. Por lo tanto, el avance de las ideas siempre va a estar vinculado con las transformaciones en la base material y económica de la sociedad. El segundo acontecimiento es la invasión de los Estados Unidos a Irak, que se produce bajo el discurso de la llamada lucha global

contra el terrorismo. Es muy importante este hecho, porque mostró las contradicciones y el lado oculto del discurso pacificador de la globalización neoliberal y de la llamada sociedad de la información. Se puso en evidencia que los dispositivos informacionales sirven también para vigilar y controlar. Ese modelo panóptico estaba oculto antes de estos acontecimientos, porque habíamos estado pensando en las tecnoutopías de la sociedad de la información. El tercero es la crisis financiera de septiembre de 2008, en los Estados Unidos, que demuestra claramente que el modelo presentado como el último peldaño de la evolución humana se cae. La crisis financiera es también una crisis de la civilización, de la ecología y de la energía. Por eso, no solo necesitamos resolver las crisis financieras, sino pensar en nuevos modelos de civilización, de consumo, de producción de energías favorables a la vida. En ese contexto surgen nuevos actores con nuevas filosofías de vida, con pensamientos que el modelo neoliberal intenta hacer olvidar.

**GA:** Quiero aprovechar esto último para pedirle una reflexión acerca la manera de nombrar las cosas. Usted ha dicho que es necesario dotar nuevamente de sentido a ciertas categorías históricas como resistencia, hegemonía, lucha social, entre otras. ¿Cómo hacerlo en un mundo en que las nuevas tecnologías de la comunicación y la información tienden a volverlo todo ambiguo, incluyendo el mismo concepto de sociedad de la información?

**AM:** Bueno, es lo que trato de hacer desde hace más de 15 o 20 años. Volver a la historia. Creo que la pérdida del control de los conceptos viene de la deshistorización, que es la falta de historia de las palabras. Le doy un ejemplo muy cotidiano y público. Actualmente todos hablamos de redes sociales. Cuando escuché por primera vez las palabras *redes sociales* como un producto de internet, me dije: ¿Qué quieren decir con esto? Históricamente, la noción de redes sociales ha estado anclada a proyectos emancipatorios y colectivos. Las llamadas redes sociales por internet no deberían llamarse así, porque son producto de una sociedad individualizada. No tengo nada contra la individualidad siempre que no oculte otras realidades históricas, como la movilización real de los ciudadanos. Yo creo que las redes sociales de las que estamos hablando actualmente, como facebook, twitter, etcétera, solamente son redes de socialización *on line*. Sin embargo, nos están imponiendo las palabras y los conceptos y resulta muy difícil remontar un pensamiento que ya está divulgado. Cuesta mucho proponer otra visión de las sociedades y del mundo.

**José Villamarín:** Entonces las nuevas tecnologías ponen en evidencia la necesidad de retomar estudios históricos, culturales, sociopolíticos...

**AM:** Efectivamente, yo pienso que las nuevas tecnologías nos obligan a una reflexión crítica dentro de las problemáticas de la economía política de la comunicación y la cultura. Cuando uno mira la historia de las ideas críticas sobre comunicación, cultura y política, vemos que gran parte de ellas tienen que ver con las problemáticas de América Latina, porque en esta región los temas del desarrollo y la educación han estado ligados a los procesos de comunicación. Creo que eso hizo que en América Latina surgieran los planteamientos principales de lo que hoy conocemos como derechos a la comunicación, políticas de comunicación, entre otros, que intentan nivelar las asimetrías entre países en los procesos de comunicación y cultura. En Europa, en cambio, la reflexión circuló en torno a la crisis de los servicios públicos y al surgimiento de las industrias culturales. Ahí la televisión no era industria cultural sino servicio público. Entonces, hay que preguntarse, qué ha pasado en estos años de congelamiento de las ideas, qué nuevas problemáticas han surgido. Hay temas que no habíamos sospechado y a los que no estábamos acostumbrados como, por ejemplo, el de la propiedad intelectual. Es decir, la respuesta de los que no tienen dinero para comprar productos culturales y no tienen otra opción que piratear. Son problemas muy complejos que nos obligan a interrogar cada vez un espectro más amplio de temas desde la economía política de la comunicación. Uno de ellos es el uso y acceso a las nuevas tecnologías.

**GA:** ¿Usted es optimista respecto de la recuperación de una perspectiva crítica en la investigación de la comunicación y la cultura, que nos permita comprender mejor los procesos ideológicos y las relaciones de poder en este campo?

**AM:** Yo pienso que, a pesar de esta glaciación de la que hemos hablado, en América Latina han surgido pensadores críticos que construyeron y siguen construyendo esa reflexión. Mi contacto con las universidades de América Latina me ha permitido constatar la existencia de un sector crítico, que se refleja en los temas de tesis, en las problemáticas académicas, donde plantean una preocupación por la memoria que se ha construido desde la investigación, que fue olvidada entre los años 80 y 90. Yo diría que también es una reacción generacional en contra del arrastre negativo de la globalización, porque los jóvenes investigadores sufren en carne propia este modelo de globalización. Entonces, yo veo que en el ámbito estudiantil y académico hay una gran preocupación acerca de, por ejemplo, cómo cambiar las reglas del juego en las estructuras mediáticas; cómo participar en la construcción de una nueva sociedad, no de la información sino del saber, más bien dicho, de los saberes diversos.



**JV:** ¿Esas tensiones antiguas entre la televisión como servicio público y la televisión como industria cultural se expresan en el actual enfrentamiento entre medios públicos y privados, como en el caso ecuatoriano?

**AM:** Creo que en este tema también es necesario limpiar el terreno para abordar estas realidades. A veces me sorprende de que usemos la denominación medios públicos. ¿Qué significa un medio público? Para muchos son medios gubernamentales, mientras que para otros, como en la tradición europea, son medios de servicio ciudadano. Yo planteo la necesidad de replantear esos temas, puesto que la pertenencia de un medio al Estado no lo convierte en público. El problema es la dificultad que supone, en ciertos países, la falta de una tradición de servicio público, es decir, no saber cómo hacer las cosas bajo otros valores y otros procedimientos. Pero eso no significa que no haya agentes y actores que puedan aportar a la construcción de esos proyectos de medios públicos. El problema también está en quién lleva adelante esos proyectos.

**JV:** ¿Cómo hacer que los medios privados manejen la información como servicio público y no como un producto más de la industria cultural?

**AM:** El medio privado, de cualquier modo, tiene la obligación de manejar la información como servicio público. Tiene una misión pública, puesto que usa el espectro mediático que es un bien común de la humanidad. El problema es que la mayoría de medios privados no quiere aceptar que existan otras nociones de libertad de expresión distintas a la noción de libertad de propiedad. Ese es un gran problema para las democracias, hacer que emerjan otras nociones de libertad, que involucren otras nociones de lo público.

**GA:** En América Latina asistimos al enfrentamiento entre un Estado comunicador y unos medios opositores. Entre los dos se disputan el control del debate social ¿Cuál es su reflexión acerca de este estado de cosas y qué nos corresponde hacer como ciudadanos?

**AM:** Yo pienso que lo que debemos defender, a la larga, es una noción de libertad de expresión plural. En Chile, durante la época de la Unidad Popular, no tuvimos tiempo de plantearnos estos temas. Actualmente hemos llegado a unos niveles de polarización extraña, donde la oposición usa la noción de libertad de expresión con fines de sedición. Entonces, la experiencia chilena me dice que lo único que nos queda es evitar esa polarización, aunque no es fácil. 🌐

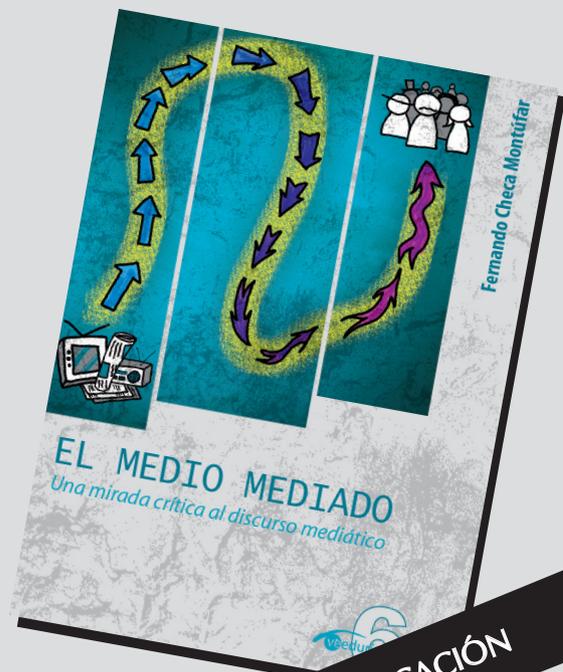
## El Medio mediado

Una mirada crítica al discurso mediático.

Fernando Checa Montúfar

Es una guía para reconstruir el discurso mediático con un espíritu crítico, como un trabajo de mediación entre los contenidos de los medios y las audiencias, y como una contribución a la formación de ciudadanos para que exijan una mejor oferta mediática. Para este propósito, el autor presenta una serie de artículos e investigaciones que plantean una mirada crítica, no estigmatizadora, propositiva, pedagógica e independiente de los poderes políticos, económicos, empresariales, de los anunciantes y, en general, de todos los actores que se mueven alrededor del mundo de la información.

Pídalo a: [libreria@ciespal.net](mailto:libreria@ciespal.net)



NUEVA PUBLICACIÓN