

¿POR QUÉ LEER A ARMAND MATTELART HOY? NOTAS PARA UNA CRÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Mariano Zarowsky

77



¿POR QUÉ LEER A ARMAND MATTELART HOY? NOTAS PARA UNA CRÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA CULTURA

Mariano Zarowsky¹

En América Latina, para generaciones de especialistas y lectores el nombre de Armand Mattelart trae a la memoria su trabajo sobre las historietas de Disney, *Para leer al Pato Donald*. Escrito junto a Ariel Dorfman y publicado en 1971 en Valparaíso, en el fragor de ese laboratorio político, social y cultural que fue la *vía chilena al socialismo*, a través de la mediación de Héctor Schmucler –quien como gerente de Siglo XXI de Argentina lo reeditó con un prólogo suyo de antología– el libro no tardó en convertirse en un *best-seller* y en una suerte de “manual de descolonización cultural” que proyectó su alcance sobre la región y sobre camadas de lectores.

Con el correr de los años y derrumbadas las expectativas que expresaba y le daban sentido en tanto intervención intelectual, *Para leer al Pato Donald* comenzó a ser recordado como una figura más en el repertorio de los íconos de la época. Haciendo abstracción de sus precisas condiciones de emergencia y de su contexto original de interlocución, una lectura sesgada del libro extendió a sus autores una imagen estereotipada. Lo que se jugaba, de fondo, era un balance sobre los procesos de radicalización intelectual del período. La crítica de la comunicación de masas y la denuncia de lo que por entonces se denominaba imperialismo cultural –tópicos centrales del trabajo de Dorfman y Mattelart– pasaron también por la criba de los desplazamientos conceptuales en las ciencias sociales y la llamada crisis del marxismo, que despuntaron con fuerza en la región desde finales de los años setenta del siglo pasado.

En buena medida gracias al alcance de ese libro a esta altura mítico (en 1974 se anunciaba en Buenos Aires su doceava edición; en 1984, en México, la número veinticinco)², la imagen de Armand Mattelart como “padre fundador” de los estudios en comunicación y cultura en América Latina implicó, paradójicamente, una serie de vacíos o equívocos en torno al espesor de su obra y su trayectoria intelectual. Nos referimos, en primer lugar, a ciertos silencios o malos entendidos respecto a las condiciones de emergencia de su perspectiva teórica y epistemológica en el marco del proceso político-cultural que tuvo lugar en Chile entre 1962 y 1973, antes y durante el gobierno de la Unidad Popular de Salvador Allende (1970-1973); en segundo lugar, a la ausencia de estudios sobre su itinerario intelectual y sus elaboraciones teóricas, a partir de su *exilio* en Francia; por último, a la ausencia de un abordaje global y sistemático de su pensamiento y sus aportes para el estudio de la comunicación y la cultura. Es habitual encontrar en la bibliografía latinoamericana especializada un sobredimensionamiento de aspectos parciales y situados de su obra –en especial de sus posiciones de los años sesenta y setenta, y con énfasis en el libro sobre Donald– que suelen convertir por omisión la parte en el todo. Lo paradójico es que un

¹ Universidad de Buenos Aires. Universidad Nacional de San Martín.

² Sobre las primeras ediciones de *Para leer al Pato Donald* y la actividad editorial de Héctor Schmucler en Siglo XXI de Argentina, me permito citar Zarowsky (2019).



trabajo que se proponía desmitificar la historieta más popular del momento devino, a partir de ciertas lecturas textualistas y ahistóricas, en un nuevo productor de mitos. No obstante, la tendencia comenzó a revertirse en los últimos años: un lento pero sostenido trabajo de edición e investigación da cuenta de una creciente reflexión en América Latina sobre la obra y la trayectoria de Armand Mattelart desde una mirada desprejuiciada y algo más totalizadora³.

Como contribución a esta revisión, propongo a continuación una serie de notas sobre la noción de *comunicación-mundo* que sintetizan un trabajo más vasto. Se trata de una idea que, forjada por Armand Mattelart en los años noventa del siglo pasado, se revela una clave de interpretación de su pensamiento –no la única, pero sí una de las más fructíferas– y, desde mi punto de vista, una herramienta productiva para la comprensión de la sociedad contemporánea a través de la crítica de la comunicación y la cultura.

Economía y sistema mundo en perspectiva

Pensar sobre los medios, publicado en 1986 por Armand y Michèle Mattelart ([1986] 1987), planteó de manera pionera en Francia la necesidad de avanzar en una epistemología de los saberes sobre la comunicación y los medios masivos. La multiplicación de discursos sobre las nuevas tecnologías contrastaba con las “dispersiones, las incertidumbres, las fluctuaciones que rodean, más que nunca, al estatuto teórico del campo de los conocimientos y de las prácticas agrupados bajo la noción de comunicación” ([1986] 1987, p. 31). Esta proliferación complicaba el trabajo de reflexión sobre los nuevos objetos técnicos, haciendo más ardua la tarea de establecer el estatuto de la teoría en un contexto donde se expandía lo que los autores denominaban “ideología de la comunicación”, esto es, un “nuevo igualitarismo a través de la comunicación” que cumplía funciones de legitimación, en el marco de un proceso radical –y regresivo– de reorganización económica, social y política (p. 82). Para Armand y Michèle Mattelart era sintomático que buena parte de los saberes sobre la comunicación tendieran a definirla a partir de sus aplicaciones y sus usos, en vez de efectuar la operación teórica que permitiera tomar distancias respecto de los objetos técnicos (p. 28). Los autores destacaban la importancia de la reflexión epistemológica, la necesidad de la distancia teórica para comprender –escriben– “en qué medida la remodelación de los sistemas de comunicación afecta a nuestras sociedades, así como la forma de reflexionar sobre ellos (de concebirlos)” (p. 22).

La perspectiva genealógica que desde entonces moduló Armand Mattelart se encuentra madura en su trilogía *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias* ([1992] 2003), *La invención de la comunicación* ([1994] 1995), e *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global* ([1999] 2000). En su volumen inicial, Mattelart presenta su investigación acerca de la historia de la comunicación internacional y de sus representaciones como “la historia de los lazos que se han fijado entre la guerra, el progreso y la cultura, la trayectoria de sus sucesivos reajustes, de sus flujos y reflujos

³ Me permito citar mi propio trabajo Zarowsky (2013, 2020, 2021). Véase también Maldonado (2015) y el reciente dossier dedicado a la obra y trayectoria de Armand y Michèle Mattelart en la revista *MATRIZES* (14 (3), septiembre de 2020, Universidad de San Pablo).



([1992] 2003, p. 18). Se trata –escribe– de “hacer arraigar la reflexión sobre la comunicación en la historia de los modos de regulación social que acompañan a las mutaciones del poder” ([1994] 1995, p. 16).

La noción de comunicación-mundo que organiza la serie retoma y dialoga con los conceptos de economía-mundo y sistema-mundo elaborados por el historiador francés Fernand Braudel y el sociólogo norteamericano Immanuel Wallerstein. Ambos hacen referencia a la conformación de un espacio jerarquizado de interdependencia mundial en la emergencia del capitalismo, que supone la asimetría como condición de su existencia y despliegue⁴. En relación con nuestros fines, destacaremos algunos elementos de esta perspectiva que pueden ser útiles para comprender la noción de comunicación-mundo. En primer lugar, Wallerstein y Braudel (y esto será lúcidamente explotado por Mattelart) pusieron de relieve el papel de las técnicas y de las comunicaciones en la conformación y desarrollo de los procesos de internacionalización⁵. En segundo lugar, Wallerstein señala la necesidad de inscribir el análisis de la sociedad contemporánea en la dinámica de la economía-mundo capitalista ([1991] 1998, p. 290). Esto implica la delimitación del sistema-mundo como la unidad de análisis adecuada para la comprensión de los fenómenos del capitalismo como sistema mundial, y un desplazamiento fundamental respecto a los enfoques centrados en el Estado-nación. En tercer lugar, la preocupación por el “tiempo de larga duración” –en los términos de Braudel– se oponía a un enfoque centrado en el tiempo corto y los grandes hombres y acontecimientos de la historia. Finalmente, la revisión de las divisiones que organizaron las disciplinas científicas desde el siglo XIX a partir de objetos definidos según una tripartición –economía, política, cultura– que respondían –según Wallerstein– a los supuestos de la ideología liberal decimonónica. Se trata por el contrario de presentar “una realidad global integrada, tratando sucesivamente su expresión en los terrenos económico, político e ideológico-cultural” ([1983] 2006, pp. VII-VIII) ⁶. Sobre estas premisas aunque –como veremos, no solamente– se modula la noción de comunicación-mundo de Armand Mattelart.

Mencionada ya en *Pensar sobre los medios* ([1986] 1987) y luego en *La internacional publicitaria* (1989), es finalmente en *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias* ([1992] 2003) donde encontramos un desarrollo singular de la noción. En este trabajo, Mattelart se propone explorar los vínculos que tuvieron el despliegue de las redes de comunicación, las representaciones y las nociones científicas en torno a ellas con la internacionalización de los intercambios, la división internacional del trabajo y la conformación de un espacio mundial jerarquizado. La idea de comunicación-mundo, que comienza a tomar aquí estatuto propio, recupera entonces algunos elementos de las perspectivas de Braudel y Wallerstein. A saber: la postulación del sistema-mundo capitalista como prisma y escala

⁴ Braudel, [1979] 1984; [1985] 1994; Wallerstein, [1983] 2006, [1991] 1998, [2004] 2006. No podemos detenernos aquí en señalar las diferencias teóricas entre los autores. Mínimamente: si para Braudel han existido diversas economías-mundo a lo largo de la historia, para Wallerstein no hubo más sistema-mundo que el capitalista, a partir del siglo XVI.

⁵ Peter Burke señala que uno de los aportes novedosos de Braudel a la historiografía contemporánea fue poner de relieve y en el centro de su indagación la cuestión del espacio, el papel de la comunicación y de las técnicas en el desarrollo de la economía-mundo ([1990] 1993, p. 46). El asunto, no obstante, se encuentra extensamente desarrollado en la obra de Karl Marx. Al respecto véase, de la Hays (1979).

⁶ Una idea similar acerca de las “proximidades” e invasiones mutuas entre “conjuntos” (económico, político, cultural y jerárquico social) se encuentra en Braudel ([1985] 1994), p. 100).



ineludible de análisis de lo social; la relevancia otorgada al papel de la comunicación (entendida menos como un fenómeno técnico que como una relación social, esto es, como un “modo de intercambio, de circulación de bienes, mensajes y personas”) en la constitución del sistema-mundo capitalista; el tiempo de larga duración como marco de análisis. La noción de comunicación-mundo avanza a su vez sobre las múltiples conexiones que en la configuración del sistema-mundo existen entre la emergencia de los diseños técnicos y las redes comunicacionales, la configuración de un cuerpo de representaciones sociales sobre la comunicación, y, finalmente, la manufactura de los conceptos que la tienen como objeto de exploración científica. Leemos entonces en la presentación de *La comunicación-mundo*:

Reconstruir la genealogía del espacio comunicación-mundo –concepto calcado de la noción de economía-mundo de Fernand Braudel– éste es el cometido de la presente obra. Se trata, mediante un método cruzado, de analizar las modalidades de la implantación de las tecnologías y de las redes que, desde el siglo XIX, no han dejado de repudiar las fronteras de los Estados-naciones y, a la vez, poner de manifiesto los conceptos, las doctrinas, las teorías y las controversias que han acompasado la construcción de un campo de observación científico cuyo objeto es la *comunicación internacional* (Mattelart, [1992] 2003, p. 18).

La reconstrucción de esta articulación constituye una de las vías para hacer inteligible el proceso de construcción del sistema-mundo, al mismo tiempo que una condición ineludible para una epistemología de los saberes sobre la comunicación. En esta dualidad radica la relevancia, riqueza y complejidad de la reflexión de Armand Mattelart.

Se puede pensar entonces la perspectiva de *la comunicación-mundo* en una doble relación de continuidad y revisión respecto de las teorías de la internacionalización, que el propio Mattelart había trabajado desde los años setenta. Sistematizando este balance y analizando los avatares del concepto *de imperialismo cultural y los aportes y límites de la teoría de la dependencia* como contribución latinoamericana a la teoría social, Armand y Michèle Mattelart repasaban en *Pensar sobre los medios* ([1986] 1987) algunas de las críticas que se le habían hecho a estas teorías, tanto por su economicismo como por su tendencia a minimizar el papel de las “sociedades anfitrionas”. Es interesante notar que entonces los Mattelart señalaban que estas observaciones críticas podían extenderse también sobre la teoría de la economía-mundo elaborada por Wallerstein. Sostenían que “al reducir al Estado a un estatuto instrumental, entendiendo por Estado a una institución —citaban los Mattelart *Capitalisme et économie-monde*, de Wallerstein— ‘creada de la nada que refleja las necesidades de las fuerzas sociales que operan en la economía-mundo capitalista’, se pasa a una concepción de la dominación de lo económico, sin mediación, que instrumentaliza lo político” ([1986] 1987, p. 206). Tanto los enfoques inspirados en la teoría de la dependencia como la teoría de la economía-mundo de Wallerstein adolecían, para los autores, de un “confinamiento en una economía política poco atenta a la teoría política y que prescinde del análisis de las clases sociales, de los sistemas de poder y del Estado”. Estas instancias, por el contrario, debían



entenderse como “lugares de mediación y de negociación entre actores sociales, nacionales y locales, con intereses y proyectos divergentes”⁷.

Armand Mattelart desplegó desde entonces, en *La Internacional publicitaria* (1989) y en especial en *La comunicación-mundo* ([1992] 2003), una investigación de largo aliento donde ensayó una genealogía de las múltiples instancias de mediación en las que se tejen –pero también se cuestionan– estos lazos. Irá configurando así una modulación particular sobre el espacio-mundo que, desde una impronta gramsciana, pondrá en primer plano el análisis de la función de los intelectuales como productores privilegiados de representaciones y estrategias para la gestión de lo social, esto es, de mediaciones entre formaciones nacionales y grupos en conflicto. En esta clave Mattelart otorgará un lugar central a las representaciones sobre la comunicación, pero también a la manufactura de los conceptos que la modularon como objeto de indagación científica.

La impronta gramsciana: intelectuales cosmopolitas en la formación de un espacio mundializado

En discusión con el economicismo presente en muchas formulaciones sobre el imperialismo cultural, hacia finales de los años setenta del siglo pasado Mattelart había señalado la variedad de encuentros que podían establecerse entre lo nacional y lo internacional, y la necesidad de dar cuenta del papel de los intelectuales como mediadores. Con su noción de hegemonía –escribe Mattelart en “Notas al margen del imperialismo cultural”– Gramsci había llamado la atención sobre el juego variable de relaciones de fuerzas locales e internacionales, y sobre la acción que desarrollaban en este juego ciertos actores internacionales –los intelectuales– a través de una serie de circuitos de transmisión culturales e ideológicos (1978, p. 10-11).

A partir de entonces Mattelart trabajó de manera productiva y original dos cuestiones poco atendidas por los estudiosos del pensamiento de Gramsci. Por un lado, haría un uso productivo de la observación del comunista italiano acerca del carácter internacional de ciertas formaciones intelectuales, describiendo las redes que, sobre todo desde el siglo XIX, tejieron un espacio de mediación entre lo internacional y lo local a escala planetaria. Por otro, tomaría bien en serio las características de esa nueva figura de intelectual orgánico emergente a principios del siglo XX; aquella que describía Gramsci en sus notas sobre americanismo y fordismo, cuando reflexionaba sobre las transformaciones de la sociedad norteamericana de los años veinte y treinta (Gramsci, 2006, pp. 285-322).

En relación con el primer punto, Mattelart sostiene en *La comunicación-mundo* que las observaciones de Gramsci abrían interrogantes en torno al papel de los procesos de mediación cultural en la conformación

⁷ Algunos años después, en un contexto diferente, acentuada la crisis estratégica de las izquierdas y el reflujo de las perspectivas críticas, Mattelart matizaría su balance crítico sobre las teorías de la dependencia. Aunque no dejaba de observar la minimización de las “dimensiones extraeconómicas e infrainternacionales” por parte de algunos economistas e historiadores que podrían inscribirse en esta corriente, prefería entonces subrayar que estas teorías le devolvían “al capitalismo su dimensión de sistema histórico, un sistema global de producción e intercambio, cuyas redes mercantiles tejen cada vez más lazos, por una parte, entre lo económico, lo político, lo cultural y lo científico, y, por otra, entre los niveles local, nacional y transnacional”. Citando un fragmento de *Le capitalisme historique*, le reconocería ahora a Wallerstein haber dado pie —en la línea de la economía-mundo de Fernand Braudel— “a sospechar lo que el concepto de sistema-mundo ha aportado a una reflexión sobre las génesis de las redes de comunicación” (Mattelart, [1992] 2003, p. 252).



de ese marco de interdependencia asimétrico que suponía la economía-mundo ([1992] 2003, p. 255-256). Poniendo de relieve una serie de circuitos de transmisión culturales e ideológicos, Gramsci había ilustrado la acción de un conjunto de actores internacionales en la configuración de equilibrios de fuerza locales e internacionales. El comunista italiano –lo cita Mattelart– escribe:

La religión, por ejemplo, ha sido siempre una fuente de estas combinaciones ideológicas-políticas nacionales e internacionales, y con la religión, también la Francmasonería, el Rotary Club [*que el teórico italiano consideraba en aquel entonces como una de las redes importantes del Americanismo*], los Judíos, la diplomacia de carrera, formaciones internacionales todas, que sugieren soluciones políticas de diversos orígenes históricos y las aplican en determinados países, funcionando como *partido político internacional* que actúa en cada nación y pone en movimiento todas sus fuerzas internacionales concentradas. Una religión, la Francmasonería, el Rotary, los Judíos, etcétera, pueden incluirse en la categoría *intelectuales* cuya función, a escala internacional, es actuar como mediadores entre los extremos; una función de *socialización* de los recursos técnicos que permite que las actividades de dirección se ejerzan para lograr un equilibrio de los compromisos y encontrar salidas intermedias entre soluciones extremas (Gramsci citado en Mattelart, [1992] 2003, p. 256)⁸.

Gramsci ponía de relieve la existencia de formaciones intelectuales internacionales, subrayando su función de mediación ideológica, pero también su función en tanto agentes de gestión y organización de los recursos técnicos disponibles en una sociedad. De allí la noción de *partido político internacional* que proponía el comunista italiano, para quien –recordaba Mattelart– “el término *partido* tiene un sentido mucho más amplio que el que le atribuye la ciencia política o su común acepción: se confunde con el de *organizador* o el de intelectual *orgánico* y es inseparable del concepto de hegemonía” ([1992] 2003, p. 256)⁹. Mattelart ponía en primer plano así una dimensión que pasaba desapercibida en las lecturas de Gramsci predominantes en los años ochenta, principalmente en el campo de los estudios culturales, que tomaban su noción de hegemonía en una clave estrictamente cultural y/o nacional.¹⁰ Mattelart concluía que el trabajo gramsciano invitaba al “análisis de la producción del consenso y de los sistemas de alianza en escala internacional” y a “tener en cuenta las mediaciones y los mediadores en el encuentro entre culturas singulares y el espacio-mundo” (p. 257)¹¹.

Esta cuestión se relaciona con el segundo aspecto que Mattelart explota con originalidad de la noción de intelectual en Gramsci. Ya a fines de los años setenta Mattelart recuperaba las observaciones del italiano en torno a la racionalización del aparato de Estado norteamericano en la década del veinte, mostrando

⁸ Subrayado y nota aclaratoria de Armand Mattelart.

⁹ Subrayado de Armand Mattelart.

¹⁰ Una referencia crítica a las lecturas de Gramsci en los años ochenta se encuentra en Mattelart ([1986] 1987, pp. 87-89).

¹¹ Gramsci llamó la atención sobre la función cosmopolita de los intelectuales italianos, entendiendo que esta característica representaba un obstáculo fundamental para la formación de una “cultura nacional” italiana. La noción surgía en comparación con el carácter “nacional” que asumían las formaciones intelectuales en Francia al momento de la revolución de 1789. Desde la existencia del Imperio Romano hasta el desarrollo de la Iglesia Católica con su sede vaticana en Roma, la formación histórica de los intelectuales italianos estuvo marcada por el cosmopolitismo. “El problema de qué son los intelectuales –anota Gramsci– puede ser mostrado en toda su complejidad mediante esta investigación” (2004, p. 38).



sus posibles implicancias para el análisis de la transformación de los aparatos de producción de hegemonía que se experimentaba entonces en Europa. Mattelart proponía la noción de “taylorización de la esfera de la hegemonía” a partir de su lectura de “americanismo y fordismo” de Gramsci¹², poniendo de relieve lo que las reflexiones del comunista italiano iluminaban sobre el modo en que Europa reorganizaba su modo de producción de mercancías y sus formas de ejercicio de dirección moral e intelectual (Mattelart, Mattelart, [1979] 2003, p. 58; Mattelart, [1979] 2010, pp. 150-151)¹³.

Tal vez sea en *La internacional publicitaria* (1989) donde se pueda ubicar más cabalmente la lectura productiva y singular que Mattelart puso en juego de los aspectos del pensamiento gramsciano aquí señalados. En este libro Mattelart trazaba la historia de las agencias publicitarias y las múltiples formas que, en el momento en que la norma publicitaria se consolidaba como regla de la producción cultural, tomaba su creciente superposición con los medios de comunicación. La tesis que proponía Mattelart era que, luego de una primera etapa de internacionalización bajo predominio norteamericano en la segunda posguerra, “lo publicitario” había cambiado de estatuto: desde fines de los años setenta las compañías de publicidad se habían ampliado y diversificado, ofreciendo “servicios de comunicación y gestión” para empresas y Estados. Lo “publicitario” entonces excedía el ámbito del “aviso” tradicional, al convertirse en un modo de comunicación y gestión de lo social; la norma de organización de la producción cultural, de los procesos de trabajo al interior de las empresas tanto como de gestión de la esfera pública. Las agencias de publicidad nacidas en los Estados Unidos eran las cabeceras de playa de este proceso. Sus redes –que Mattelart describe metódicamente, dando cuenta de su génesis, desarrollo y transformaciones– contribuyeron a tejer una malla cada vez más compacta entre cultura y sociedad. Las instituciones de lo que llamaba la “internacional publicitaria” asumían entonces una función que era tanto de organización económica como de dirección político-cultural: junto al sector de las finanzas –con el cual se habían interpenetrado desde los años ochenta– las agencias constituían auténticas “vanguardias del proceso de globalización de los mercados” (1989, p. 116).

No casualmente Mattelart definía su historia de la internacional publicitaria como “un libro sobre los intelectuales”. Por supuesto –aclaraba pronto– no se lo definía como se lo hacía “no hacía tanto tiempo” en Francia, esto es, por su función y ejercicio de la crítica; se trataba al contrario de incluir en esta

¹² Gramsci entendía al americanismo como un nuevo modo de producción de bienes pero también como un nuevo tipo de gestión de la sociedad y de organización de la cultura. Por eso señalaba que la función política estaba siendo asumida en Estados Unidos por intelectuales de nuevo tipo: “[l]a hegemonía nace en la fábrica y para ejercerse sólo tiene necesidad de una mínima cantidad de intermediarios profesionales de la política y de la ideología”. Aun así en la década del treinta este proceso estaba en una fase inicial y no había dado todavía –escribía Gramsci– “salvo esporádicamente quizás, ningún florecimiento superestructural” (Gramsci, 2006, pp. 291-292). Christine Buci-Glucksmann llamó la atención en Francia sobre la actualidad de estas intuiciones gramscianas para describir la situación europea de los años setenta. Interpretaba que en la concepción de Gramsci del americanismo la hegemonía no separaba la fábrica de la sociedad y concernía precisamente a la totalidad de los modos de vida: la infraestructura dominaba de manera más directa la superestructura, de allí que suponía un nuevo tipo de intelectual. Buci-Glucksmann concluía: “[l]a modernidad y la actualidad de Gramsci es clara ya que capta, en este tipo de desarrollo que el capitalismo monopolista ha puesto a la orden del día, un funcionamiento de las ideologías (...)” ([1975] 1978, p. 111).

¹³ Es una constante en los trabajos de Armand Mattelart desde fines de los años ochenta su invitación a considerar las observaciones de Antonio Gramsci sobre “americanismo y fordismo” (Mattelart y Mattelart, 1988 [1987], p. 83); Mattelart, ([1992] 2003, pp. 123-125); Mattelart ([1994] 1995, p. 337), entre otros. En *Pensar sobre los medios*, escribe con Michèle Mattelart: “Gramsci apuntaba que ‘la hegemonía nace en la fábrica’ y veía en el fordismo esta cultura encargada de cimentar ideológicamente la sociedad trabajadora. Si hubo un tema olvidado en aquellos/aquellas que han estudiado las formas de sujeción ideológica y cultural, ese fue el del trabajo y el de su lugar concreto, la empresa” ([1986] 1987, p. 89).



categoría a “estos nuevos mediadores de saberes y de saber-hacer que hacen funcionar esta institución y esta industria [la publicidad]” (p. 24). *La internacional publicitaria* –un libro apenas comentado en América Latina– presentaba entonces la genealogía de un tipo de formación intelectual internacional que ejercía una función destacada en un momento en el que –caracterizaba Mattelart– se asistía a la consolidación a nivel global de un “nuevo régimen de verdad” que se desplazaba del “Estado providencia” y el servicio público como ejes organizadores de los social, a la empresa, al interés privado y al libre juego de las fuerzas del mercado como “nuevos modos de gestión de las relaciones entre los hombres” y “nuevos modos de ejercicio del poder” (p. 20).

Llegados a este punto conviene puntualizar dos cuestiones. En primer lugar, que el análisis de la configuración del espacio-mundo no supone en Mattelart la existencia de un proceso necesario y homogéneo de subsunción global a un patrón económico o cultural, sino un desarrollo hecho de contradicciones y conflictos, un proceso siempre abierto e inacabado. He aquí también su impronta gramsciana¹⁴. En segundo lugar, y en relación con esto, conviene subrayar que en la perspectiva de Mattelart el papel de estas formaciones intelectuales no se reduce al rol de ejecutores de procesos exteriores a su accionar, como si éstos pudieran desarrollarse a partir de una lógica económica propia. Por el contrario, en su visión –gramsciana en esto también– el rol de los intelectuales es productivo, o de otro modo: las formaciones intelectuales contribuyen a modular estos movimientos de lo real. De allí la importancia de analizar estas formaciones para comprender las relaciones entre economía, cultura y sociedad y hacer inteligible las tendencias que dirigen –pero también tensionan– su articulación.

Una genealogía de los saberes sobre la comunicación y la cultura

En esta clave conflictual debe leerse la historia de las disciplinas y saberes especializados sobre la comunicación y la cultura que entreteje Mattelart en los años noventa del siglo pasado. A diferencia de la historia tradicional de las ideas, que ubica su despliegue en una sucesión de diálogos internos, la genealogía que propone Mattelart pone de relieve los múltiples vínculos que conectan el desarrollo y la circulación de saberes sobre la comunicación con las grandes conmociones de los siglos XIX y XX. Desde esta perspectiva, con su impronta foucaultiana –sobre la que aquí no podemos profundizar– Mattelart organiza su indagación histórica, analiza las formaciones e instituciones donde se producen los conceptos y saberes sobre la comunicación, y da cuenta de su circulación global y sus efectos geopolíticos. Con una reconstrucción documental bien precisa, desde la emergencia del telégrafo a la fotografía y la elaboración de las nociones de “información” y “comunicación” en el contexto de la primera guerra mundial; desde la

¹⁴ En relación con ello es categórico cuando escribe: “dentro de la alquimia de las relaciones de fuerzas económicas y culturales, estos trasplantes de modernidad, por mediación de las nuevas técnicas de venta, con frecuencia han dado origen a procesos contradictorios en los que se entremezclan adhesión, convivencia, comportamientos de rechazo, actitudes miméticas y apropiaciones más o menos críticas de las aportaciones externas. Queda por realizar una exhaustiva tarea que examinaría en detalle esta difícil gestión, este permanente ir y venir de intercambios desiguales” (Mattelart, 1989, p. 60). En el mismo sentido en *La comunicación-mundo*, señalaba que la necesidad de tener en cuenta “las mediaciones y los mediadores”, que el programa gramsciano planteaba, había sido “ahogada por polarizaciones que llevarán a ver bloques allí donde había diversidad, lisura allí donde había asperezas, ecuación de primer grado allí donde había complejidad cultural, sentido único allí donde había circularidad” (Mattelart, [1992] 2003, p. 257).



revolución rusa a la emergencia de las “teorías de la comunicación de masas” en la Norteamérica convulsionada por el fordismo y luego por la crisis de 1930; desde la insurgencia en el Tercer Mundo en la posguerra y la emergencia de la noción de “comunicación para el desarrollo” durante la Guerra Fría, hasta las revueltas de los años sesenta y setenta y la aparición de las teorías sobre la “sociedad de la información” en el marco de la crisis del Estado de bienestar, Mattelart poner de relieve cómo “la guerra y su lógica son componentes esenciales de la historia de la comunicación internacional, de sus doctrinas y de sus teorías, así como de los usos que de ellas hayan podido hacerse” (p. 18). La comunicación – escribe– “para lo que sirve, en primer lugar, es para hacer la guerra”; y este origen sombrío es la zona ciega del pensamiento que la aborda ([1992] 2003, p. 18). La guerra es también el sustrato ineludible para pensar también los “momentos de paz”, esto es, la producción de técnicas, saberes y representaciones que operan en las gestiones de las crisis recurrentes. “La historia de la comunicación internacional y de sus representaciones –en suma– es la historia de los lazos que se han tejido entre la guerra, el progreso y la cultura, la trayectoria de sus sucesivos reajustes, de sus flujos y sus reflujos” (p. 18). La larga historia de la comunicación-mundo es también entonces la historia de las teorías y doctrinas que participan en su configuración, y Mattelart sitúa estas relaciones de saber-poder en un espacio de dimensión internacional. Desde entonces, ya en el siglo XXI, Mattelart se dedicó a trazar la genealogía de lo que entonces se denominaba “sociedades de la información”, y a reflexionar sobre la emergencia y función de las tecnologías y representaciones sobre comunicación en la gestión de lo social; de internet a las redes sociales y los algoritmos¹⁵. Se puede leer en sus apuestas teóricas y epistemológicas una manera productiva de comprender la organización contemporánea a través de la crítica de la comunicación y la cultura.

Bibliografía

- Braudel, F. ([1979] 1984). Las divisiones del espacio y del tiempo en Europa. En *Civilización material, economía y capitalismo, siglos XV-XVIII, Tomo III, El tiempo del mundo* (pp. 5-64). Alianza.
- Braudel, F. ([1985] 1994). *La dinámica del capitalismo*. Fondo de Cultura Económica.
- Buci-Glucksmann, C. ([1975] 1978). *Gramsci y El Estado. Hacia una teoría materialista de la filosofía*. Siglo XXI.
- Burke, P. ([1990] 1993). *La revolución historiográfica francesa, la escuela de los annales: 1929-1989*. Gedisa.
- de la Haye, Y. (Ed.). (1979). *Marx & Engels on the means of communication (the movement of commodities, people, information & capital)*. International General/International Mass Media Research Center.
- Gramsci, A. (2004). *Los intelectuales y la organización de la cultura*. Nueva Visión.
- Gramsci, A. (2006). *Notas sobre Maquiavelo, sobre la política y sobre el Estado Moderno*. Nueva Visión.
- Maldonado, E. (2015). *Epistemología de la comunicación. Análisis de la vertiente Mattelart en América Latina*, Ediciones Ciespal.

¹⁵ Véase, entre otros, Mattelart ([2001] 2002; [2007] 2009; [2014] 2015).



- Mattelart, A. ([1979] 2010). *Para un análisis de clase de la comunicación. Introducción a Comunicación y lucha de Clases. Vol.1.* El Río Suená.
- Mattelart, A. ([1992] 2003). *La comunicación–mundo. Historia de las ideas y de las estrategias.* Siglo XXI.
- Mattelart, A. ([1994] 1995). *La invención de la comunicación.* Siglo XXI.
- Mattelart, A. ([1999] 2000). *Historia de la utopía planetaria. De la ciudad profética a la sociedad global.* Paidós.
- Mattelart, A. ([2001] 2002). *Historia de la sociedad de la información.* Buenos Aires.
- Mattelart, A. ([2007] 2009). *Un mundo vigilado.* Paidós.
- Mattelart, A. (1978). Notas al margen del imperialismo cultural. *Comunicación y cultura*, 6, 7-27.
- Mattelart, A. (1989). *La internacional publicitaria.* FUNDESCO.
- Mattelart, A. Mattelart, M. ([1986] 1987). *Pensar sobre los medios. Comunicación y crítica social.* FUNDESCO.
- Mattelart, A., Mattelart, M. ([1979] 2003). *Los medios de comunicación en tiempos de crisis.* Siglo XXI.
- Mattelart, A., Mattelart, M. ([1987] 1988). *El carnaval de las imágenes: La ficción brasileña.* Akal
- Mattelart, A., Vitalis, A. ([2014] 2015). *De Orwell al cibercontrol.* Gedisa.
- Wallerstein, I. ([1983] 2006). *El capitalismo histórico.* Siglo XXI.
- Wallerstein, I. ([1991] 1998). *Impensar las Ciencias Sociales. Límites de los paradigmas decimonónicos.* Siglo XXI.
- Wallerstein, I. ([2004] 2006). *Análisis de sistemas-mundo. Una introducción.* Siglo XXI.
- Zarowsky, M. (2013). *Del laboratorio chileno a la comunicación-mundo. Un itinerario intelectual de Armand Mattelart.* Biblos.
- Zarowsky, M. (2019). Comunicación de Masa en Siglo XXI Argentina: una colección orientada por Héctor Schmucler. *Revista Internacional de Comunicación y Desarrollo*, 10, Universidad de Santiago de Compostela, España, 22-31.
- Zarowsky, M. (2020). Para uma crítica da cultura e da comunicação: uma abordagem à perspectiva da *comunicação-mundo* de Armand Mattelart. *Revista MATRIZES*, 14 (3), Universidad de San Pablo, 117-137.
- Zarowsky, M. (2021). Estudio preliminar: *Communication and Class Struggle (1979-1983)*. Una aventura editorial en la *internacional popular de la comunicación*. En A. Mattelart, *Comunicación, cultura y lucha de clases. Génesis de un campo de estudios* (pp. 7-25). Siglo XXI.

