

OTRA COMUNICACIÓN ES POSIBLE

JOSÉ MARÍA VIGIL

Panamá

Las fuerzas que dominan el mundo y lo mantienen en su situación actual no son sólo de poder económico, político, militar o estructural, sino también simbólico y mental. Tal vez son sobre todo mentales. Estamos dominados y somos esclavos porque todavía no hemos llegado a tener conciencia suficiente de ello. Y no hemos llegado a tener conciencia, en parte debido a que no nos es comunicada la información que nos abra los ojos, sino una información que desinforma, que oculta los verdaderos problemas y sobre todo las necesarias utopías. Una información y una comunicación concientizadoras tal vez son el mejor camino al «otro mundo posible».

El neoliberalismo que sucedió al estado de bienestar (y a los movimientos populares de liberación, y también al socialismo real) no ha solucionado los problemas. En muchos sentidos los ha agravado. Sin embargo, no hay una resistencia suficiente en las masas. Las masas todavía aceptan la situación. Son víctimas de una «pereza vital» que las lleva a no comprometerse. La depresión psicosocial que afectó a América Latina ya remite, se descongela esa sensación de imposibilidad que tuvo paralizados a los militantes. Pero todavía hay mucho de la despolitización característica de la cultura neoliberal.

Y cuesta salir de esa situación. Porque no es una situación natural, espontánea, sino buscada, sostenida por quienes están interesados en que se perpetúe, y estudiadamente alimentada a través de los medios de comunicación. Liberarnos de la comunicación alienante es una de las primeras urgencias para poder avanzar hacia el otro mundo posible. ¿Qué nuevas actitudes configurarían esa comunicación nueva que necesitamos?

Entrada indiscutible en las nuevas tecnologías

Hace unos años aún teníamos que justificar que los pobres y sus aliados debíamos entrar en el mundo de las nuevas tecnologías. En la Agenda de 1997 aún sentimos la necesidad de defender que era precisamente la opción por los pobres la que nos obligaba a entrar en ese campo. Hoy es innecesario. Ya hemos entrado la gran mayoría, y los retrasados están preparándose para hacerlo. Asunto resuelto.

Pero no basta entrar y tomar el correo-e simplemente como un «superfax» (más barato, más rápido, más versátil...) o la web como un periódico o una revista o una

biblioteca más universales y hasta más económicos... Entrar en las nuevas tecnologías significa mucho más. Necesitamos:

- crear redes de comunicación (organizadas, interconectadas, automatizadas...), periódicos y boletines de información propia popular, alternativa;
- realizar reuniones virtuales, ahorrar gastos de viajes para reuniones físicas, realizar las que por medios físicos nunca estarían a nuestro alcance el hacer;
- digitalizar toda la información (textual, sonora, visual, de datos...) como requisito imprescindible para compartirla, y ponerla desinteresadamente en la red;
- crear lugares de información alternativa, coordinados en la mayor medida en que seamos capaces...

La red (internet) es la comunicación de los pobres, es la gran posibilidad. Sin medios económicos, sin capital, sin empleados... Una sola persona es capaz de montar una revista o una editorial o una agencia de información... Lo único que hace falta ahora es creatividad, iniciativa y trabajo. La pobreza y la falta de medios que han sido los grandes obstáculos para los pobres a lo largo de la historia, hoy se hacen superables con los nuevos medios tecnológicos...

La experiencia del primer trimestre de 2003, ante la guerra de Irak, marca un hito, un salto cualitativo en la historia de la movilización popular: la convocatoria del 15 de febrero, con sólo 20 días de tiempo, en todo el mundo con 15 millones de personas en 600 ciudades en todo el mundo, ha sido la primera movilización mundial de la historia. La continua e intensiva campaña espontánea que entonces se dio, durante varios meses, de disección de noticias, informes, análisis interpretativos alternativos, convocatoria a acciones militantes... fue un fenómeno nuevo, espontáneo, que nos despertó a todos... Era un primer paso, pero era ya un experimento que anticipaba de un modo ya muy real las infinitas posibilidades de la red... Una nueva militancia, ahora «también telemática», ha nacido, y viene para quedarse.

Independencia frente a las grandes compañías

No podemos crear otras, ni hacer competencia a la aparatosidad de sus medios. Pero sí nos es posible crear medios alternativos, más ágiles y sencillos, pequeños David frente a Goliath. Sin medios, pero con militancia y

voluntariado –sin renunciar a la profesionalidad-, y sobre todo con mucha coordinación, podemos emanciparnos y emancipar al movimiento popular frente a la dependencia informativa respecto a las grandes cadenas y agencias. No en todos los campos (información internacional directa sobre el terreno...) pero sí en los principales (análisis, economía, ideología, proyectos estratégicos como el ALCA...). Esta es la primera urgencia de la comunicación del 'otro mundo que es posible'.

Necesitamos que sea puesta en marcha, de nuevo, una iniciativa como la inexplicablemente fracasada PULSAR, esta vez de un modo más organizado, más vinculado intercontinentalmente, y hasta con objetivos más ambiciosos, involucrando más a las grandes plumas de cada Continente, e incursionando en otros campos como el de los comentarios temáticos editoriales... Está por hacer; ¿quién tomará la iniciativa?

No podemos competir en el sector del entretenimiento, que necesita una inversión gigantesca... Necesitamos en todo caso de la iniciativa y creatividad de los militantes en este campo, de los comunicadores y creadores que ya existen, nuevas vocaciones a este campo por roturar del «entretenimiento alternativo»... ¿Quién escuchará el llamado?

Reconvertir grandes instituciones de comunicación

La inmensa mayoría de los comunicadores sociales no tenemos contacto con las organizaciones internacionales y mundiales de comunicación. Éstas parecen haberse quedado en una cúpula burocrática y teórica, alejadas de la realidad. Para un comunicador «normal», de a pie, resultan casi irrelevantes, encerradas en el Olimpo de sus reuniones internacionales improductivas. Necesitan que alguien les dé un revolcón y les imponga una reconversión.

Nueva mística del comunicador

Antiguas y renovadas actitudes constituyen la nueva «mística para el comunicador de la información» para el 'otro mundo posible':

–de ahora en adelante se hace imperativo contar con un tiempo diario de «militancia comunicacional telemática». Estar media hora, una hora diaria ante el computador, para leer la información alternativa, para recibir y compartir con los amigos y compañeros militantes los informes alternativos... es una práctica que viene a ser ya parte integrante del compromiso militante.

–¿Con cuántos grupos o personas pertenecientes a mi misma profesión, o sector, o clase social, o compromiso de militancia, de otros países y hasta de otros Continentes tengo contacto? Mi sindicato, organización, grupo juvenil, asociación profesional, comunidad de fe... ¿con

cuántas organizaciones semejantes de otros países o de otros continentes tiene algún tipo de contacto? Esos contactos, que hasta ahora eran prácticamente impensables, ahora están al alcance de la mano y a precio casi imperceptible. Si no tenemos relaciones militantes mundializadas... es por falta de imaginación o de esfuerzo.

–«Que hable el pueblo por los medios» (Casaldáliga). Que la Red se convierta en el «tablón telemático de anuncios», en el punto de encuentro y en el medio más potente de expresión de los movimientos populares.

–Ser consciente de la inevitable toma de posición o del «lugar social» en la correlación de fuerzas económicas y culturales del mundo actual. No dejarse llevar por la pretendida despolitización del momento cultural neoliberal actual. No dejarse engañar: no existe una información y una comunicación meramente objetiva. Todo es político. O estamos con el sistema o estamos contra él; o con el imperialismo o por la liberación; o perpetuando el mundo viejo o construyendo el nuevo; o con la información alienante o propiciando la comunicación propia del 'otro mundo posible'.

–El comunicador debe entenderse como un «facilitador y animador del diálogo público en el espacio público» (Rosa María Alfaro). Es por tanto un facilitador de la toma de conciencia. Un constructor –por tanto- del otro mundo posible o un obstáculo para su llegada. Un trabajador de la Utopía, que trata con lo más sagrado que hay en este mundo: la conciencia humana.

–El comunicador debe tener fe en la comunicación. Debe estar convencido de la importancia de lo simbólico, del sentido, la utopía, los valores, la información, la interpretación, de la comunicación y hasta de las potencialidades de las tecnologías de la comunicación...

Estamos en el nuevo ciclo de la transformación del mundo por la vía de la conciencia. Las dimensiones económica y política son tan necesarias como siempre, pero ahora somos más conscientes que antes de la necesidad de la lucha por transformación de la conciencia humana, tanto desde la praxis económica y política como desde la práctica teórica.

Nueva cultura de la comunicación

Los comunicadores militantes, como servidores públicos que son, necesitan una «actitud de comunicación permanente» (también cuando estoy de viaje, todos los días, y hasta varias veces al día por parte de todos los que trabajan con computador y acceso fácil a la red). Una «cultura de responsividad»: responder siempre y pronto, aunque sólo sea para acusar recibo o para decir que sólo podré dar respuesta más adelante. Información completa y pronta siempre facilita, nunca estorba.