

28

comentario A
La Ponencia de
Armand MattheLart:
PLuralismo EN LA
Prensa: ¿imperativo
o Utopía?
Eugenio García Cuevas

RESUMEN

SE TRATA DE UN COMENTARIO A LA PONENCIA PRESENTADA por el Dr. Armand Mattelart, *Pluralismo en la prensa: ¿imperativo o utopía?*, llevada a cabo por el teórico francés en la IV Jornada Echevarría, en la Universidad de Puerto Rico de Bayamón, durante el mes de marzo de 2008. Centrado en el texto de Mattelart, se conecta la conferencia de Mattelart con otros teóricos (Eco, Bordieau, Schiffrin, etc.) de los medios y presenta una crítica en contra de las tendencias mediáticas actuales al monopolio de los medios masivos de comunicación por parte de las grandes cadenas mediáticas. Se presenta como programa futuro el que los medios sean liberados de sus actuales tendencias monopolísticas y controladoras y queden supeditados a la sociedad civil, no sólo como informadores, reformadores y formadores, sino también como instrumentos fundamentales y necesarios para la verdadera convivencia ciudadana en una sociedad democrática, tolerante y respetuosa de las diferencias culturales.

Palabras claves: Medios de comunicación, monopolios, globalización, sociedad civil, diversidad cultural, utopía.

ABSTRACT

THIS ARTICLE IS A COMMENT ON THE PAPER presented by Dr. Armand Mattelart, *Pluralism in the Press: Imperative or Utopia?* conducted by the French theorist in the IV Jornadas Echevarría, at the University of Puerto Rico in Bayamon, on March 2008. Centered on Mattelart's text, the author connects Mattelart's conference with other media theorists (Eco, Bordieau, Schiffrin, etc.) and presents a critique against the current media trends on regards to the monopoly of mass communication coming from the big media chains. A future program is presented in which media can be released from their actual monopolistic and controlling trends and are subject to civil society, not only as informants, reformers and trainers, but also as fundamental tools necessary for true coexistence of citizens in a democratic society, tolerant and respectful of cultural differences.

Keywords: Mass Media, Monopolies, Globalization, Civil Society, Cultural Diversity, Utopy

Todo lo sabemos entre todos.

Alfonso Reyes



YA ES LUGAR COMÚN COREAR QUE LA ESFERA MEDIÁTICA se nos muestra como acelerada, escurridiza, difusa y apenas sin posibilidad alguna de evadirla. Vivimos en un mundo-tiempo en que cada vez parece más difícil hacer realidad la ambición de los versos de Fray de León que dicen “que descansada vida la del que huye del mundanal ruido”. Ya casi todos somos mediáticos, y los que todavía no lo son procuran, o son empujados a serlo. Parecería que lo mediático es el principal parámetro que se utiliza para medir el progreso y lo que representa ser moderno. Insisto, tarde o temprano, no hay quien escape a los medios, nacemos y vivimos irremediamente entre ellos como nunca antes en la historia humana. No es casual, entonces, —aunque una gran porción de la población del planeta carezca de lo tecnológico— que a nuestra época se le denomine era de la comunicación, sociedad globalizada, mundialización o sociedad del conocimiento, entre otras categorías.

De entrada quisiera evadir la posibilidad de demonizar a los medios de comunicación y partir, por el contrario, de otra proposición más simple: los medios —como todo objeto manipulable— son inocentes. Ahora, lo que no es inocente son los significados, contenidos e intenciones que ellos trasladan a nuestros ojos y oídos. En otros términos, y siguiendo a Baudrillard, que su impudor y obscenidad, si alguna, (transparente u oculta) no reside en lo que le es innato a ellos, sino en la semántica que ellos divulgan e imponen a través de su autopublicidad. Digo esto porque si hasta hace poco se pensaba que la función de la radio era anunciar, la de la televisión mostrar y la de los periódicos explicar, resulta demasiado tentador un posible desvío hacia el análisis de los contenidos que inundan concretamente esos tres medios básicos. Es decir esas venas y ondas —tangibles e intangibles—, que permanentemente se atestan e inflan de contenidos, ya sean éstos sanos o insanos.

Siguiendo la ruta iniciada me gustaría recuperar un pasaje del libro *Diversidad cultural y mundialización*, publicación más reciente, en español, del doctor Mattelart, que dice así, y cito: “el culto de la información se burla de la cultura y de la memoria. Sólo importa la tubería. La producción de sentido no figura en el programa del ingeniero”². De, manera, y repito, que sería fascinante aventurarnos en la exploración —aunque fuera someramente—, de algunos de los contenidos e intenciones que se transmiten por los medios locales, pero ese no es fin de este panel, esa responsabilidad recae sobre la sección de la tarde.

Vayamos pues al asunto central de la jornada: *Pluralismo en la prensa: ¿imperativo o utopía?*³ Los signos de interrogación intercalados en la misma mitad del título invitan a varios posibles asedios, ya sea a partir de las ideas y teorías que se agrupan en la lección que nos acaba de ofrecer el doctor Mattelart, o ya sea también desde otros estímulos, externos o propios. Ante el trío de contingencias, y sin poder evadir ninguna de ellas, la salida que encuentro más justa es apoyarme en la simultaneidad de esos tres territorios. No obstante, añadido, que tal y como me lo exige el formato del panel, mi mayor énfasis recae sobre la conferencia del señor Mattelart. Vayamos pues entonces hacia ella.

El semiólogo y escritor italiano Umberto Eco ha dicho en su libro *Cinco escritos morales*⁴ que tradicionalmente una de las funciones del cuarto poder —entiéndase la prensa— es criticar a los demás poderes de una sociedad, pero muy especialmente al Ejecutivo, al Legislativo y al Judicial. También indica Eco, que estos poderes no pueden controlar ni criticar a los medios de comunicación, porque su intervención se convierte en sanción ejecutiva, legislativa o judicial. Añade el tratadista que entonces la prensa sólo puede auto-cuestionarse desde ella misma, de donde debemos derivar, entonces, que una deontología o un referente ético, debería orientar y regir el proceder de los medios de comunicación en cualquier lugar del mundo.

Ahora bien, como Eco no apunta que desde la academia no se pueda criticar a los medios, y asumiendo que desde aquí estamos algo exentos de cualquier acusación de censura, quisiera aprovechar la brecha abierta por el autor de para subrayar lo siguiente: yo no recuerdo cuándo fue la última vez que un medio del país se autocriticara o disculpara —en su propio soporte— por alguna negligencia mayor en la que haya incurrido en torno a lo que divulgara. Y que quede claro, que no me estoy refiriendo a gazapos ortográficos, fonéticos, gráficos, gramaticales u algún otro olvido o cambio de un nombre o apellido. Hablo estrictamente del plano de los contenidos, de los referentes semánticos, que nuestros medios ponen a circular, ya sea en soporte de papel o de las ondas radiales y televisivas locales.

Entremos entonces a ver —muy apretadamente— algunos de los aspectos traídos por el doctor Mattelart ante el auditorio. Sus palabras han sido claras

en cuanto al estado de los medios mundiales, cuyas tendencias más evidentes son la concentración —entiéndase monopolización— y que las consecuencias que se derivan de esa centralización y hegemonía se traducen en una amenaza, añadido, para la ecología ambiental, psicológica y social del planeta. Vale aclarar que uso la palabra ecología de acuerdo a como la maneja el filósofo Félix Guattari⁵, cuando dice que hay tres ecologías —las que acabo de mencionar— y que del equilibrio de ellas depende la salud presente y futura de la humanidad.

El doctor Mattelart ha sido diáfano al referirse a cómo la constitución de la industria cultural —que se ha venido desarrollando en una especie de maridaje con la de los medios— también quebranta gravemente la coexistencia planetaria de la diversidad identitaria porque tiene el instinto de querer homogeneizar —con el capitalismo como punta de lanza— todo lo que por naturaleza es heterogéneo. Sobre esto último habría que recordar que en otro lugar el doctor Mattelart ha dicho que “no hay firma global apátrida, es decir, que no se aproveche de la logística institucional del territorio del que es originaria”⁶.

De los puntos traídos por el doctor Mattelart se deduce también que si la democracia liberal y parlamentaria se supone “pluralista”, la prensa libre, como hija legítima de ella, debería representarla. Pero nuestro expositor pone en duda que actualmente este designio se cumpla, razón por la cual entre los años 1970 y 1980, esta disonancia que se vislumbraba, fue objeto de debates sobre el futuro mismo de la democracia y de la civilización. Esto, nos recuerda Mattelart, porque la inclinación predominante en los países centrales, en nombre de la libertad de competencia que le es inherente al capitalismo, ha tendido —con mucho éxito, por ciento—, a centralizar en unos cuantos grupos de empresarios los medios de comunicación y las llamadas industrias culturales, de las que ya desde mediados del siglo XX empezaron a hablar T. Adorno y los demás miembros de la Escuela Crítica de Frankfurt.

De lo señalado por Mattelart se puede colegir que una vez el capitalismo se ha asegurado del control del aparato productivo y político de una sociedad, entonces se lanza hacia la conquista de la producción simbólica porque descubre que ésta también puede ser comercializada y venderse como cualquier otra mercancía. Se trata, dice Mattelart en su ponencia, de una “ofensiva del capital financiero”; del poder de los accionistas y de la “integración creciente de las industrias de los medios y de la cultura”.

A lo dicho por Mattelart habría que añadir, que no solamente los monopolios que concentran grandes cantidades de capital financiero descubren la rentabilidad de la industria de la cultura alegórica y de los medios, sino que también los medios, sirven de canal para capitalizar el capital. En fin, que lo simbólico e ideológico se convierte en soporte para vender el producto mismo y sus derivados y otros bienes ajenos a los medios, siempre con el

favor de la publicidad. Se trata, nos recuerda el teórico en su exposición de “lógicas que alcanzan todos los sectores: prensa cotidiana, edición, librerías, radio-televisión, discos, servicios de la Internet, etc... Es parte integral de la carrera de las grandes unidades de la economía mundial por apropiarse del insumo de la economía inmaterial” y del conocimiento.

Pero Mattelart no anda solo. Observaciones similares a las suyas también han sido formuladas por periodistas de la categoría de Joaquín Estefanía, ex editor del periódico *El País*, de España, y el polaco Ryzar Kapuscinski, ganador del premio príncipe de Asturias hace unos años y ya fallecido. Señala Estefanía que luego de la explosión tecnológica de los medios –que si no me equivoco Mattelart sitúa en otro de sus libros desde finales de los 1980 y principio de los 1990– ha quedado al descubierto “que la información es una mercancía cuya venta y difusión proporciona importantes beneficios, a quien la maneja y que su precio depende de la demanda y el interés que suscita. Una información será juzgada sin valor si no consigue interesar a un amplio público”⁷. De manera, que desde que está considerada como una mercancía, la información ha dejado de verse sometida a los criterios tradicionales de la verificación, la autenticidad y el error. Su ley es el mercado. Esa evolución “es la más significativa entre todas las que han afectado el mundo de la cultura.”⁸, concluye Estefanía.

Sobre este mismo aspecto advertía Kapuscinski en 1999 que “tras el fin de la Guerra Fría y con la revolución de la electrónica y de la comunicación, el mundo de los negocios declara que la verdad no es importante, que lo cuenta en la información es el espectáculo y que de esta manera, la información se ha separado de la cultura: ha comenzado a fluctuar en el aire; quien tenga dinero puede cogerla, difundirla y ganar más dinero todavía. Por tanto, hoy nos encontramos en una nueva era de la información y este es el motivo por el que de pronto, al frente de los más grandes grupos televisivos encontramos a gente que no tiene nada que ver con el periodismo, que sólo son grandes hombres de negocios vinculados a grandes bancos o compañías de seguros o cualquier otro ente, provisto de mucho dinero”⁹, expresa Kapuscinski en su libro *Los cínicos no sirven para este oficio*.

Para reforzar lo dicho más arriba bastaría con revisar un trabajo publicado en 2005 bajo el título de *El control de la palabra*, de André Schiffin. De acuerdo con este editor de origen francés “en 1998, los seis principales estudios de Hollywood, producían 37 de los 46 programas de televisión estadounidense en horas de gran audiencia... igualmente la cadena Fox fue proveedora de más del 40 por ciento de los programas nacionales en 1998 y la CBS del 57 por ciento de las emisiones más importantes”¹⁰. Amplía Schiffin que en la actualidad seis productoras controlan más de 80 por ciento de las cadenas que emiten por cable y siete empresas controlan el 75 por ciento de los programas de las cadenas habituales”¹¹.

Es una pena que no podamos exponer algunos de los hallazgos de Schiffrin en cuanto al movimiento de cómo se han venido reconcentrando la industria del libro, los periódicos y la radio en Francia, Italia, Alemania, Inglaterra y los Estados Unidos. No empero, para dar un ejemplo de los peligros que representa la monopolización de medios para las comunidades y para la diversidad cultural y el pluralismo cívico, Schiffrin trae a la luz pública un ejemplo de pánico:

Cuenta éste que Clear Channel, una cadena de radio que controla un por ciento considerable de las emisoras de EE.UU, se vio involucrada en un escándalo sin precedentes en Dakota del Norte, específicamente en la ciudad de Minot. Relata el autor que allí “se descarriló un tren y derramó productos químicos tóxicos que causaron la muerte de un habitante. La policía trató de advertir a la población empleando con carácter de urgencia las emisoras locales”, pero resulta que no había nadie en sus instalaciones. El incidente dio pie para descubrir que “las emisoras estaban alimentadas por el satélite de Clear Channel, que emitía para el país, sin que les fuera imprescindible contar con personal”... En otras palabras “que Clear Channel había suprimido sus equipos locales, siguiendo en esto la tendencia de los demás medios que compraban diarios locales, los vaciaban de su personal y los nutren con el material editorial que les suministran unos equipos centrales.”¹²

Pero volvamos al doctor Mattelart. De los muchos pasajes que nos gustaría comentar de su exposición, no quisiera dejar fuera el siguiente fragmento que dice: “A principios de este nuevo siglo se parte del postulado según el cual la libertad del usuario no es algo que viene dado. Se construye a través de contrapesos ciudadanos y de organización de mecanismos de participación perennes”. De donde se deduce, que a juicio de nuestro exponente, se hace imperativa la necesidad de crear alianzas de trabajo en “cuestiones relacionadas con la información, la comunicación y la cultura”.

En ese orden Mattelart resalta la experiencia del Foro Social Mundial de Porto Alegre, Brasil, en 2003, organismo que agrupa en su interior a tres categorías de actores: periodistas, investigadores y usuarios de los medios, cuya misión es “constituirse en contrapeso de los excesos de todos los poderes, en primer lugar, los de los grandes grupos mediáticos”. Se trata, acentúa Mattelart, de un desafío mayor que no se puede eludir a la hora de construir las bases de una verdadera “sociedad del conocimiento para todos y por todos”.

Me parece que estos señalamientos de Mattelart podrían tener algún tipo de pertinencia al interior de la ciudadanía y de los propios medios de comunicación del país, tras el panorama de la nueva reconfiguración de los medios locales luego de la llegada a la isla de algunas cadenas internacionales que han comprado emisoras radiales y televisivas y que todavía no sabemos si se disponen a comprar periódicos. Creo que en esa dirección las escuelas de comunicación del país también podrían aportar bastante con sus respectivos

saberes en cuestiones teóricas y estudios de campos y estadísticos. Sobre el potencial de esta posible colaboración habría que recordar que como dijo Pierre Bordieu, en su libro *Pensamiento y acción*, “actualmente, nadie puede iniciar una acción sin el apoyo de los medios”, ya que “el periodismo termina dominando toda la vida política, científica e intelectual”¹³.

Vayamos entonces a lo utópico para terminar. Desde el mito de La edad de oro y la antigüedad griega y romana, mas siguiendo las genealogías de las modernas utopías que van desde Tomás Moro, Campanella, Bacon, Fourier, Owen y Edwar Bellamy, entre muchísimos más, hasta llegar a la Utopística, o las opciones históricas del siglo XXI, de Inmanuel Wallerstein, lo que distingue al utopista es la inconformidad con su actualidad, es decir, éste no se acopla del todo con el mundo en el que le ha tocado vivir, y por eso propone otro proyecto de sociedad más equilibrada y simétrica. Así, que consideradas por algunos como un género literario y para otros como el programa de otro mundo posible, pienso que lo utópico se puede pensar desde el macro y desde el micro, en otros términos, desde los grandes proyectos a los pequeños proyectos, a largo o corto alcance.

Son muchas entonces las esquinas por las que podemos entrar a reflexionar y proponer lo utópico. No obstante, una de las constantes de los propósitos de los programas utópicos es que éstos siempre se han lanzado hacia el futuro desde un sí potencial. Yo, y como no cuesta nada utopizar, quisiera invertir el orden y plantear lo utópico desde un no categórico, pero también lanzado hacia el futuro.

Esta mañana y estrictamente circunscrito en lo que respecta a los medios de comunicación, que es la trama que nos reúne como pie forzado, mi propuesta de utopía es modesta: 1-que un día no nos levantemos en Puerto Rico y encontremos que en todas las frecuencias radiales el contenido que se transmite sea el mismo porque una emisora es la nueva dueña de todas las otras emisoras; 2- que otro día no nos levantemos y al cambiar los canales de televisión sea la misma imagen la que aparezca en todos los televisores porque uno de los canales es el nuevo dueño de los demás canales; 3- que un tercer día nos levantemos y sólo encontremos un solo periódico porque el dueño de uno de ellos se convirtió en el dueño de todos los demás periódicos y decidió unificarlos en una sola edición y formato.

Mientras eso no suceda entonces seguiremos teniendo esperanzas de pensar en la construcción y diseño de otras utopías mayores, de otros mundos más justos y dignos, tan necesarias como los menores, porque lo universal-plural sólo cobra sentido, dignidad y humanidad cuando reconoce, respeta y acepta las diferencias, es decir lo particular de cada cultura y de cada ser humano.

NOTAS

- 1 FRAY LUIS DE LEÓN. “Canción de la vida solitaria” en *Antología Cátedra de Poesía de las Letras Hispánicas*, Madrid, Ed. Cátedra, 1998, p. 224.
- 2 ARMAND MATTELART. *Diversidad cultural y mundialización*, Barcelona, Ed. Paidós, 2005, p. 160.
- 3 ARMAND MATTELART. *Pluralismo en la prensa: ¿imperativo o utopía?* Copia de la conferencia dictada el 5 de marzo de 2008 en la Universidad de Puerto Rico (Bayamón) con motivo de la Cuarta Jornada Echevarría.
- 4 UMBERTO ECO. *Cinco escritos morales*, Barcelona, Ed. Lumen, 1998, p. 63-64.
- 5 Ver sobre el particular a FÉLIX GUATARRI, *Las tres ecologías*, Valencia, Ed. Pre-Textos, 1989.
- 6 ARMAND MATTELART, Op.Cit, p. 115.
- 7 JOAQUÍN ESTEFANÍA. “Lo que no acabamos de ser es lo que somos” en MIGUEL ÁNGEL BASTENIER, *El Blanco móvil*, Curso de Periodismo, Madrid, Ed. El País, 2001, p. 15.
- 8 Ibid, p. 15.
- 9 RYSZART KAPUSCINSKI. *Los cínicos no sirven para este oficio*, Barcelona, Ed. Anagrama, 2002, p. 6.
- 10 ANDRÉ SCHIFFRIN. *El control de la palabra*, Barcelona, Ed. Anagrama, 2005, p. 85.
- 11 Loc.Cit.
- 12 Ibid, p. 88-89.
- 13 PIERRE BOURDIEU. *Pensamiento y acción*, Buenos Aires, Ed. Libros del Zorzal, 2002, p. 69.

BIBLIOGRAFÍA

BORDIEAU, P. *Pensamiento y acción*. Buenos Aires, Ed. Libros del Zorzal, 2002.

ECO, UMBERTO. *Cinco escritos morales*. Barcelona, Ed. Lumen, 1997.

ESTEFANÍA, JOAQUÍN. “Lo que no acabamos de ser es lo que somos” en Miguel Ángel Bastenier (ed.) *El Blanco móvil*, Curso de Periodismo. Madrid, Ed. El País, 2001.

GARCÍA CUEVAS, EUGENIO. *Lengua en tiempo (saberes buenos, malos y feos)*. San Juan, Ed. Isla Negra, Ed. Publicaciones Puertorriqueñas, 2007.

GUATTARI, FÉLIX. *Las tres ecologías*. Valencia, Ed. Pre-textos, 1996.

KAPUSCINSKY, RYSZARD. *Los cínicos no sirven para este oficio*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2003.

ARMAND MATTELARD. *Pluralismo en la prensa: ¿imperativo o utopía?* Copia mimeografiada de ponencia presentada en la Universidad de Puerto Rico en Bayamón, 2008.

_____. *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona, Ed. Paidós, 2006.

SCHIFFIN, ANDRÉ. *El control de la palabra*. Barcelona, Ed. Anagrama, 2006.