Contrainformación: Entre lo real y lo virtual

EKINTZA ZUZENA :: 07/09/2004

Aportación al debate "Los límites de la contrainformación y la comunicación de masas".

UN ACERCAMIENTO

Ante la apropiación del lenguaje por parte del poder no resulta sencilla la designación de un término que resulte totalmente satisfactorio a la hora de nombrar esa otra realidad que se construye al margen y/o en contra de los medios de comunicación de masas. El término más extendido es el de "contrainformación". Este es, sin embargo, un término contradictorio y ambiguo. En cierto modo, se podría decir que quienes "contrainforman" son los medios de comunicación de masas y que los medios alternativos tratan, en la medida de sus posibilidades, de socializar una auténtica información. También podría verse la contrainformación como una especie de espejo de la "información", algo que se configura casi simétricamente (a la contra) frente a los medios de comunicación de masas, sin ofrecer realmente una alternativa que los trascienda. En tercer lugar, la contrainformación se puede entender como la elaboración de un discurso comunicativo distinto y/o opuesto al oficial (entendiendo por oficial al que se genera desde las estructuras de poder, tanto políticas como económicas), que puede servir herramienta de formación, reflexión, movilización y enriquecimiento personal y colectivo. En este sentido, y aunque mantengamos el término "contrainformación" dada su amplia difusión, quizás sería más correcto hablar de "comunicación transformadora", definida como la interacción libre, igualitaria y dinámica entre quienes participan en un proceso de cambio social.

La contrainformación, entendida de un modo abiertamente político (radical y global), asume una serie de características:

- Afán transformador de la ideas y de la vida (sentido global de transformación social).
- Naturaleza autogestionada.
- Independencia o no dependencia política o económica.
- Carácter no comercial y no remunerado (intento de superar la alienación del trabajo asalariado).

Este es el perfil tipo de lo que se conoce popularmente como "Fanzines" (es decir, aquellas publicaciones autoproducidas, que abarcan temas políticos, musicales, literarios, etc.) y de las denominadas "Radios Libres", sin obviar la omnipresente influencia de internet.

Si atendemos únicamente al mensaje vehiculado (esto es, a la elaboración o difusión de mensajes distintos y opuestos a los oficiales) la contrainformación se convierte en algo más extensivo e incluyente, puesto que asume en mayor o menor agrado lo que, en el primer caso, podrían considerarse como contradicciones estructurales (ej. Trabajo asalariado, difusión comercial, profesionalización,) Así, se configuraría un abanico social -asociado en buena medida a lo que denominamos como "izquierda"- que abarcaría revistas, radios libres o comunitarias, publicaciones barriales y de grupos sociales, ciertas televisiones locales, determinada prensa de partido,Los análisis de esta artículo irán dedicados principalmente al

primer modelo.

UNA REALIDAD CONTRADICTORIA

Si analizamos el panorama actual de la contrainformación debemos tener en cuenta, en primer lugar, que cualquier acercamiento a su realidad no puede obviar el impacto que internet ha tenido en el medio. De hecho, se puede decir que hoy en día la contrainformación halla en internet su espacio de mayor presencia y de desarrollo constante. Frente a esta expansión del campo de las nuevas tecnologías se observa una profunda crisis de lo que ha sido el modelo clásico. Si tomamos como el ejemplo de la prensa escrita "generalista" (el modelo de revista o fanzine pluritemático), observamos un estancamiento o incluso desaparición de la mayoría de las expresiones, con la pervivencia de un escaso y aislado número de referentes, dedicado, en buena medida, a la crítica ideológica y sin una conexión clara con un movimiento social por otro lado también en profunda crisis. A la par, se ha desarrollado considerablemente una forma de edición más concreta y localizada, en base a textos breves y revistas o folletos temáticos, que, en algunos casos, han caído en la dinámica de la falta de criterio (editando textos de forma incoherente y acrítica) o de la moda (hoy Situacionismo, mañana Insurreccionalismo, pasado mañana Primitivismo,). Un problema importante ha sido la falta de profundización sobre nuevos planteamientos y formas de entender la contrainformación o sobre cómo debería ser la comunicación social como elemento de lucha. Buena parte del espacio del debate se lo ha comido internet y los temas relacionados con su expansión (ej. software libre). Ha sido un debate, que ha "naturalizado" el medio técnico desde el inicio, visto como un lugar de casi infinitas posibilidades para el desarrollo de la información-comunicación-agitación y del discurso político.

ALGUNAS CRITICAS A LA POLITICA DE INFORMACION DESDE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS Y DE IZQUIERDA

No cabe duda de que la información es hoy en día uno de los pilares de la sociedad y también uno de los polos principales de crecimiento y acumulación capitalista. Desde una perspectiva de lucha por el cambio social debería ser prioritaria la comprensión e interpretación de todos estos procesos, lo cual implica necesariamente un cuestionamiento de muchos esquemas y ideológicos y de funcionamiento. Mientras el capitalismo, a pesar de sus contradicciones, es capaz de elaborar estrategias a largo plazo y orientar su discurso y su práctica en función de esos cálculos, no ocurre lo mismo como la denominada oposición. En este sentido, podemos citar dos significativas tendencias que están presentes en el discurso de oposición al sistema imperante: 1) El "realismo" activista y posibilista que orienta gran parte de su labor en la adaptación más o menos crítica a una coyuntura cambiante con una cierta fascinación por la tecnología y la eficacia cuantitativa. 2) La mirada nostálgica y dogmática hacia el pasado como refugio ante un presente que se antoja difícil y contradictorio.

La crítica a una política comunicativa de izquierdas atendería igualmente a otros aspectos presentes en la configuración de los llamados "medios alternativos":

1) Se acumula información como se acumula dinero. La incesante generación de información conduce a menudo a la saturación y a la imposibilidad de procesamiento y

comprensión real de los hechos sociales.

2) Se concibe la información como "producto" o "mercancía". Se identifica productivismo con calidad (Más = Mejor), priorizando lo cuantitativo (cantidad de datos) sobre lo cualitativo (calidad de la comunicación). Es, en definitiva, una forma de activismo, que, muy a menudo, acaba llevando a la pérdida del sentido de la propia acción, sumida en la lógica del "hacer por hacer" porque "hay que hacer algo". El activismo es hermano de la prisa, de las dinámicas autoimpuestas en función de una coyuntura siempre cambiante, de un actuar en función de los ritmos que nos vienen dados, cuando en realidad los tiempos deberían construirse en función de nuestras necesidades, con otros ritmos y perspectivas que nos permitan madurar y profundizar temas y enfoques.

3) Se establece un estándar, lo "políticamente correcto" definido en buena medida por las modas militantes (antiglobalización, exclusión social, antirracismo,) y en base a conceptos vagos y ambiguos como "pluralidad', "democracia" En muchas ocasiones estas "modas" son utilizadas como mecanismos de engrase y reproducción de las burocracias izquierdistas.

4) Se aceptan, en nombre de la "pluralidad', la "unidad' la difusión de planteamientos contradictorios e incluso incompatibles entre sí, lo que en muchas ocasiones, acaba neutralizando un debate profundo y vinculante. En otros casos, esta "unidad' puede llevar al maquillaje del lenguaje y la política de negociación de "mínimos" comunes, lo cual supone una rebaja de principios, que es aprovechada habitualmente por las grupos izquierdistas para tratar de erigirse "líderes", "portavoces" o "coordinadores", siempre con la vista puesta en la interlocución institucional. En otros casos, este tipo de unidad se presenta como una estrategia para dotarse de "colchón social" frente a la represión. Estos planteamientos suponen, en buena medida, la interiorización de la idea de la democracia, de un respeto y una tolerancia mal entendidos, que se basa en la idea de que "todas las opiniones son válidas". La lección democrática es clara: el poder político se legitima, ya que se presenta como el "término medio" o la "síntesis" de esa "pluralidad' de opiniones, que en realidad sólo representan los límites de lo pensable.

5) Propaganda y exaltación acrítica de los débiles ("ejes del bien" frente a "ejes del mal"). Se asimilan e identifican diferentes luchas sin distinguir sus peculiaridades y sin hacer crítica de sus problemas y contradicciones. Hay ejemplos históricos (Nicaragua, El Salvador, etc.) que demuestran cómo el apoyo acrítico no mejora un proceso revolucionario, que a la larga puede ser víctima de sus propias mentiras. Eso no quiere decir que los elementos en conflicto se sitúen en un plano de igualdad, con el consabido "ni ni" (ej. "Ni Bush ni Sadam"; "Ni Bush ni Fidel"), falsas dicotomías que en la práctica favorecen al más poderoso, ya que no permiten entender las razones de los conflictos ni las responsabilidades concretas de cada una de las partes. Así, por ejemplo, respuestas armadas, atentados indiscriminados o autoinmolaciones se ven como "salvajadas" que asustan por incomprensibles para la mentalidad occidental, aunque se den en contexto en el que sea evidente una situación de injusticia. Entender qué es lo que lleva a determinadas estrategias o a acciones desesperadas no significa compartirlas, pero sí puede llevar a poner en evidencia la enorme brutalidad inserta en las formas de dominio de Occidente. De otro modo, se acaba cayendo en una legitimación de ese dominio que se ve, en último extremo, como "el mal menor" frente al fanatismo y el caos que provienen de "afuera". También es habitual exaltar

determinadas formas de lucha del llamado "Tercer Mundo" (como la lucha armada) siempre que se realicen a muchos kilómetros de distancia y que guarden un aura "romántica" (ej. Zapatismo, FARC). Esta visión "romántica" no impide mantener formas de actuación perfectamente integradas e incluso reaccionarias en el lugar donde habitualmente se actúa.

6) Imitación o emulación de los modos periodísticos y de las formas de organización de los medios de comunicación de masas. El pragmatismo siempre incide sobre la prevalencia de los fines sobre los medios. La lógica es que si los medios de comunicación de masas realizan determinadas prácticas hay que hacer lo mismo para poder combatirles. El resultado es la jerarquización, el afán por el gigantismo, los coqueteos con el sensacionalismo y con el populismo, el fomento del productivismo, la existencia virtual (como las dinámicas perversas de grupos que existen porque tienen un liberado que se dedica a mandar faxes o mensajes electrónicos a los medios de comunicación, o de aquellas organizaciones cuya actuación se desarrolla únicamente en función del espectáculo mediático), la profesionalización, etc. Se produce, en definitiva, una escisión ética entre lo que se dice y los modos y comportamientos organizativos y militantes.

7) Alternancia de simplificación y elitismo y oscuridad conceptual y de lenguaje. Parece de sentido común que, cuanto más claro sea un discurso, más accesible será para un mayor número de personas. También es conocida la dificultad de usar el lenguaje de forma sencilla y profunda. Entre el lenguaje de las consignas y el opaco de los iniciados se desarrolla una difícil tensión, puesto que, de una u otra forma, informarse y comunicarse exigen un esfuerzo individual y colectivo, una lucha contra la pereza mental y contra nuestras propias limitaciones, una voluntad de saber y de cambio personal que no se reduce a una simple acumulación de contenidos más o menos comprensibles.

8) Cibermilitancia. En un mundo que se percibe cada vez más complejo, hay una evidente fascinación por las nuevas tecnologías informáticas e internet y un marcado optimismo (o fatalismo) respecto a su utilización como campo de batalla comunicativo. Se acaba identificando internet y contrainformación, relegando progresivamente otras formas y soportes. Se sigue manteniendo el discurso que habla de la neutralidad de los medios técnicos o cuando menos de la posibilidad de su "utilización" en función de nuestros intereses. Parece olvidarse una cuestión basica y es la de que cada sociedad crea su propia tecnología y en una sociedad dominadora la tecnología es también, por extensión, dominadora. La tecnología, por tanto, nos "domina" y hay que reconocer que somos siervos, víctimas y cómplices de esa dominación. Somos lo que negamos y a diario estamos más o menos obligados a hacer y a participar en muchos terrenos contradictorios. Por tener coche, trabajo, estar pegados a la pantalla del ordenador u disponer otras "comodidades" no debemos necesariamente legitimarlos y naturalizarlos. Si no hay capacidad de pensar más allá de nuestros condicionamientos es difícil plantear ideas y prácticas que se salgan del marco que nos imponen (y nos autoimponemos). ¿Estamos más cerca del cambio social ahora que hace cien años? ¿El continuo desarrollo tecnológico hace más efectivas las luchas? ¿Qué implicaciones sociales tienen nuestros métodos de actuación? ¿En qué medida la colaboración en el propio desarrollo tecnológico, tan presente en las formas de cibermilitancia, no es funcional al desarrollo capitalista? ¿No se está produciendo el famoso "efecto autopista", que acerca lo lejano y aleja lo cercano? Este no es un debate nuevo (¿no fue la imprenta un instrumento en manos de los poderosos, que luego se socializó y que hoy

nos parece algo incuestionable? ¿En que medida el tipo de uso define la legitimidad política del medio?), aunque se ha agudizado con el desarrollo de la sociedad industrial. Aunque no tenemos respuestas a muchas preguntas, sí hay aspectos preocupantes que nos alertan sobre nuevas formas de control social y sobre las ilusiones que se nos crean para hacer más soportable la dominación.

9) Desborde de la edición y desfundamentación del pensamiento. Hoy en día casi cualquiera en el mundo occidental puede editar un papel o colgar una página en internet. Se edita porque es posible hacerlo y se consume cultura como una mercancía más. En muchos casos se trata de un "corta y pega" de contenidos descontextualizados y fragmentados extraídos de la red, un esfuerzo voluntarista, acrítico y atomizado. En la mayoría de los casos, esa "explosión" de ideas no tiene reflejo social, porque esta forma de difusión del pensamiento se desarrolla, en muchas ocasiones, al margen del debate colectivo, del contraste con los demás y del juicio de la cotidianidad (inmerso en nuestras respectivas circunstancias personales y miserias). Tenemos más información que nunca, estamos rodeados de ideas, pero la realidad nos resulta cada vez más incomprensible, más ajena a un nosotros alienado. "En nuestra época, de hecho, sucede que el incremento de dichos medios [tecnológicos] ha coincidido con la caída en picado de todos los saberes, desde el punto de vista de su apropiación real, y con el surgimiento de toda una capa social que en sustancia está despojada de la posibilidad misma de orientarse de forma autónoma en el mundo del saber. La confianza en el mero crecimiento técnico ha sido una de las causas del desmoronamiento de la confianza y la autonomía intelectual, y el pensamiento de los que hoy "piensan" ha perdido la viveza y la capacidad de cuestionamiento que tenía en otras épocas." (1). Los efectos de la desfundamentación del pensamiento son diversos: atrofia ideológica, confusionismo, impotencia, desesperación, sensación de eterno impasse, falta de referentes, fantasías ideológicas, esquizofrenia y aislamiento, caída en el victimismo y miedo a la represión, radicalismo verbal y lenguaje incendiario que a veces parece conducir al individuo aislado a un enfrentamiento suicida con la megamáquina, o moderación (discurso responsable y "realista" que se agota en la vía democrática).

LA CRISIS DE LA COMUNIDAD

Se habla de trabajo en red, de comunidad virtual, de movimientos sociales (o de movimiento de movimientos), pero la realidad es que nos encontramos ante una crisis del concepto de comunidad como un conjunto de experiencias cotidianas y un desarrollo de formas de vida colectivas y diferenciadas vinculadas a un territorio en el que vivimos. La formas de vida modernas (separación entre trabajo y residencia, ciudades-dormitorio, extensión de la segunda residencia, desafección hacia el lugar donde se vive, colonización del tiempo,), los modos de consumo y los valores dominantes rompen con la idea de colectividad y tienden a construir al individuo-masa, hiperadaptado o "domesticado", aunque indefenso frente a las nuevas formas de dominio y sólo protagonista de los espacios de ocio-consumo-movilización que determina el poder.

El "bienestar" que otorga el sistema capitalista en el denominado primer mundo dificulta seriamente cualquier discurso crítico, porque es percibido como "abstracto", indiferenciable o marginal frente a la seducción mediática y la alienación vital.

La comunidad política -como no podía ser de otro modo- también se ve afectada por esta crisis general de la comunidad. No sólo se ven afectados los lazos establecidos por la convivencia en un territorio (barrio, portal, etc.), sino también los que se definen por afinidad política. La dificultad de comunicación, entendimiento y cooperación reales (fuera de las formas rituales y de los tópicos políticos) son evidentes. Más allá de la contaminación de los valores dominantes (irresponsabilidad, inconsecuencia, desorientación, hedonismo,) este cuestión parece revelar que la afinidad no es sólo un problema de voluntad, sino también de desarrollo de ideas y prácticas transformadoras en espacios comunes que las permitan. Estos espacios y prácticas se construyen en procesos largos que, si son horizontales y abiertos, no están exentos de tensiones y contradicciones, pero que, en último extremo, pueden favorecer los márgenes del desarrollo personal y colectivo.

Si retornamos al campo de la contrainformación parece difícil imaginar, en pura teoría, una radio libre que sea un mero emisor de información o música, sin relación alguna con el entorno al que se dirige. Del mismo modo, un fanzine o una revista pierden en buena medida su sentido si su edición y difusión no responden a un esfuerzo colectivo que trasciende al de los militantes del proyecto. En este caso, la comunidad se define por la ruptura de la unidireccionalidad (típica de los medios profesionalizados) y por hacer que un entorno se sienta partícipe (y lo pueda hacer efectivamente) o identificado con un instrumento comunicativo, que es a la vez herramienta y referente simbólico. Desde esta perspectiva, no se puede establecer una visión utilitarista de los espacios y de la gente con la que se establece afinidad. La creación y desarrollo de canales de venta y de distribución (casa okupadas, espacios autogestionados, distribuidoras, grupos e individualidades) es fundamental para la supervivencia de cualquier proyecto comunicativo que rechace los canales comerciales, pero pierde buena parte de su efectividad (en un sentido cualitativo) si no se establece una relación dinámica, una "comunión" de inquietudes, una identificación crítica y una implicación en los problemas comunes y en espacios que permitan el contacto personal y el libre intercambio de ideas.

Mucha gente es consciente de la degradación de los modos de vida y de la frustración que ello genera, pero se muestra desorientada y no ve una manera satisfactoria de incidir socialmente. Falta de autoestima, de creencia en las propias posibilidades y esperanza de que ocurra "algo" marcan los tiempos. Lo que hemos definido como "comunicación transformadora" no es ninguna fórmula mágica, depende de otros aspectos sociales, como la creación de espacios y comunidades de lucha, el desarrollo de experiencias de vida alternativas y el esfuerzo global de regeneración del tejido social y de extensión de formas de autoorganización. Podemos hablar, sin embargo, de algunos aspectos en los que este modelo comunicativo puede ser útil en este proceso:

1) Establecer una continuidad, una hilazón en el terreno del pensamiento y un sentido-coherencia en la visión de la realidad, frente a la asfixia y confusión que genera el bombardeo de información fragmentada.

2) Clarificar, rompiendo moldes de pensamiento, tabúes o visiones acríticas o institucionalizadas en diferentes temas (relaciones personales, amor, comportamientos cotidianos, etc.)

3) Desmitificar ciertos hechos históricos o verdades establecidas (ej. transición democrática, guerra civil, etc.)
4) Fomentar el intercambio de ideas, fuera de la lógica del dogmatismo, la competencia entre facciones y el sectarismo.

5) Investigar sobre las formas de intervención social, sobre las luchas sociales, sobre la propia comunicación o sobre las diferentes formas de organización antiautoritarias, analizando sus vicios de funcionamientos y las contradicciones que presentan.

E. Z.

CITAS:

1) "Los hachers y el espíritu parasitario", Los amigos de Ludd, nº 5, mayo 2003, pág. 25).

ALGUNOS PLANTEAMIENTOS SOBRE LA CONTRAINFORMACION
1) Los mass media, y en especial la televisión, se venden a sí mismos como objetivos, como no ideológicos y no selectivos. Los medios de comunicación alternativos, por su parte, se declaran abiertamente como no objetivos, puesto que parten de una propuesta de cambio social y la defienden, es decir, no ocultan sus intenciones y el grado de su fiabilidad viene determinada por otros valores como la honestidad, la transparencia, la independencia, etc.

2) La Contrainformación no es EL eje de lucha más importante, como no lo es el antimilitarismo, el ecologismo, el sindicalismo o la cuestión nacional. Hay que entenderla como un instrumento más, como una herramienta que carece de utilidad y de sentido si no se encuadra dentro de un ideario de cambio social global y que afecte especialmente a nuestra vida cotidiana. Debe ser, por tanto, un medio y un fin en sí misma, algo en que sea tan importante lo que se hace como la manera de hacerlo.

3) La configuración de la personalidad, la mentalidad o la ideología se realizan de diversas maneras (escuela, familia, grupo, reflexión individual, etc.) y, por tanto, nos podemos encontrar que un mismo discurso puede ser entendido de diversas maneras.

4) Contrainformación frente a propaganda. Debe ser un instrumento de clarificación de hechos e ideas, no elemento de manipulación para vender o legitimar nuestros planteamientos.

5) La contrainformación no debe ser sólo reflejo de las luchas, "la voz de los sin voz", sino interrogación y cuestionamiento a nivel individual y colectivo. Es necesario evitar los tópicos y la reproducción de mensajes y actitudes sin que se cuestionen previamente. Los medios de comunicación crean su propia agenda de temas y todo lo que no entra allí no existe. Sin embargo, desde la crítica a esa manipulación y/o ocultamiento se acaba muchas veces por caer en la elaboración de una "agenda alternativa", igualmente limitada o ceñida a unos determinados temas o espacios (antes: antimilitarismo, okupación, radios libres, etc., ahora: globalización, racismo, guerra, etc.).

6) Existen muchas formas de comunicarse y no hay por que establecer necesariamente jerarquías. Muchas veces es más efectivo el boca a boca que el bombardeo informativo. (Por

ejemplo, durante el Franquismo el estado tenía el monopolio de los medios de comunicación y sin embargo, sufría una gran deslegitimación social). En definitiva, cualquier construcción política tiene de una u otra manera que confrontarse con el "principio de realidad'.

7) Incidir en lo cualitativo frente a lo cuantitativo. No se puede competir con los medios de comunicación en su propio terreno, es una batalla perdida de antemano, y aunque no fuera así habría que plantearse cuáles son los métodos y formas utilizados (¿hay que crear un "El País alternativo"?). Tratar de erigir grandes referentes puede contribuir al propio espectáculo si no se desarrolla la necesidad de una verdadera autogestión comunicativa, de que se extiendan socialmente las formas de expresión autónomas, tanto individuales y colectivas.

8) La formación y desarrollo de un pensamiento crítico es más necesaria que la mera información. El bombardeo de datos constituye una moderna forma de censura de los medios de comunicación. No se trata de informar, sino de profundizar en las causas que generan las injusticias. La gente no necesita que le digan que el mundo es una mierda -pues es de dominio público- sino de crear herramientas que permitan transformar la realidad en su globalidad (y complejidad). Una alternativa de comunicación debe proporcionar una visión coherente y real del mundo, debe enlazar los datos e interpretarlos con las ideas.

9) La crítica y la transparencia son fundamentales. Hay terror a decir lo que se piensa por una suerte de control social y de miedo a la ruptura con el grupo, y en general una debilidad de los planteamientos y convicciones, que se sustentan en muchos casos en aspectos meramente emotivos, que son fáciles de manipular. Muchas veces se afirma que no se pueden exteriorizar las críticas porque eso supone dar armas al enemigo, pero lo que a la postre sucede es que el debate y la crítica internas no se dan. Luego cuando las cosas van mal o se hunden nos preguntamos cómo ha podido suceder, no entendemos nada y nos entran la angustia existencial. Unido a esto se encuentra la cultura del "buen rollito", que en muchos casos reducen las luchas políticas a comportamientos de índole familiar y acrítico y producen una banalización de la lucha política.

10) Parte de la propia vida, no es un hobby. Es necesario un compromiso consciente (frente al voluntariado profesional o "desideologizado" tipo ONG) con aquello que se dice defender. Es la única manera de tratar de luchar contra las modas y la cultura de la imagen.

11) No existen fórmulas mágicas. Aunque es un debate contradictorio y matizable dentro de una escala ética tiene más valor lo que se hace de forma voluntaria, e independiente de cualquier tipo de servidumbre o dependencia de organizaciones, movimientos, del trabajo asalariado o de las subvenciones.

12) Problemas (e importantes): endeblez organizativa en aspectos internos y externos (distribución, coordinación,), espíritu de gueto, escasez de medios, voluntarismo irreflexivo, vicios de funcionamiento (delegacionismo, falta de compromiso, afán de protagonismo, control de información). Al final el mayor problema casi siempre la gente y no el dinero.

Ekintza Zuzena

_____