

Medios libres – Medios de paga

(Tres tesis y un matiz)

Nuestra rabia es contra el capitalismo

Subcomandante Insurgente Moisés

Muchas han sido las polémicas y muchas las definiciones acerca de los medios libres, comunitarios, alternativos y etcéteras. Podemos encontrar tantas definiciones como experiencias existen. En este mayo de 2014, la mirada del EZLN nos ofrece una idea que puede orientar las convergencias y los trabajos colectivos de los medios “otros”.

1. ¿Por qué somos diferentes de los medios de paga?

Medios libres – Medios de paga establece una diferencia entre quienes reciben remuneraciones y venden la comunicación y quienes comunican como una forma de construir otro mundo, otra sociedad.

Los medios de paga reproducen la organización capitalista de la comunicación en su esencia: la contratación de asalariados, el objetivo de lucro, la dependencia respecto del poder del dinero. Esta organización en “empresas mediáticas” permite una importante generación de mensajes que, sin embargo, no llegan, ni todos, ni completos, al público consumidor de información y conocimientos. Esta es una de las principales debilidades de los medios de paga: sólo emiten los mensajes que son rentables, la información y el conocimiento pueden ser deformados por las empresas mediáticas, pues su monopolio les permite mentir y seguir obteniendo ganancias.

2. Un horizonte para los medios libres

Los medios libres, entendidos como aquellos que han desterrado la relación básica del capitalismo, a saber, la compra de trabajo asalariado, buscan formas no capitalistas para generar informaciones y conocimientos. Tres son las prácticas que han abierto camino a los medios libres hacia una organización no capitalista: la reapropiación de las tecnologías, la independencia respecto de los grandes proveedores de servicios de comunicación, la independencia respecto del Estado. Esas prácticas crean un “ritmo interno” que va modelando cada medio libre, ocupado en construirse de manera autónoma más que en figurar o participar en las coyunturas. A los medios libres no nos manda la lógica de la “eficiencia” mediática, situada en los tiempos de la inmediatez, sino que nos creamos a partir del diálogo: nuestra principal función hasta ahora es la de testimoniar: nos organizamos para que la palabra de los que estamos luchando vuele lejos y quede constancia de nuestras búsquedas de un mundo mejor. No habría medios libres sin nuestra participación directa en las luchas sociales. Otra diferencia sustancial con los medios de paga es que los medios libres estamos por la libre circulación de las informaciones y los conocimientos: el copyright es el otro extremo de la cadena capitalista y por ello, nos esforzamos en colectivizar tanto los resultados de nuestra actividad como los medios para crear comunicación.

3. Contra la mercantilización de la comunicación

Cualquier práctica que limite la comunicación juega a favor del capitalismo. Si el diálogo y la diversidad son los colores de nuestro mundo, debemos favorecer la libre circulación de los mensajes y la difusión de las tecnologías que nos permiten comunicar. No combatimos al monopolio mediático creando un “label-medios libres” sino a través de la liberación de la comunicación. En este camino, buscamos dejar de ser medios y convertirnos en espacios de comunicación libre y directa donde se crean las condiciones para suprimir las especializaciones y potenciar el diálogo social.

Un matiz:

¿Cuál debe ser nuestra actitud ante los trabajadores de los medios masivos de comunicación? La idea de que son mercenarios al servicio de las empresas mediáticas es una primera aproximación que nos sirve para desterrar los protagonismos en los medios libres. Sin embargo, pierde de vista que, como el resto de los trabajadores, la mayor parte de los profesionales de la comunicación están sometidos a la precariedad, las malas condiciones de vida y en particular a los riesgos que representan tanto el crimen organizado como los gobiernos autoritarios y criminales. Por encima de esa gran mayoría de comunicadores profesionales están los capos de la verdad (López Dóriga, Alatorre, etc.) y sus amos, los empresarios dueños de los medios masivos de comunicación (Slim, Azcárraga, Salinas Pliego, etc.): esos son nuestros enemigos. Con los trabajadores de la comunicación debemos tratar de tejer lazos solidarios e intercambios de saberes que enriquezcan y amplíen las experiencias autonómicas en los medios libres...

A la luz de la última coyuntura, los compañeros zapatistas han planteado la importancia del diálogo y la construcción de espacios de comunicación que permitan el fortalecimiento de la autonomía en diversos planos, desde su ejercicio hasta su difusión por y desde los medios libres. En eso estamos empeñad@s, a eso los invitamos...