

Diversidad cultural y mundialización.

Armand MATTELART

Barcelona, Paidós, 2006, 177 págs.

Diversidad cultural y mundialización, ¿caballos de Troya?

OLIVER PÉREZ LATORRE
Universitat Pompeu Fabra

A principios de los años 70, la transición hacia el socialismo en Chile, denominada por Allende “una revolución con vino tinto y empanadas”, tuvo como respuesta el drástico “bloqueo invisible” de los Estados Unidos. Dicho bloqueo se extendió a todos los ámbitos de la vida económica del país, salvo dos excepciones muy remarcables: los recursos técnicos y militares, destinados a las fuerzas armadas y, lo más llamativo del caso, las revistas, cómics, anuncios, seriales televisivos, etc.

Si bien respecto al envío de recursos técnicos y militares, la voluntad de controlar a la población en las vísperas del golpe de Estado resultaría evidente, el hecho de mantener el abastecimiento de productos culturales dejaba al descubierto, de forma especialmente significativa, la consideración de los mismos como otro tipo de mecanismos de control social. Las palabras del propio General Pinochet lo ilustrarían con precisión: no se trataba sólo de controlar a la población, sino también de “conquistar las mentes” (Dorfman y Mattelart, 1991, p. 9).

Observadores del conflicto desde su epicentro, Armand Mattelart y Ariel Dorfman decidieron analizar uno solo entre los múltiples y variados caballos de Troya culturales regalados por los EEUU en medio de aquel embargo invisible. Se trataba del icono cultural aparentemente más inofensivo en términos ideológicos: un simpático personaje de la compañía Disney, que respondía al nombre de Pato Donald.

Las sospechas de Mattelart y Dorfman fueron confirmadas de la manera más contundente posible: tras el golpe de Estado, miles de ejemplares de *Para leer al Pato Donald* fueron interceptados y censurados, y cientos de ellos fueron quemados.

Desde entonces hasta hoy, los caballos de Troya sobre los que Mattelart ha seguido indagando ya no responden (solamente) a rostros del imaginario popular, sino que han experimentado una serie de profundas transformaciones. Se trata, por ejemplo, de ideas abstractas, conceptos aparentemente inocuos, como la mundialización y la diversidad cultural.

Pero, ¿en qué sentido, a pesar de las virtudes que conllevan potencialmente, la mundialización y la diversidad podrían representar nuevos caballos de Troya culturales? ¿Qué estrategias político-financieras se esconden tras el virtual consenso sobre la globalización y la diversidad cultural? ¿Cabe hablar de una sola mundialización o diversidad cultural, o de varias mundializaciones y diversidades culturales, según el punto de vista y los intereses en juego?

Éstas son algunas de las preguntas fundamentales que se desprenden de la lectura del último libro de Armand Mattelart: *Diversidad cultural y mundialización*.

En la sociedad industrial del siglo XIX y principios del XX, la “conquista del espacio”, a través del desarrollo de las tecnologías de la comunicación, avanzó armónicamente junto a “la invención del mundialismo” (Mattelart, 2006, p. 26). No fue hasta el período de entreguerras cuando surgieron las primeras reacciones políticas encaminadas, explícitamente, a defender la diversidad cultural frente al proceso de mundialización. Se trataba de políticas públicas de algunos países europeos, basadas en cupos de difusión o exhibición destinados a proteger a las industrias cinematográficas nacionales. Dichas políticas gravitaban alrededor de la defensa de la identidad nacional frente a la cultura de masas y, especialmente, ante el reto de la competencia de Hollywood.

Tras la Segunda Guerra Mundial, según Mattelart, la puesta en marcha del Plan Marshall proporcionó ya una clara idea sobre la posición geopolítica que empezaba a ocupar la industria cultural en las relaciones internacionales (Mattelart, 2006, p. 62). El gobierno de Washington aprovechó la situación para intentar diluir las políticas proteccionistas de los países europeos para con sus cinematografías nacionales. En el caso de Francia, la renegociación de la deuda externa con Estados Unidos, en 1946, dio lugar a una reducción de las cuotas de cine nacional. Esto se tradujo en una fulminante disminución del tiempo de pantalla dedicado a las películas nacionales: del 50% al 31%.

A partir de los años 60, Mattelart analiza la revelación de las desigualdades en el proceso de mundialización. Se trataría, fundamentalmente, de dos tipos de desigualdad: una, la desigualdad entre la presencia de productos de Estados Unidos y la presencia de productos del resto de países en el escaparate

mundial de la difusión cultural. Paralelamente, la desigualdad entre el sector público y el sector privado, a favor de este último. Esto ha derivado progresivamente en una crisis de la noción de televisión como servicio público.

El papel protagonista de la televisión en la construcción de consenso social sobre determinados valores ha provocado que los principales debates alrededor de la diversidad cultural se reproduzcan con especial intensidad en los discursos sobre la noción de calidad televisiva.*

En este sentido, el neoliberalismo suele adoptar como argumento más recurrente la interpretación de la diversidad cultural como un producto indisoluble del desarrollo del libre mercado, y por tanto de la multiplicación de canales privados (al margen de la recomendada privatización de las cadenas públicas).

Como precedente significativo al respecto, Eva Pujadas señala el caso del gabinete conservador de Margareth Thatcher y el informe de reforma televisiva titulado *Competition, Choice and Quality*, donde la calidad televisiva “emanaría” de forma natural una vez garantizado un sistema de competitividad máxima entre las cadenas (Pujadas, 2005).

Por otro lado, respecto al desequilibrio favorable a Estados Unidos en la producción y distribución de contenidos culturales, éste ha revelado inexorablemente, según Mattelart, la mundialización como la máscara de un nuevo imperialismo cultural. De este modo, la mundialización sería, en realidad, antagonista de una auténtica diversidad cultural, sobre todo respecto a los países fundamentalmente consumidores, como los del Tercer Mundo. En este sentido, Bourdieu y Wacquant explican la mundialización de la siguiente manera:

“Por primera vez en la historia, un solo país se encuentra en disposición de imponer su punto de vista sobre el mundo al mundo entero.” (Bourdieu y Wacquant, 2000; citados en: Mattelart, 2006, p. 80).

Mattelart se posiciona sin ambages sobre estas cuestiones. Por un lado, interpreta la globalización como un pretexto más del expansionismo neoliberal, en contraposición a las políticas públicas: “no hay globalización sin desmantelamiento de las reglamentaciones públicas” (Mattelart, 2006, p. 96).

* Sobre esta cuestión en particular: Pujadas, E.: “Despliegue de los principales contenidos y valores vinculados a la noción de calidad televisiva: el caso específico de la ‘diversidad’”. En: *Formats*, núm. 4. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2005.

Por otro lado, define la globalización como un nuevo caballo de Troya del imperialismo cultural norteamericano:

“Si se produce la confluencia hacia un “estilo de vida global”, es porque los consumidores han interiorizado el universo simbólico destilado desde el final de la Segunda Guerra Mundial por los anuncios publicitarios, las películas, los programas de televisión, más concretamente los que proceden de los Estados Unidos, ascendidos explícitamente a la condición de vectores de un nuevo universalismo. (...) La noción de “cultura norteamericana” se asume sin disimulo como un “operador de universalización”. (...) ¡El imperialismo cultural ha muerto, viva la globalización!” (Mattelart, 2006, pp. 99 y 112)

En este contexto, la Unión Europea dio en 1993 un paso decisivo para proteger el espacio audiovisual europeo, a través de la cláusula de “excepción cultural”. Dicha cláusula reservaba al sector audiovisual un trato especial respecto a las reglas universalizadas del libre mercado, de forma similar a los casos de la sanidad pública y el medio ambiente.

Sin embargo, las presiones en el marco del GATT (General Agreement on Tariffs and Trade), posteriormente OMC (Organización Mundial del Comercio), en especial por parte de los Estados Unidos, provocaron, a juicio de Mattelart, una progresiva desustanciación de la cláusula de excepción cultural. El título de la cláusula se transformó primero en “especificidad cultural” y, finalmente, en “diversidad cultural”. El aparente enriquecimiento semántico no debería ocultar, según el investigador belga, el hecho de que dicha transición conllevó un debilitamiento jurídico. Mattelart denomina este proceso como “consenso blando” (Mattelart, 2006, p. 133), toda vez que dejó la defensa de la diversidad cultural en manos de declaraciones bienintencionadas por parte de los gobiernos nacionales, de la UE, o incluso de Naciones Unidas, pero sin la consistencia de una noción con fundamento jurídico.

De forma significativa, el mismo año en que la UE substituyó la expresión “excepción cultural” por la de “diversidad cultural”, realizó también otra substitución, en la misma línea de “capitulación”: la longeva noción de “Servicio Público” pasó a denominarse “Servicio de Interés Económico General” (SIEG) (Mattelart, 2006, p. 135).

No obstante, el tira y afloja entre Europa y los Estados Unidos sobre las industrias culturales, y especialmente respecto al sector audiovisual, parece todavía muy lejos de haber llegado a su fin:

El pasado año 2005, los Estados miembros de la UNESCO aprobaron una convención para dotar, al fin, a la noción de diversidad cultural de fuerza jurídica. En la Declaración final, firmada en Madrid, se exhortaba a los gobiernos a que resistieran “las presiones que buscan diluir el contenido de la convención”. Estados Unidos, mientras tanto, miraba hacia otro lado.

Paradójicamente, el neoliberalismo, con Estados Unidos a la cabeza, que había defendido a ultranza la diversidad cultural, concebida como emanación “natural” del libre mercado, en el momento decisivo de otorgarle valor jurídico, no se sumó a la convención. Se quedaron –escribe Mattelart (2006, p. 150)– “aislados en su empeñamiento por vaciarla de contenido”.

Quizá porque, una vez más, el vientre de su penúltimo caballo de Troya cultural había quedado al descubierto.

Referencias:

- DORFMAN, A. y MATTELART, A.: *How to read Donald Duck*. Nueva York: International General, 1991.
- MATTELART, A.: *Diversidad cultural y mundialización*. Barcelona: Paidós, 2006.
- PUJADAS, E.: “Despliegue de los principales contenidos y valores vinculados a la noción de calidad televisiva: el caso específico de la ‘diversidad’”. En: *Formats*, núm. 4. Barcelona: Universitat Pompeu Fabra, 2005.