

Los límites de la contrainformación y la comunicación de masas

DIEGO - COLECTIVO GRAN SALTO ADELANTE (EX MOLOTOV) :: 28/02/2004
Aportación al debate "Los límites de la contrainformación y la comunicación de masas".

-1. ¿Por qué si en las últimas movilizaciones estatales (Huelga general, estudiantiles, contra la guerra) han participado miles de personas, ahora desde los movimientos de información alternativa no logramos comunicarnos con ellas?

Como han apuntado muchas de las intervenciones al debate, la formidable y fugaz oposición a la guerra -máxima expresión de las movilizaciones que se han sucedido contra el PP- no se debió a la labor de los medios de contrainformación. No se debe infravalorar la influencia de algunos medios de comunicación de masas, que en este caso rompieron una tendencia de diez años de apoyo sin matices a las intervenciones "humanitarias" de las grandes potencias. Por lo tanto, el "ahora" incluido en la pregunta resulta engañoso y presupone que existió un "antes" en el que las posiciones de los movimientos sociales llegaron directamente a la población, sin el filtro de los grandes medios.

Un "antes" presupone también un "después", y por este motivo debemos retirar el equivoco de nuestras cabezas. Los movimientos sociales no pueden hacer llegar sus posiciones al público como quien inyecta suero en un cuerpo enfermo, porque dicha presión ejercida sobre las conciencias también está fuera del alcance de los propios medios de comunicación de masas. La competencia y la saturación de estímulos para el consumo convierten a las teorías sobre la influencia directa de los media -comparadas con el efecto de una aguja hipodérmica- en un anacronismo. En realidad, lo que los medios muestran tiene un efecto relativo, muy dependiente de lo que otros mediadores establezcan como oportuno para el debate público. Y aquí es donde pueden entrar los movimientos sociales.

En los últimos meses se ha barruntado mucho acerca de la influencia del llamado movimiento antiglobalización en los contenidos, estética y alcance cuantitativo de las movilizaciones contra la guerra, el Prestige y el decretazo, entre otras. No parece desmesurado pensar que esta constelación de movimientos ha logrado introducir en muchas conciencias unas prioridades diferentes a las establecidas en un primer momento por los gobiernos, las multinacionales y los propios medios de masas, y que eso ha repercutido en el carácter masivo de las movilizaciones.

Los problemas comienzan, irremediablemente, cuando la actualidad periodística se centra en otro asunto de última hora. Sabemos bien que los conflictos sociales, y más aquellos de alcance planetario -el deterioro del medio ambiente, el despilfarro energético, los conflictos geopolíticos- no se ajustan a la lógica de actualidad de los medios de masas. Y aquí la conclusión es clara: los movimientos sociales no disponen hoy en día en España de una capacidad para intervenir de forma cotidiana, constante y visible en el espacio público. Esta incapacidad política se manifiesta también en el terreno de la contrainformación, pero es inseparable- como otras aportaciones han sugerido- de la propia naturaleza de los

movimientos sociales como sujetos influyentes.

Al menos otras dos conclusiones se imponen si seguimos este razonamiento: la primera, que no debemos basar nuestras expectativas y análisis en la propia estructura caótica y desmembrada de la actualidad mediática. Si esta nos muestra que "todo ha vuelto al orden" o que "ahora se lo tenemos que decir en las urnas", debemos ser capaces de tomarle el pulso a la realidad, de entender ese choque de ritmos como un ejemplo más de la fragilidad de las formas políticas tradicionales, hoy expuestas a un vaivén informativo que inevitablemente les hace perder coherencia y capacidad de transformación. La segunda conclusión es que dicha certeza resulta inútil si, como movimientos sociales, no nos dotamos de herramientas organizativas, analíticas y comunicativas que se escapen de la tiranía de la actualidad y de las agendas dependientes del poder.

-2. ¿Cómo lograr el objetivo de trasladar nuestros mensajes más allá del círculo de activistas? ¿Rompe realmente el cerco comunicativo con nuestros proyectos actuales?

En primer lugar, quedan muchísimas cosas por hacer en el campo de la "comunicación activista" como para trascender realmente cualquier círculo de iniciados. Un objetivo básico se debería de centrar en la comunicación entre los propios colectivos alternativos. La experiencia de las contracumbres y de los Foros Sociales demuestra que, con frecuencia, no se produce una auténtica comunicación -si entendemos por "comunicación" el poner en común ideas y aproximaciones a la realidad- entre los movimientos sociales, y que el espacio de la comunicación suele sustituirse por el chiringuitismo y el ombligismo político. En este sentido, el colectivo implicado en el proyecto que sucederá a "Molotov" ha constatado varias veces que esta publicación no tocó techo en ningún momento en cuanto a sus posibilidades de difusión entre el mundo militante estatal, obviamente mucho mayor que los escasos 3.000 ejemplares distribuidos. No es este el lugar para discutir las causas de este hecho, que sin embargo puede delatar la existencia de muchos cercos y barreras entre los propios movimientos, y no sólo entre estos y la población no militante.

Por este motivo, el nuevo proyecto renuncia a marcar una diferencia demasiado rígida entre el "lector militante" y el "lector no militante". No hay ningún motivo para que un reportaje sobre el origen y evolución de los centros sociales okupados en Europa no pueda interesar por igual a un miembro de la asamblea de un centro social que a un visitante casual de ese mismo espacio. El miedo a la obviedad pierde importancia dado que, con frecuencia, ciertos sobreentendidos ocultan una carencia de formación política básica -entre los propios militantes- que abona el terreno para el eslogan y el panfleto.

A lo largo de estos meses de debate en La Haine han aparecido aportaciones muy recurrentes sobre las formas posibles de saltarse esa clase de cercos internos y externos. Cabe destacar dos de ellas: el uso de Internet como herramienta comunicativa y política, y el abandono de los lenguajes identitarios. En el primer caso, no se trataría tan sólo de Internet sino del conjunto de medios digitales que ponen al alcance de la gente y los colectivos con menos recursos una capacidad comunicativa sin precedentes. Más adelante retomaré este punto. Sobre la segunda cuestión se lleva ya mucho tiempo teorizando, y siempre resulta difícil juzgarla por sus efectos: nunca se sabe si el objetivo de abandonar las

marcas ideológicas del lenguaje falla por defecto o por exceso. Dicho de otro modo, cuesta precisar dónde acaba la saludable costumbre de no llenar los propios escritos de jerga política y dónde empieza la autocensura.

-3. ¿En qué medida es importante poner en marcha un medio de masas desde los movimientos sociales?

El concepto "medio de comunicación de masas" (MCM) siempre ha sido visto con recelo por parte de los movimientos radicales. Más allá de debates sobre modelos horizontales o verticales de comunicación, no podemos olvidar que los MCM son inseparables del desarrollo de la propia sociedad de masas, que según algunos teóricos entraría en crisis junto con la propia idea de modernidad. Pese a que fenómenos como Operación Triunfo y Gran Hermano inviten más que nunca a no tomarse demasiado en serio algunas conclusiones de los posmodernos, parece razonable admitir que en los últimos tiempos un nuevo paradigma social y comunicativo lucha por sustituir al paradigma de la sociedad de masas: me refiero a la Red.

Retomo aquí las reflexiones iniciadas en los otros dos puntos sobre la existencia de múltiples mediaciones que filtran, matizan o niegan lo que recibimos a través de los MCM, y también sobre las oportunidades que los medios digitales brindan a los movimientos sociales. En ambos casos, la propia entidad de los MCM queda en entredicho, no por una simple falta de adecuación entre lo sucedido y lo relatado -es decir, no por la simple práctica de la manipulación informativa-, sino porque su modo de funcionamiento ya no se adapta a las necesidades y ritmos de la sociedad.

El ejemplo más claro de esta inadecuación lo tenemos en el famoso debate sobre la piratería y los derechos de autor. La popularización -y no simplemente la existencia- de ciertas tecnologías ha abierto una brecha en el seno del mercado, desbordado por la infinita cualidad de reproducción de las mercancías basadas en intercambios de información: música, textos, libros, imágenes circulan (más o menos) libremente por la Red, (más o menos) al margen del control de la industria. Por este mismo motivo, resultaría erróneo pensar que los millones de personas que se manifestaron en España contra la guerra lo hicieron motivados exclusivamente por las campañas del grupo Prisa, sin ninguna influencia de los miles de mensajes, montajes, vídeos y campañas que simultáneamente circularon por la Red.

En este escenario, ¿tiene algún sentido el aspirar a montar un medio de comunicación de masas "desde los movimientos sociales"? Evidentemente, no. La pregunta debería formularse de otro modo: ¿tiene sentido publicar un medio escrito, dirigido al entorno inmediato de los movimientos sociales? La respuesta a esta pregunta sólo puede ser positiva si dicho medio renuncia a cualquier pretensión de dirigirse a una "masa". Esto no sólo sería económicamente inviable (por los costes de una tirada mensual superior a 20.000 ejemplares) sino políticamente incoherente.

Existen razones de peso para apoyar el proyecto, y quizá la primera de ellas es que, pese a todo, la prensa sigue teniendo en España una capacidad de creación de agenda y de influencia política muy superior a su difusión real. Los movimientos sociales podrían aprovechar de este modo el inmenso patrimonio de un medio que legitime sus posiciones

más difíciles de trasladar a la población, y abrir de este modo una pequeña brecha también en el reducidísimo circuito de la distribución comercial.

-4. ¿Qué pasos efectivos podemos dar en esa dirección?

En la dirección de "crear un medio de masas" podemos dar pocos pasos efectivos. En la dirección de crear un medio de referencia para el conjunto de los movimientos sociales del estado y para un sector de la población "concienciada" no militante -con capacidad de definir y influir en eso que llamamos "actualidad'-, los pasos que se pueden dar son múltiples, desde el fortalecimiento de las radios y televisiones comunitarias hasta el desarrollo y consecución del proyecto que el colectivo "Gran Salto Adelante" se trae entre manos.

En su debido momento comenzaremos el diálogo con los movimientos sociales para conocer de primera mano sus necesidades y comunicarles las características concretas del proyecto: periodicidad, distribución, formato, tirada, estilo y secciones, entre otras. En futuras aportaciones iremos aclarando algunos de estos aspectos, así como el desarrollo de algunas cuestiones que en esta primera aportación han quedado apenas sugeridas.

https://www.lahaine.org/est_espanol.php/los-limites-de-la-contrainformacion