
ESTUDIOS

MERCADO, ESTADO Y SOCIEDAD CIVIL EN LOS TIEMPOS DEL LIBRE COMERCIO

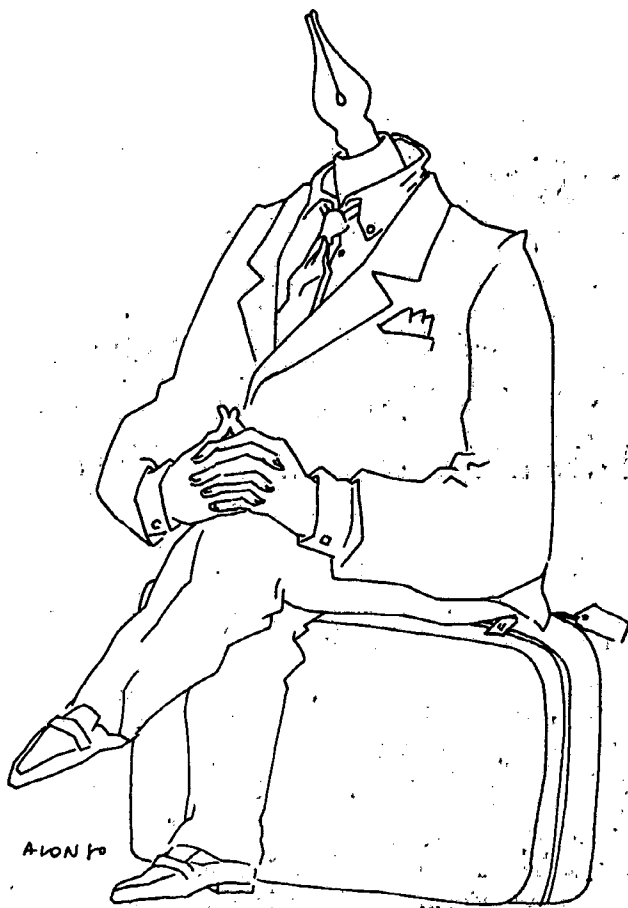
Rafael Roncagliolo

La investigación latinoamericana en el campo de las comunicaciones se inicia propiamente hace treinta años. Lo que había antes de 1960 pertenece a una pre-historia, en la cual las comunicaciones eran asumidas sólo como instrumento de difusión de innovaciones, o potenciadores del "efecto de demostración", a fin de asegurar el tránsito de lo tradicional a lo moderno, según la vieja concepción del "dualismo estructural"; o bien eran vistas como meros estímulos para iniciar el "despegue económico", a tenor del manifiesto de Rostow.

En los años sesentas, sea desde la filosofía (Freyre, Pasquali, Salazar Bondy); sea desde la semiótica (Mattelart, Verón); sea desde la sociología o la economía, las comunicaciones van adquiriendo el estatuto de objeto de conocimiento científico. Esta operación se produce en el marco de dos fenómenos concomitantes: uno es el hecho político del fracaso de los esquemas llamados "desarrollistas", y del ascenso de movimientos revolucionarios y/o nacionalistas (electorales, guerrilleros o incluso militares). El otro fenómeno correlativo es el despliegue intelectual de la teoría de la dependencia, contraparte y contravisión desde el sur de la teoría clásica del imperialismo, elaborada en y desde el norte.

Durante estos treinta años, los investigadores de la comunicación hemos estado acechados y amenazados por la maniquea oposición entre Estado y mercado. Para liberarnos del salvajismo del mercado y sus abusos, necesitábamos de un modo u otro recurrir al Estado. Tres ejemplos temáticos me parecen altamente ilustrativos de esta tentación y tensión:

Primero: La discusión sobre el Nuevo Orden Internacional de la Información y las Comunicaciones, luego denominado NOMIC, trajo la reivindicación del



derecho al control intergubernamental sobre las comunicaciones internacionales, y de la jurisdicción estatal sobre esta área.

Segundo: La plataforma de las Políticas Nacionales de Comunicación, y los paradigmas de las reformas de la comunicación, analizados sobre todo por Elizabeth Fox, incluían todos, de una u otra forma, la presencia, normativo y/o gestora, del Estado.

Tercero: La preocupación por los efectos perniciosos de las Nuevas Tecnologías de Comunicación, llamaban a algún tipo de intervención o control estatal, para asegurar la independencia de nuestras sociedades y la privacidad de nuestros ciudadanos. La principal política que llegamos a sostener en este terreno fue la política de reservas de mercado, como las aplicadas en Brasil sobre la micro-informática y la fibra óptica. Eran épocas en que, por supuesto, nadie pensaba que las sagradas telecomunicaciones, materia de seguridad nacional, pudieran privatizarse. No

había Panamsat ni Televisa recorría la región comprando canales de televisión.

Digamos, por decir lo menos, que había que cuidarse del mercado, y que la primera protección a la mano provenía del Estado. No es que fuéramos estadistas. Desde el principio pensábamos, por supuesto, en el papel de los grupos organizados de la población. Pero es sólo en la medida en que los proyectos de reforma y de revolución fracasan, que las ideas de la “comunicación alternativa” cobran auge. Se redescubre la democracia, pero se ignora el mercado y se prefiere lo marginal. Juan Carlos Portantiero ha llamado a estos últimos quince años los de la “reflexión desde la derrota”. No es casualidad que recién en estos tres lustros se recupere simultáneamente a dos pensadores coetáneos y en parte coterráneos, ambos fallecidos en la década de los años treinta: Antonio Gramsci y José Carlos Mariátegui.

II. La realidad de hoy: La idolatría del mercado

En 1946, en la aurora de la segunda post-guerra y en la víspera de la descolonización general de África y de Asia, Fernand Braudel termina de escribir un libro que sacudiría el estudio de la historia: “La Méditerranée et le monde méditerranéen à l'époque de Philippe II”.

Proclamando que “l'histoire est fille de son temps”, Braudel introduce la distinción entre los diferentes tiempos de la historia: el tiempo corto de los individuos, los eventos y las biografías; el plazo medio de los tiempos sociales; y el largo, casi inmóvil tiempo, que se mide con la geografía. La primera pregunta qué hay que hacerse es ¿en qué tipo de tiempo —corto, mediano o largo— debe calcularse la ola liberal que sacude al mundo?

De hecho, hay hasta cuatro lapsos que hoy se cierran simultáneamente: un milenio, un quinto centenario, un siglo veloz, y medio siglo de guerra fría. La idolatría del libre comercio corresponde simultáneamente a la post-guerra fría y al cambio de siglo y de milenio. El siglo que se cierra es uno de lo más cortos de la historia, pues se inaugura hacia 1918 con el Tratado de Versalles, la revolución soviética y la emergencia de los Estados Unidos como potencia europea, y se clausura ahora con los procesos de democratización de la política, liberalización de las economías y transnacionalización de las culturas. Un siglo de menos de ochenta años con tan drásticos cambios.

Pero éste ha sido también, qué duda cabe; el siglo de las comunicaciones masivas, al fin del milenio que Italo Calvino ha llamado del libro, y que ha sido también el de la imprenta y los Estados nacionales. El libre comercio y la revolución comunicacional y telemática se han instalado ya en América Latina, en un nuevo paisaje cultural el tránsito de la miseria a la opulencia en el consumo de mensajes. Pruebas al

canto:

1. Tenemos en América Latina un radio receptor por cada 3 habitantes y un receptor de TV por cada 7: casi un televisor por familia, aunque por supuesto se trata de un promedio y la televisión sigue lejos de alcanzar cobertura poblacional total, en particular en el medio rural. (Pero hay sólo un ejemplar de diario y un teléfono por cada 20 habitantes).
2. Según cálculos que hemos efectuado en base al **World Communication Report** publicado en 1990 por la UNESCO, en los países de América Latina se transmiten en promedio más de 500,000 horas anuales de televisión. En los de Europa Latina, apenas 11,000. Esto significa que lanzamos y recibimos 444% más horas que los latino europeos (España, Francia, Italia, Portugal, Rumanía).
3. Nos sobran canales de televisión. Bolivia, es uno de los países más pobres del mundo y, a la vez, uno de los que mantiene más canales de televisión por número de receptores. Cerca de setenta canales para un parque de algo más de 500.000 aparatos receptores: más de un canal por cada 10.000 receptores.
4. En Colombia, Panamá, Perú y Venezuela, hay más de una videgrabadora (VCR) por cada tres hogares con televisión. Esta proporción es más alta que la que corresponde a Bélgica (26.3%) o a Italia (16.9%). Por lo que, conviene no olvidarlo, en una cultura del consumismo como es la nuestra, el número de canales o videgrabadoras, y el consumo de mensajes tienen sólo una remota relación con el nivel de desarrollo socio-económico:

Estas cifras anuncian que el subdesarrollo tecnológico de América Latina, en términos de consumo de mensajes, es sólo relativo. A diferencia de otras regiones del sur, el problema capital de nuestros sistemas de comunicación no reside tanto en la carencia de medios como en los mensajes o contenidos que éstos transmiten, y en particular en la ausencia de producción endógena. Es lamentable cómo a medida que se expanden los medios de comunicación latinoamericanos, disminuye concomitantemente el porcentaje de programas y mensajes producidos dentro de la región.

Este y no otro es el desafío principal que el libre comercio plantea a las comunicaciones.

La liberalización, privatización y transnacionalización de las industrias culturales y de las telecomunicaciones significa, en concreto, aculturación, pérdida de identidades y pluralidades culturales, incorporación en la "Global Village" de Mac Luhan que es a la vez el "Global Supermarket" de Barnet y Müller.

¿Mestizaje? ¿sincretismo? Néstor García Canclini, prefiere, con razón, hablar de culturas híbridas, en las que lo tradicional, lo moderno y lo postmoderno se entremezclan y entreveran. La pregunta que provoca este nuevo paisaje cultural resulta crucial: ¿Seremos capaces de desarrollar una producción cultural latinoamericana y

latinoamericanista en estos tiempos del libre comercio?

III. La posibilidad de mañana: la sociedad civil

Armand Mattelart decía hace poco que ante la consigna “Más mercado, menos estado” no debemos responder pidiendo más estado sino “mas sociedad civil”. En este simple enunciado residí todo un programa de acción. Y de investigación.

La contraparte del libre comercio viene dada por el florecimiento de multitud de expresiones que emergen desde la sociedad civil y que comienzan a hacerse un lugar en el mercado. Las radios comunitarias; las televisoras regionales, locales y municipales; los grupos de video popular; las organizaciones no gubernamentales; todo el mundo de la comunicación alternativa, construida en los últimos años, y cuya vocación inicial fue la marginalidad, se prepara ahora para asumir su papel alterativo. La movilización de la sociedad civil latinoamericana, en medio de las crisis económicas y políticas, resulta paradigmática y añade una nueva atipicidad a una realidad comunicativa que, como lo ha señalado Antonio Pasquali, era ya atípica por otras fuertes razones.

El libre comercio es una realidad. La integración de México con Estados Unidos y Canadá, cuestión de cronograma. Colombia y Venezuela marchan en la misma dirección. El MERCOSUR avanza a pasos acelerados. En esta carrera sólo el Pacto Andino se queda rezagado y desgarrado. Las sociedades civiles tendrán que conquistar su lugar en este nuevo mercado, y es tarea de investigadores apoyar todos los esfuerzos de incremento de la producción endógena, levantando, con mayor razón y brío en estos tiempos difíciles, las nociones de servicio público, comunicación para el desarrollo, educación y cultura, de manera de que la libertad rija para todas las voces. A través del Plan Media y Eurêka Audiovisual la Europa unificada se prepara para proteger su mosaico de culturas. ¿Es que América Latina no podrá desarrollar su propia política de reservas cultural y comunicativa?

No es una ilusión óptica “el planeta balcanizado” que anuncia Ivès Marie Laulan, presagiando la transitoriedad del nuevo orden realmente existente y la inminencia, más bien, de un verdadero desorden, en el que los conflictos localizados norte-sur vendrán a reemplazar el equilibrio Este-Oeste de la guerra fría. Irak puede entenderse como primer campanazo. La Violencia que sacude al Perú, y en otros términos a Colombia, significan que las nuevas explosiones pueden multiplicarse en la misma América Latina.

Por lo tanto, no se trata de sumarse a la apología del libre comercio. Tampoco de resignarse a su dominio. Lo que corresponde es entender los signos de los tiempos, para colocar dentro de ellos banderas y plataformas que corresponden con rigor a lo que tiene de legítimo el liberalismo: Que las libertades sean para todos y que todos las puedan ejercer.