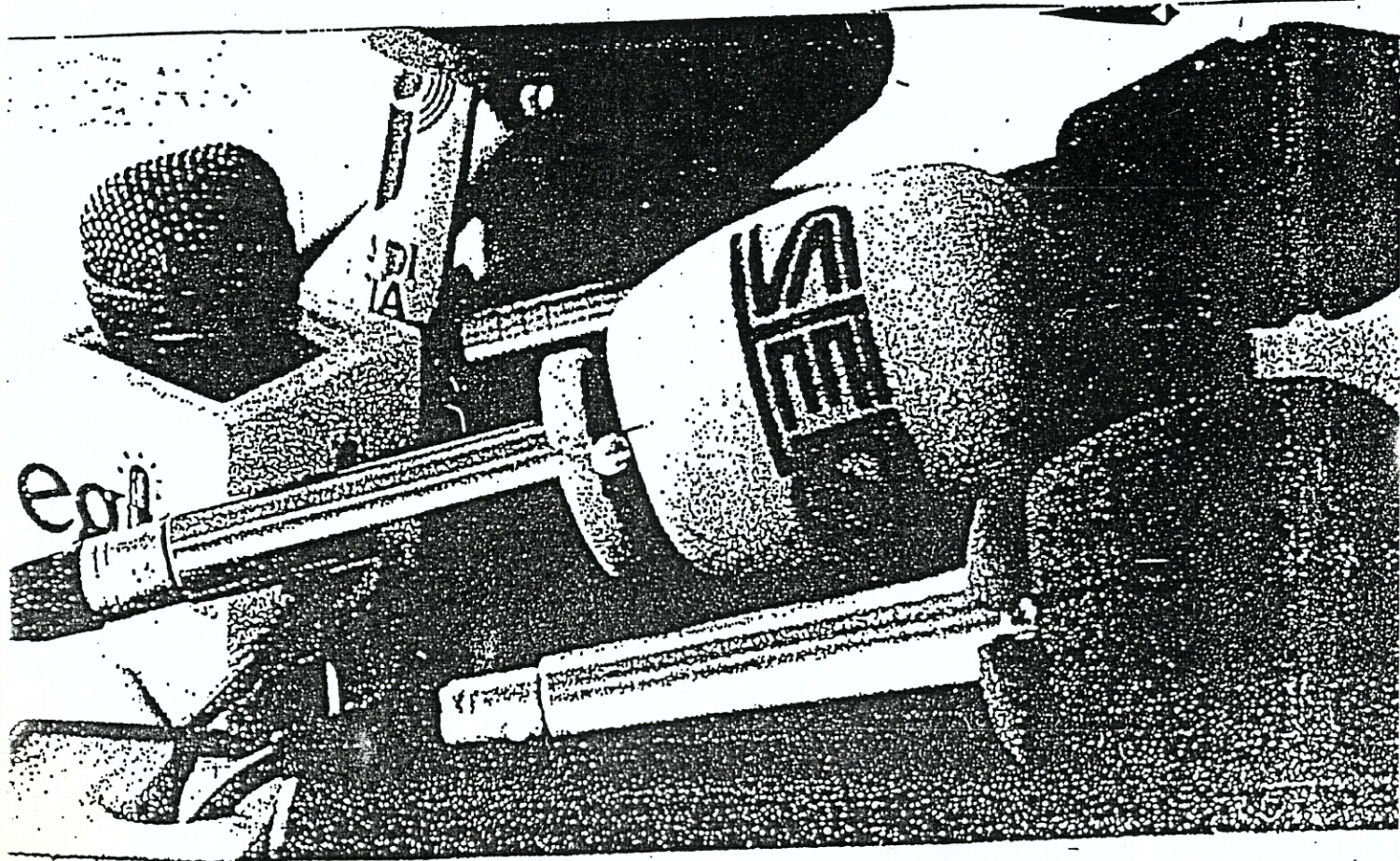


Eztabaida

1996ko apirila

# Comunicación y Redes Comunicativas



Es sabido que los procesos dominantes de comunicación (los de difusión) están controlados e impiden el desarrollo democrático, libre y objetivo de las ideas, porque responden a una visión y estrategia del poder.

Aún así, si nos queremos enfrentar al problema de la comunicación en general, tendremos que afrontar la comunicación globalmente y no sólo los mass media, que nos ofrecen un aspecto parcial. La comunicación mediática, a pesar de que se nos presenta como la comunicación dominante, es sólo una parte en los procesos de comunicación.

Para la Izquierda Abertzale, la denuncia política de los medios de difusión de noticias es un eje de trabajo, pero no podemos quedarnos ahí. La crítica del papel de los medios de comunicación y el reconocimiento de su carácter antide-mocrático por naturaleza (nunca conseguiremos democratizarlos) nos lleva a plantear una apuesta comunicativa, en la que seamos capaces de prescindir por momentos de aquellos medios calificados como "enemigos" que venden como creíble una parcial visión de la «verdad».

No se puede condicionar la actitud de los media si se depende de ellos para difundir nuestros mensajes y si no se dispone de otros canales comunicativos o múltiples micromedias propios y/o no beligerantes. No podremos hacer frente a su mentira disfrazada de «verdad» si no contraponemos a ella nuestra verdad. Por tanto, a la vez que tenemos que denunciarlos y buscar huecos en los media controlados por el poder, tenemos la necesidad de encontrar (crear, estar presentes,...) espacios fuera del control del poder como las revistas, radios y televisiones locales o euskaltzales. Tenemos que desarrollar la mejor utilización y difusión de nuestros medios (Egin, Egin Irratia, Herria Eginez, Ezpala, Ikusmira,...), que por otro lado tienen carencias y/o limitaciones de mercado y difusión. Tenemos que seguir colocando carteles, distribuyendo panfletos,...

Pero aún y todo, esto resulta insuficiente frente al poder de los grandes media y su influencia, ¿por qué?. Porque todos estos recursos ya utilizados, (aunque no óptimamente) responden a una concepción

comunicativa nacional y unidireccional. Es decir, con ella, nosotros jugamos el papel de emisores activos, pero el receptor juega un papel completamente pasivo de consumo de la información que se le suministra y que en su mayoría se refiere a los grandes temas de la política cotidiana o cuestiones sectoriales no enraizadas en el marco local. El receptor también es pasivo frente a los grandes media, al igual que lo es frente a los micromedia que nosotros le ofrecemos, pero la magnitud de éstos, su influencia y rapidez les hace más efectivos ante el consumidor pasivo.

Por eso, en el proceso de debate Oldartzen hablábamos de que los nuevos retos en comunicación y acción política deben venir de la mano de saber implementar dinámicas locales y de saber establecer un mecanismo de reactivación de las relaciones personales. Tenemos que saber convertir lo nacional en local y saber llegar con discurso y contenidos sobre temas estrictamente locales. De ahí la necesaria apuesta por una mayor capacitación técnica de nuestro/as militantes, de ahí la necesidad de revistas locales. Y de ahí, también, la necesidad de revitalizar el contacto personal, porque la realidad nos enseña que tenemos que atender aspectos de comunicación internos (hacia nuestro entorno), para así poder resolver los aspectos externos hacia el resto de la sociedad. En comunicación y para una opción como Herri Batasuna deben existir, por tanto, cuando menos, dos niveles de comunicación: la interna y la externa.

Es necesario articular mecanismos que tiendan a resolver estos aspectos mencionados y nos lleven a realizar una auténtica comunicación, una comunicación de ida y vuelta, de dos direcciones, que no acabe cuando el receptor acusa el recibo del mensaje, sino cuando el mensaje cargado de ideas se devuelve y regresa a Herri Batasuna. Una comunicación que nos lleve al exterior, no directamente, sino a través de nuestro entorno. El objetivo es abrir un espacio comunicativo, no difundir soflamas, de ahí la intercomunicación hacia nuestro entorno y hacia la sociedad.

¿Y esto, cómo se hace? Ahí está el gran recurso siempre citado y casi nunca bien apli-

SALVA  
①

cado de la mejora del contacto y diálogo con los entornos. La revitalización de las Relaciones Personales son el instrumento óptimo contra la mentira y el demostrado mejor canal de difusión de mensajes que permanecen. ¿Qué poder de convicción tienen los medios de comunicación contra una «radio macuto» bien organizada y sistematizada que se expande a la contra? A la tinta impresa o la imagen sólo se le vence o ganándole en influencia con sus armas o a través de la palabra y el contacto personal. ¿Cómo explicar sino que el independentismo vasco resistiese al poder de los aparatos de propaganda del franquismo y la nueva "no democracia"? Los recursos espontáneos y dispositivos de autodefensa subversivos creados en torno a cuadrillas, grupos, ... y el contacto personal hacían que la calle se convirtiera en un vehículo comunicativo más eficaz y creíble que la propaganda del sistema. Pero ojo, los tiempos y los hábitos de la gente están cambiando.

## **NADA NUEVO: LA RED COMUNICATIVA**

La «nueva» filosofía de trabajo, además de implementar las dinámicas locales, se fundamenta en crear una red operativa y estable (no espontánea), una red entendida como vehículo de mensaje que se pone en marcha cuando Herri Batasuna lo decide, en base a objetivos claros y delimitados. ¿Qué tipo de red? La que nosotros necesitamos es la RED PERSONALIZADA DE RELACIONES.

No es nuevo, porque ya lo hemos formulado y reformulado en varias ocasiones, denominándolo Eskuz esku, Ahoz aho, harremanak, ... Pero en todas las ocasiones faltó una claridad de objetivos, una metodología adecuada, una estructura asentada y una vocación de convertir a esta red en un vehículo permanente de emisión y recepción de mensajes, convocatorias, ideas y críticas. Sabíamos más o menos lo que queríamos, pero no teníamos puestos los ralles para que el tren pudiera echar a andar.

Junto a esto, el planteamiento pediguño (votos, cuotas, bonos, firmas, acudir a manifestaciones o asambleas, ...) ha matado todos los intentos de redes, que temporalmente hemos levantado a toda prisa y sin perspectivas a medio o largo plazo. Igualmente, han muerto todas aquellas redes no estructuradas que nacieron con vocación meramente diplomática y que nos sirvieron (utilizamos) para mantener un contacto esporádico (ENA, Herri programa). Todas ellas fracasaron o no cuajaron, porque se hicieron apremiados por tal o cual necesidad, buscando más el resultado rápido que su mantenimiento. No había personas o taldes encargados de levantar la red, mantenerla y ponerla en funcionamiento alimentándola. No estaban cimentadas, tenían los pies de barro y por eso se hundieron.

Por eso, nuestra primera labor ahora empieza por interiorizar un cambio de mentalidad. Vamos a poner en marcha un nuevo y estable vehículo comunicativo, porque Herri Batasuna tiene algo que ofrecer y está dispuesta a ofrecer algo frente a la antigua mentalidad, que se basaba en el qué podemos «sacarle» a esa persona u organismo. Ahora, vamos a levantar una red basada en el contacto personal, que ofrece informaciones o cuestiones de interés para el receptor, y que le posibilitan ser partícipe y agente activo. La filosofía de este desafío no pasa por tener bases de datos exhaustivas e informatizadas con decenas de datos de sobre militantes o entornos militantes para hacer mailings, sino que pasa por establecer canales de comunicación personalizados y estables.

Lo más costoso es levantar la red (la estructura estable) y la virtualidad de la misma nos lo irá corroborando su correcta utilización. De todos modos, no vayamos a pensar que esto se levanta en una semana, que no necesita mantenimiento y que, aunque levantemos y mantengamos la red, le vamos sacar en dos días todo el partido posible. No hay que mal levantar las redes por las prisas, pero tampoco hay que sofisticarlas, de tal manera que se hagan inoperativas o se eternicen en el tiempo.

El objetivo es muy claro: a medio plazo cada pueblo o barrio tiene que levantar RE-

SARCA  
2

DES PERSONALIZADAS DE RELACIONES operativas y hacerlas funcionar, en base a sus necesidades.

## **LO QUE NO SON REDES DE RELACIONES**

- 1.- Base de datos personalizada e informatizada para mailings
- 2.- Base de datos personalizada y/o informatizada de organismos, grupos, elkartes,....

El supuesto nº 1 exige tener un ordenador, saber trabajar el censo, abrir nuevos campos en el censo para identificar insumisos o jóvenes en edad de ir a la mili, euskaltzales (quienes se relacionan en euskara con el ayuntamiento, ikasles de AEK o HABE, los padres con hijos en la ikastola o el modelo D,...) jubilados, mujeres jóvenes, deportistas, desempleados, trabajadores de la salud, del ayuntamiento, baserritarras o comerciantes... y tantos otros campos como se nos ocurran para hacer un trabajo discriminado de mailing en función de aspectos sectoriales.

El supuesto nº 2 nos exige inventariar organismos y entidades culturales, deportivas, vecinales,... en una base datos propia con sus direcciones, responsables identificados y un apartado donde se vaya constatarlo el cuándo, por qué y para qué; así como el calendario de nuestras comunicaciones para con ellos.

Pero, hay que tener claro que estas opciones no son redes o por lo menos no redes personalizadas, sino otras herramientas de las que echar mano en momentos puntuales, previa organización de una agenda sistematizada. Estas dinámicas pueden ayudarnos a comprender otra subdivisión en comunicación: la comunicación discriminada frente a la comunicación indiscriminada de, por ejemplo, la propaganda. Nos sirve para llegar a públicos determinados, específicos o cualitativos, por lo que también se pueden y se deben llevar adelante, pero insistimos, no son REDES PERSONALIZADAS DE RELACIONES que, a través del trato personal nos ga-

ranticen que el mensaje permanezca y permita que vuelva a su origen, posibilitando también una evaluación de nuestra actividad política.

## **EJEMPLO PRACTICO DE TRABAJO EN RED**

Si queremos distribuir unos panfletos sobre socioeconomía en las 6 fábricas de la localidad podemos hacerlo de dos formas: Una, el o la responsable de propaganda se recorre las seis con un coche y tira los panfletos a la entrada, con lo cual la labor está cumplida y se sentirá satisfecho/a por lo realizado.

Otra posibilidad, es que el o la responsable de propaganda tenga un elemento que trabaje en cada empresa y les entregue a ellos/as los panfletos (con lo cual estos no se quedan a la puerta sino que entran en las fábricas), pero además estas seis personas pueden contar cada uno en su fábrica con dos o tres compañeros/as que trabajan en distintos lugares (talleres, oficinas) y a los que entregando un paquete menor de panfletos conseguimos llegar hasta el último rincón de cada fábrica. ¿Qué método es más efectivo? Con el primero no hay posibilidad de decir que no se ha hecho y se llega a todas las fábricas, aunque luego no se sepa cual es el efecto real que ha causado el panfleto y a cuántos de quienes trabajan en cada fábrica ha llegado. Por tanto, es efectivo, pero limitado. Con el segundo supuesto, cabe la posibilidad de que algún distribuidor de panfletos falle y alguna fábrica se quede sin panfletos pero, allá donde se llega tiene mayor efecto y además tenemos la posibilidad de que quienes reparten nos comenten si el pretendido efecto que se quería lograr con el panfleto se ha alcanzado o no. No es perfecto, pero lo es en mayor grado que el supuesto primero que no nos aporta datos para la evaluación y que restringe su distribución de entrada.

¿Qué queremos decir con esto? Pues que ninguna de las redes que montemos va a ser perfecta, porque en todas ellas entra el factor humano y cuando falla un eslabón hay un tramo de la red que no se activa. Pero, si

bien la RED no es la «solución milagrosa» a todos nuestros males, el trabajo en forma de RED nos permite llegar más lejos que con el trabajo voluntarista que únicamente deja satisfecho a quien lo realiza. El trabajo en forma de RED, además nos permite recoger impresiones para evaluar nuestra actividad y práctica política. Este ejemplo del trabajo en red es ilustrativo, pero esto no es una RED PERSONALIZADA DE RELACIONES.

## **LAS REDES PERSONALIZADAS DE RELACIONES**

¿Por qué hablamos de redes y no de red? Sencillamente, porque cada pueblo o barrio es un mundo diferente y porque no creemos que un modelo único de red valga para todos los sitios. Las diferencias sociológicas, las características urbanas o rurales, el tamaño, etc.,... nos dicen que son totalmente diferentes Santurtzi o Dima, Tafalla o Ziordi, Lasarte u Oresa, Laudio o Bastida. El asunto es que de una u otra manera (pero organizado) nuestra «Radio macuto» funcione. Ello, en ningún caso quiere decir que tengamos que saturar este vehículo de inmediato y que todo tenga que pasar por unas redes personalizadas que creemos milagrosas.

Las redes ha de ponerlas en pie el o la coordinadora precisamente para garantizar que no se saturan. Ellos han de dar el banderazo de salida y el área de comunicación a nivel local será el encargado de nutrir-la de informaciones. Unas veces pasaremos palabras o claves de análisis, otras convocatorias, otras más, hojas o boletines informativos, artículos o txostenes,... pero siempre ha de haber un objetivo más allá de la simple difusión, siempre ha de haber elementos que nos ayuden a evaluar su utilización y siempre tendremos que recoger comentarios críticos o halagadores de lo que hayamos pasado por la red.

Para hacer comunicación directa y personalizada es imprescindible el conocimiento de las personas y el ir complementando y actualizando este conocimiento es

una tarea permanente. El objetivo es pues, tener constancia del mayor número de nuestros entornos desde el más próximo al más lejano, para posteriormente hacerles partícipes de esta tarea comunicativa personalizada que se pretende.

Y para extender nuestro mensaje lo más lejos posible, tendremos que hacer una estructura en árbol, en la que el tronco nos lleva a las ramas, cada rama a sucesivas ramas menores, éstas a otras aún más chicas hasta acabar llegando a las hojas que son las que cuando hay «mal viento» se suelen caer del árbol.

## **¿ COMO NOS LO MONTAMOS PARA ECHAR A ANDAR ?**

Lo fundamental es ser conscientes de que hace falta una intensa labor previa antes de poner a funcionar una Red personalizada de relaciones y que de lo que se trata es de conseguir el concepto de militancia que se plantea en el Oldartzen.

Su objetivo, por tanto, al margen de abrir una vía de comunicación de doble dirección, es abrir un campo de trabajo militante a la altura de sus posibilidades para esos miles de personas identificadas con HB que no se comprometen, porque no encuentran un hueco a su medida. Es decir, se trata de hacer militantes, aunque sea en grado mínimo, a todos y todas los que hasta ahora hemos considerado simpatizantes. Y para ello, hacemos uso de las relaciones cotidianas de todas esas personas y las utilizaremos de una manera natural y racional, como vehículo de comunicación.

¿Cómo iniciar la puesta en pie de la Red? De un modo sencillo, pero que también exige un duro trabajo de hormiga previo para que sea un instrumento efectivo y duradero.

HB dispone o debiera de disponer de una relación de personas afines, a través de los datos aportados por interventores o sus militantes, otros datos más de bazkides de la Herriko, cuo-tantes, militantes de otras organizaciones de la izquierda abertzale, quienes

3

alguna vez han tomado parte en un asamblea, una charla,...

Con todo esa relación de personas, coordinación, o el equipo encargado de montar la RED DE RELACIONES PERSONALIZADA debe iniciar una serie de contactos para ordenarlos y clasificarlos (tratando de llegar más allá de los definidos como "nuestra gente" para poder llegar también a otras personas que aunque no identificadas con HB pueden llegar a ser receptoras). Efectuadas las reuniones o contactos (por barrios, edades, círculos de amistades, ... u otros criterios) obtendremos un listado depurado y catalogado, según el núcleo urbano de que se trate, de 100, 500, 1000 ó varios miles de personas.

El problema viene después ¿cómo organizar todo esto de una forma sistemática y personalizada para que sea efectivo? La forma de que una red funcione sistemáticamente es aquella que no nos exige grandes esfuerzos, que no nos pide tener que quedar con alguien para contarle algo que, en definitiva, no se desarrolla de una manera artificial. Es decir, una red encadenada en la que cada eslabón nos lleva a los siguientes de una manera sencilla, ordenada y eficaz, porque parte de las relaciones naturales o cotidianas que cada integrante de esta red mantiene.

El tronco del árbol es una estructura de Herri Batasuna, la que en cada caso se delimita por conveniencia (Coordinación, Herri Batzordea, un talde específico para la red, ...). Partimos ya de que se ha decidido poner en marcha la red y difundir una información «X» que cada uno de los 6 u 8 miembros de la estructura de HB-tronco se encarga de que pasen al primer círculo. Cada uno de ellos tendrá un número de personas (familiares, amigos/as, compañeros de trabajo, vecinos, compañeras de militancia, ...) a quienes conoce en profundidad, con quienes tiene un trato natural, cotidiano y sabe que contarles y cómo, para hacerse entender. La información ya ha sido puesta en marcha y está rodando. Cada integrante de ese primer círculo ya informado, también tendrá un número de personas con las que se relaciona prácticamente a diario de una forma natural

y que compondrán el segundo círculo susceptible de ser informado y que, a su vez, nos permitirá llegar a un tercero, a un cuarto, un quinto, ... hasta que prácticamente todas las personas previamente identificadas encuentren un hueco en la red.

El trabajo es duro, ya que después de la identificación de los/as posibles integrantes de la red hay que estructurarlos, pero como se puede apreciar cada círculo multiplica por 4 el efecto logrado en el inmediatamente anterior (6 iniciales x 4 cada uno = 24; 24 x 4 = 96; 96 x 4 = 384, ...)

Pero, ahí no se acaba más que la tarea de puesta en marcha inicial, ya que la Red necesita mantenimiento y perspectivas de crecimiento. Por tanto, a todos los/as que son parte de la RED se les explicará el objetivo pretendido de este trabajo en red, a todas ellas se les encargará que vayan agrandando su círculo inmediato (y los nuevos nombres por ellos sugeridos y asumidos) pasarán a ser tenidos en cuenta por el tronco. Ha de recalárselos que si un eslabón falla, lo que viene a fallar es una rama y las ramas más pequeñas que de ella dependen no llegarán a activarse.

Esta es la tarea y aunque aquí no se plantean más que vagas ideas por dónde empezar, el tiempo nos hará aprender. Esto que se viene a plantear no es, sino un ejemplo de como construir un árbol comenzando por identificar el tronco. El análisis de la realidad en que os toca vivir, junto a la cuantificación de vuestras fuerzas y capacidades os hará decidir por una red de este tipo u otra que vosotros diseñéis y que considereis más efectiva o sencilla.

De otro lado, sería conveniente que la Red Personalizada de Relaciones que pongáis en pie no esté sólo y exclusivamente al servicio de HB, sino al servicio del conjunto de la Izquierda Abertzale. Esto, lo único que quiere decir es que HB tiene que ser capaz de trasladar informaciones de interés de otros organismos que hayan sido puestas en su conocimiento para su mayor eco o difusión, cuando la situación o importancia del tema lo requiera. Es decir, la información que vehiculicemos por la red tiene que tender a romper los muros que se nos imponen a la

Izquierda Abertzale. Lo planteado no es perfecto, tiene ventajas innegables: es rápida y natural, no exige esfuerzos extras porque son personas con las que cada uno se relaciona prácticamente a diario, son personas a las que conoce en profundidad y el trato no es artificial. En todo momento se sabe que aspectos de la información se tienen que profundizar más o menos con cada persona y de todas ellas recogeremos sus impresiones más sinceras. Es un sistema multifacético, ya que nos permite pasar información general asiduamente, convocatorias, boletines de información, txostenes de interés,...

Por otro lado, hay que tener en cuenta que las informaciones muy elaboradas que no estén escritas o no sean meras convocatorias, corren el riesgo de perderse o tergiversarse, pero por contra si únicamente pasamos a través de la red informaciones escritas no hay vuelta por el mismo camino y se pierde la doble dirección.

Por ello, aunque también sirve para trasladar información sectorial o especializada, ésta se resiente, debido a la no cualificación de la mayoría de los transmisores y pasará con mayor dificultad y menor efectividad.

Para la difusión de ideas y alternativas sectoriales, en la medida que nos obligaría a pasar casi siempre soportes escritos, no son de desdeñar otro tipo de redes paralelas dormidas que se activan casi automáticamente, cuando querremos hacer un trabajo sectorial (pequeño comercio, insumisión, sanidad, euskara, ikastola, deporte, cultura, ...).

Para estas redes complementarias seguiremos el mismo esquema con personas que tengan gancho en ambientes sectoriales y que nos permitirán llevar el mensaje y las informaciones sin que se paren en nuestro entorno y llegando al exterior, a la sociedad, si así nos interesa (dinámicas como el ENA y Herri Programa).

La virtualidad de estas otras redes complementarias es que llegan directamente a los potencialmente interesados del exterior y nos permiten optimizar rendimientos (junto a mailings, revistas y otras actividades comunicativas unidireccionales), a través de un trabajo discriminado. El inconveniente

(por eso lo planteamos como red complementaria y no como principal) puede venir dado porque no necesariamente estas relaciones se desarrollan de un modo natural, sino más bien de un modo artificial, donde tenemos que ir a la búsqueda del contacto con lo cual la vuelta informativa hacia HB puede no llegar a darse. Por tanto, esta red complementaria, al no estar basada en la relación cotidiana, buscará no tanto su efectividad cuantitativa sino la cualitativa o especializada.

1996ko MAIATZA