

Democracia y Comunicación

Armand Mattelard

<http://www.inisoc.org/mattelard.htm>

Armand Mattelard, profesor de Ciencias de la información y de la comunicación en la Universidad de París VIII, es autor de numerosos libros dedicados a la comunicación, como *La Communication-monde* (1992) y *L'Invention de la communication* (1994). Entrevista realizada por Jordi Gordon. El sistema democrático peligra en la sociedad de la información. El profesor Armand Mattelard, uno de los principales teóricos de la Comunicación, nos alerta de este riesgo provocado por la sumisión a las tecnologías y al mercado más allá de cualquier proyecto social y político, y realiza una revisión crítica de los mitos de la sociedad global de la información.

Usted ha venido a España a participar en un seminario sobre el déficit democrático en la comunicación y la información en pleno momento de euforia tecnológica. ¿Cuál es el significado de esa afirmación?

Concretamente ese déficit está relacionado con el problema de la transformación de los sistemas de comunicación e información, tanto de los Medios como la emergencia de las nuevas tecnologías. El desafío que suponen para la humanidad no está siendo discutido en el seno de la sociedad civil organizada, sino que, por el contrario, está al margen de la mirada de esa sociedad civil.

Un ejemplo es la fascinación que nos produce Internet, que logra abstraernos de toda mirada crítica y agrava la concepción darwinista de la bondad de las tecnologías que se ha instalado en nuestra sociedad. Mientras los lobbys, los grupos de presión trabajan presionando a los políticos no hay respuestas de la sociedad. De esa manera todo se convierte en un problema técnico. En realidad, eso es el pensamiento único, no existen problemas políticos ni sociales desde los que abordar este mundo. En las directivas europeas sobre la TV sin fronteras, La Sociedad global de la Información y la Convergencia se abordan esos temas desde la negación de lo político, sin debate social y ese es uno de los mayores déficit democráticos.

Además, hay una ofensiva ideológica con el concepto de democracia del mercado. Los lobbys empresariales usan siempre el argumento de que cualquier regulación en el ámbito de la comunicación es censura. En la defensa de sus intereses, sostienen que el consumidor debe ser el único juez. Esa concepción liquida la política pública. Y para mí tanto la comunicación, como la educación, la salud o el medioambiente son derechos públicos inalienables.

Es curioso, por eso, cómo un documento del Departamento de Estado de EEUU expresaba su temor a que las regulaciones y la excepción cultural que se ha debatido en

Europa frente a la invasión y el dominio del mercado de contenidos por EEUU, se extendiera a los países del Este y a otras partes del mundo y acabe poniendo en peligro su hegemonía.

Vivimos hipnotizados por la nueva economía, por las tecnologías, y nos venden un futuro de progreso económico sin límites.

Esta situación se explica por el descalabro de la ideología del progreso que ha sido sustituida por una ideología de la técnica y del mercado. Hoy la ideología del progreso es la ideología de la comunicación. La idea de progreso ha sido reivindicada desde el siglo XIX tanto por los liberales como por los reformadores sociales o utopistas. Hasta hace poco todos los sectores sociales estaban de acuerdo en que el progreso permitiría zanjar las desigualdades sociales y suprimir las injusticias sociales. Pero esta noción ha fracasado. Los años setenta son la constatación de que la vieja ideología del progreso infinito ha fracasado porque todas las estrategias, tanto capitalistas como socialistas, no han logrado zanjar las desigualdades sociales. Y es a partir de esa época, cuando se empieza a producir lo que los norteamericanos llaman la revolución de las comunicaciones que, en una metamorfosis progresiva, lleva a abandonar la ideología del progreso en provecho de la ideología de la comunicación que, curiosamente, retoma los mismo mitos. Su discurso es difundir que para progresar todos debemos comunicar. Todos debemos comunicar, aunque poco importa que detrás no haya ningún proyecto social.

Tengo que decir que la ideología de la comunicación es una ideología de cínicos. Si usted mira los tratados de Marketing global, observará que los publicistas trabajan solamente para el 20% de la población mundial y que ignoran absolutamente al resto de la humanidad. Es una ruptura tremenda en relación con la ideología progresista que se ha olvidado. El progreso técnico, por el momento y tal como está desarrollándose, sólo aprovechará a aquellas clases medias que están incluidas en el plan de beneficios de la globalización. El gran drama es que la humanidad está aceptando mayoritariamente una ideología que piensa que integrar al 80% de la población mundial es imposible. Eso explica, por otro lado, las rebeliones y estallidos sociales que están surgiendo en muchas partes del mundo. Mucha gente se da cuenta que con este modelo no se puede sino ir hacia atrás.

¿Se podría interpretar que existe un cierto aire de nostalgia en sus planteamientos?

Yo no soy nostálgico, los nostálgicos son conservadores. Cuando hacemos un análisis crítico es para avanzar. La nostalgia es una capitulación frente a la realidad. Se trata de analizar que, en nombre del progreso, se construye un discurso sobre la sociedad de la información carente de todo contenido social y donde sólo hay mercado y desregulación. Es significativo que en todos los documentos de la Unión Europea, en todos los discursos políticos se hable de la sociedad de la información, pero en ningún sitio se dice qué es la información. El libro blanco de la Comunicación que la Unión Europea tiene comprometido desde 1992 sigue paralizado. Mientras tanto, las empresas de la comunicación siguen creciendo y ocupando espacios públicos y privados, y los ciudadanos se encuentran con una especie de " fraude legal" porque no hay medidas que protejan sus derechos colectivos.

A menudo nos encontramos con la perplejidad, la confusión y con el hecho de que el lenguaje que se ha utilizado para analizar y definir la sociedad civil y democrática ha sufrido una cierta perversión semántica.

Todo se vuelve natural. Los cambios se presentan a partir una mirada darwinista. Un anuncio sobre solidaridad sirve para vender un coche. Esta subversión del lenguaje se ha venido produciendo progresivamente desde 1970. Los sectores críticos de la sociedad han sido descompaginados porque han debido pasar de una concepción de la Comunicación que tenía como único punto de vista su crítica como si fuera demoníaca, para plantearse cual debe ser la alternativa democrática a la Comunicación y los Medios actuales.

La comunicación ya no es sólo los medios, el campo de la comunicación abarca todos los intersticios de la sociedad, lo que para los ciudadanos es difícil de entender.

La llegada, la penetración de un modo de pensar único sobre la comunicación ha llegado de manera sutil, clandestina sin que nos diéramos cuenta de que socavaba las bases de la sociedad. Hay fuentes de emisión de esta ideología de la Comunicación que es múltiple como por ejemplo el lenguaje, los conceptos y nociones que utiliza la Unión Europea en sus directivas.

En ese sentido, merece la pena recordar que la primera directiva que dictó la Comunidad Europea relacionada con la Comunicación fue sobre publicidad. Es muy revelador de cómo se han producido las cosas y también que fuese la primera cuestión en la que bajamos la guardia. Los únicos actores que participaron en la discusión eran las asociaciones de consumidores que nunca habían reflexionado sobre un problema filosófico, el papel de los Medios y de la Comunicación. La discusión se centró sobre la veracidad o no de los mensajes publicitarios y sobre la competencia.

Progresivamente se fueron formando lobbys. Después de esta directiva se fueron aprobando otras sobre la Televisión sin Fronteras, La sociedad Global de la Información y la Directiva sobre la Convergencia. Todas con un denominador común: la ausencia de reflexión política y la reducción de todo el debate a los problemas técnicos. Ahí se ve la deriva del lenguaje de los políticos europeos en la negación de lo político, el ciudadano es consumidor o usuario.

Por otra parte, en los años setenta como consecuencia de las investigaciones que se realizaron en el campo de la electrónica militar y de la fuerza aérea norteamericana Strategic AIR Command, llegan nuevos métodos al campo civil para predecir el futuro. De repente, un conjunto de fábricas de ideas se pone a producir discursos y escenarios de anticipación de la técnica y se pone en marcha un verdadero dispositivo de producción de representaciones en favor de la tecnología. Es la época de los grandes informes en Japón, EEUU y cuando piensan sus sistemas de Comunicación y surgen conceptos que ahora se usan cotidianamente como sociedad postindustrial, sociedad de la información, etc.

De la misma manera que en el siglo XIX los reformadores sociales y hasta los años veinte las utopías de los reformadores sociales acompañaron un modo de desarrollo y la lucha de clases en el ámbito nacional e internacional. Yo creo que a partir de la segunda guerra mundial progresivamente la utopía- no debería llamarse así-, se ha transformado

en la construcción de representaciones para hacer desear una sociedad electrónica que es en sí misma una sociedad de mercado. La Democratic Market Plays.

Paralelamente, en vez de suscitar una reflexión de las clases intelectuales sobre técnica, sociedad y democracia, se produjo progresivamente una transformación radical de posición de éstas sobre la noción de democracia. Saturados, desencantados frente a los fracasos reiterados, los intelectuales se han separado de una reflexión crítica de la sociedad. Y esto sí que es un problema mayor.

La llamada sociedad de la información, en mi opinión, implica la necesidad de integración de los productores de la materia prima, de la materia del conocimiento a la lógica del sistema. Hoy en día hay una lógica estructural que lleva a los productores del saber a colaborar con un tipo de sociedad sobre la que a lo mejor no se interrogan.

Es duro decirlo, yo estoy en una Universidad en la que hay sectores con un pensamiento crítico pero hay otros que ya no siguen pensando, que ya han dejado de pensar en la misión de la Universidad y del servicio público frente a los retos de esta lógica de integración.

Cuando se dice que triunfa la idea de democracia mercantil, el triunfo de la democracia de mercado no es un lema general tiene actores muy concretos que se resisten a unas ideas y hacen avanzar otras, etc. Yo creo que tanto la creación de representaciones como la resistencia a otras no existen si no están integradas en un tejido social y no al margen de él.

¿Qué papel están jugando los partidos políticos, los gobiernos, los Estados en el deterioro de la calidad del sistema democrático?

Cuando hablamos de los déficit de la democracia, de estas crisis que envuelven al Estado de Derecho deberíamos plantearnos hasta qué punto estamos defendiendo la democracia con instrumentos anticuados. A nuevos tiempos, a la desregulación, a un tiempo de crecimiento de las nuevas plutocracias se hace necesario dotar a la sociedad civil de nuevos instrumentos que garanticen el ejercicio de sus derechos colectivos. La comunicación es mucho más que los medios, participa en la producción, en el ocio, etc. Hay una invasión y, a la vez, una cesión de los Estados de su propia soberanía. La expansión de la comunicación se hace a costa de la privatización de espacios previamente públicos y esa desregulación alcanza en ocasiones la privatización de derechos fundamentales, se pone en juego la libertad de expresión, el derecho a la información de los ciudadanos y muchos valores que están en la médula de lo cívico.

Los partidos políticos, incluso la izquierda, los progresistas, por ese alejamiento histórico de los problemas de la comunicación, han participado en la entrega de estos derechos a las grandes corporaciones o consorcios transnacionales.

Ese es el problema mayor. Yo creo que donde el neoliberalismo ha logrado su meta por el momento es sobre la idea de la desaparición del Estado y del Estado-nación. La gran ofensiva que empezó en los setenta ha dado frutos. Basta leer los textos de Anthony Giddens, el teórico de la tercera vía, para darse cuenta de los fallos de la izquierda y de los que pretenden su renovación. En su último libro habla de la llegada de la edad global, que no sé lo que quiere decir. Para él, la era global, la llegada de las sociedades

desarrolladas a la edad global implica revisar las concepciones clásicas que tenía la izquierda sobre el Estado y la sociedad civil.

De hecho en su reflexión elimina como actor al Estado, se olvida del Estado, lo que para mí es una necesidad. El Estado es el ámbito del interés general, aunque sea necesaria la reflexión sobre su papel. En los textos de Giddens sólo aparecen dos actores, una sociedad civil internacional, global y del otro lado las grandes empresas. Lo que no se plantea es cómo en la situación actual, el Estado y el Estado-Nación pueden reformularse para enfrentar los desafíos a que nos enfrentamos. Hoy el mayor esfuerzo de reflexión deber centrarse en la transformación del Estado y su articulación con la sociedad civil. Y ahí está la novedad. Hoy en día es imposible pensar el Estado como antes, pero la única manera de repensarlo es en función de cómo la sociedad civil puede apropiarse de temas que le conciernen como pueden ser el campo tecnológico, la legislación frente a los alimentos, la salud, el medio ambiente y otros muchos.

El gran error de la izquierda es pensar que sólo existía un concepto de Estado. El francés es diferente del español, o el inglés. Como la teoría de Giddens se entiende muy bien a partir de la época Thatcher. El pensamiento local muestra la experiencia local.

¿La regulación de la sociedad de la información se ha convertido en uno de los principales problemas políticos en nuestras sociedades?

Es un problema político esencial. Hay dos posiciones enfrentadas: la autorregulación empresarial, a través de la autodisciplina y la regulación desde el Estado, desde las instituciones políticas. Pero también hay gobiernos como el francés que se plantean la coregulación que, en mi opinión, es la solución más interesante. Es decir, tratar de reunir alrededor de los problemas que plantean la sociedad de la información y la llegada de las nuevas tecnologías a los distintos sectores que representan a la sociedad civil, a los empresarios y al Estado. Sin embargo, hasta el momento, se impone sólo la autorregulación empresarial que es la que más se hace entender por medio de los lobbys en la Unión Europea.

Sorprende en cualquier caso que el debate no se refleje en la sociedad civil y ésta siga todavía al margen.

Hay que subrayar que todas las luchas en el mundo que reflejan una nueva manera de resistir a un orden llamado global nunca toman en cuenta los sistemas de información y comunicación. Toman en cuenta los sistemas de agricultura, de salud, el medio ambiente, etc.

Debemos reflexionar sobre las razones de que todo lo que atañe a los sistemas de información, a los retos que plantean la implantación de las nuevas tecnologías, rara vez forman parte de un objetivo de las luchas sociales.

Los protagonistas de Seattle, las ONG utilizan las tecnologías de información y comunicación, pero digamos que las grandes luchas que muestran la emergencia de nuevos actores sociales en el mundo, no llevan directamente a plantear el uso de las tecnologías y, precisamente, ahí es donde está el marco de desarrollo de la democracia del futuro.

La diversidad de medios de información, la invasión de miles de productos informativos se confunde fácilmente con la pluralidad de contenidos.

Desde luego la palabra diversidad ha sido desvirtuada, el problema de la diversidad hoy es más bien diversidad de ofertas en el mercado, es un término económico que se utiliza en los textos políticos. La diversidad pertenece tanto al campo de la filosofía como de la antropología. Todas las discusiones sobre la excepción cultural reclaman una verdadera diversidad cultural que remita a un respeto por diversas voces y por diversas culturas.

¿Las concentraciones enormes de medios, de grupos multimedia, operadores, etc. que se están produciendo en el ámbito nacional e internacional crea el peligro de un monopolio de la información?

El monopolio es un riesgo evidente. En todos los sectores hay concentración. Un solo grupo publicitario percibe el 40% del sector por no hablar de la concentración entre AOL y TIME WARNER y el grupo Turner que se han convertido en un gigante mundial.

Por el momento, las únicas respuestas que encuentran los gobiernos nacionales son favorecer a las empresas que aparecen como los campeones nacionales, aunque estas empresas al final también entran en la lucha por la megafusión, como en el caso de Telefónica aquí en España.

La presencia masiva de Medios y el aluvión de informaciones hace que nos preguntemos si estamos realmente informados o, por el contrario, producen desinformación y un cierto grado de alineación.

Es preocupante. La saturación impide la toma de conciencia, porque la velocidad de la información ya no te deja tiempo de procesar esa información desde la inteligencia política y de lo que pasa en el mundo. Conduce al impresionismo al tiempo que aumenta el umbral de nuestra tolerancia. Uno llega a admitir cosas cada vez más terribles. En los sesenta y setenta la sociedad no hubiera permitido lo que hoy se llega a aceptar delante de las pantallas de la televisión. Un ejemplo es la guerra de Vietnam Allí los medios estaban en la oposición e hicieron mucho para que ésta se extendiera. Hoy las estrategias de manipulación de la opinión pública se han perfeccionado en la guerra del Golfo y de Kosovo.

Curiosamente, la multiplicación de los canales desemboca en el empobrecimiento de la oferta y en la aparición de nuevos mecanismos de control social. ¿Cómo interpreta el déficit de los contenidos que se produce en un momento de gran expansión de las infraestructuras?

El futuro se va a jugar en parte no sólo en el déficit cualitativo sino incluso en el cuantitativo de los contenidos. Hasta ahora existía un tabique que salvaguardaba la educación, aunque es verdad esa afirmación de que la televisión destruye por la noche lo que la escuela enseña por el día.

Pero progresivamente con la presión tecnológica y para amueblar estas tecnologías con contenidos se empieza a producir una ofensiva de los fabricantes de tecnología frente al campo de la educación. Esto es debido a la necesidad de las empresas de tener nuevos

campos de explotación. Por primera vez en la historia se acaba de celebrar una feria del mercado de la educación en Vancouver, donde se han reunido todos los fabricantes de productos educativos junto a las universidades y representantes del mundo educativo. Cuando lees las declaraciones de los participantes se te ponen los pelo de punta al ver como avanza la idea de industrializar, de tomar el campo de la educación para someterlo a lo que llaman las transacciones comerciales. Eso no quiere decir que la lógica del mercado no haya llegado antes a las escuelas. He leído un artículo sobre la publicidad en las escuelas norteamericanas, donde ahora utilizan spots financiados por empresas para enseñar a los niños.

La idea de política pública de comunicación está desvalorizada por todas partes porque nos intentan convencer de que el único juez del contenido es el consumidor y, si éste es soberano en su juicio y no está afectado por los determinantes sociales y económicos, ya no se necesitan políticas públicas. El gran problema hoy es revalidar la noción de políticas públicas, sin ello llegaremos a situaciones extremas.

[Ir a página principal de Iniciativa Socialista](#)

[Ir a archivo de documentos](#)