



7. Miguel Romero (1945-2014), revolucionario irreductible

Comunicación alternativa y ONGD: una relación necesaria

Laura Cabezas Fernández y Silvia Chocarro Marcesse

“Creo que para ejercer el periodismo hay que ser un buen hombre o una buena mujer: buenos seres humanos. Las malas personas no pueden ser buenos periodistas”
Ryszard Kapuscinski. *Los cínicos no sirven para este oficio*, 2005

“Desinformémonos hermanos / tan objetivamente como podamos”, exhorta Mario Benedetti en un poema al que se refería Miguel Romero al hablar de medios de comunicación e información alternativa (Romero, 2011). “Desinformarse objetivamente”, sin embargo, no siempre es fácil. Requiere de tiempo y esfuerzo para buscar esas “segundas fuentes con las que contrastar la (des)información que se recibe de los medios convencionales” (Romero en Riera, 2010, p. 33). ¿Cómo “desinformarnos”, por ejemplo, de titulares como “30.000 subsaharianos preparan el salto a Europa por Ceuta y Melilla”, de *El País* (Duva, 2014), o “22-M la indignidad de la izquierda”, de *La Razón?* (Álvarez, 2014). ¿Cómo “desinformarnos” sobre lo que ocurre en Ucrania o Venezuela?

Este texto intenta dar respuesta a estas y otras preguntas presentando algunas de las aportaciones que Miguel Romero hizo en el ámbito de la comunicación, particularmente desde su experiencia en el campo de la cooperación al desarrollo como Coordinador del Área de Comunicación de ACSUR-Las Segovias. Si tratamos la comunicación en la cooperación y, por tanto, en las Organizaciones No Gubernamentales para el Desarrollo (ONGD), ¿por qué empezamos hablando de “desinformación”? Porque el vínculo entre los medios de comunicación alternativos y las ONGD es esencial, ya que “ambos necesitan promover una ciudadanía socialmente (o mejor dicho, sociopolíticamente) activa y, cada una en su campo, contribuir conjuntamente a lograrla” (Romero, 2011, p. 21). Es importante la aclaración “sociopolítica” de Miguel

Romero, ya que él no veía otra solidaridad, y comunicación, posible que la política, y la ejercía de manera radical y crítica con los poderes establecidos, no siempre respaldado por un entorno, el de las ONGD, tendente a autodefinirse “apolítico”.

Algunas de las condiciones básicas para una ciudadanía activa en la solidaridad Norte-Sur desde el ámbito de la comunicación son:

una buena información sobre los acontecimientos de la actualidad y su marco de referencia en las relaciones internacionales; un conocimiento y valoración de objetivos que propongan responder eficazmente a los efectos inmediatos y modificar radicalmente a medio plazo sus causas; y una voluntad de movilizarse colectivamente para alcanzarlos (Romero, 2011, p. 21).

También lo son “contribuir a que exista una buena información sobre los países del Sur” y “crear una demanda de información veraz”.

Ecología de la información

Para trabajar en esta dirección, habría que empezar, como solía repetir Miguel Romero, por promover una ecología de la información, un concepto propuesto en el Foro Social Mundial de Porto Alegre de 2002 por el periodista y escritor Ignacio Ramonet de la siguiente forma:

Constatamos que la información está, como los alimentos, contaminada. Hoy la información que consumimos muchas veces nos está envenenando el espíritu, emponzoñando el cerebro, tratando de manipularnos, de intoxicarnos, de colocar en nuestras mentes ideas ajenas a las nuestras (...) Hay que limpiar esa información de la marea negra de mentiras, descontaminarla (Ramonet, citado en Ferrari, 2002).

Esta metáfora se inscribe en un análisis crítico del papel de los medios de comunicación convencionales en la terminología de Noam Chomsky:

Primero de todo, son empresas muy grandes, con grandes beneficios. Es más, muchas de ellas están relacionadas, o son directamente propiedad de empresas aún más grandes (...). Es una empresa que vende un producto. El producto son las audiencias. No ganan dinero cuando compras el periódico. El producto es gente privilegiada (...) Tienes que vender un producto a un mercado y el mercado es, por supuesto, los anunciantes (Chomsky, 1997).

La idea de la “ecología de la información” puede extenderse a otros terrenos de la práctica social, tal como el movimiento ecologista asume la ecología, es decir, no solo denunciando los comportamientos antiecológicos y a las instituciones que lo producen, sino también proponiendo y realizando acciones de “información (o comunicación) no contaminada”. Este era el enfoque de Miguel Romero, donde comunicación e información se entremezclan porque en su opinión la información alternativa es una relación social interactiva igua-

litaria entre emisor y receptor, y por tanto un acto no solo informativo sino comunicativo, y donde la comunicación es una práctica de transformación social.

Comunicación en las ONG: una mirada crítica

En su trayectoria en el ámbito de la cooperación al desarrollo nunca faltó un espacio relevante para la comunicación. Como solía afirmar, recordando uno de los lemas del movimiento obrero feminista estadounidense de principios del siglo XX, queremos “pan y rosas”, convencido de que la comunicación no es un lujo y debe ocupar un lugar fundamental en la acción social y política de la ciudadanía y, por tanto, en el marco de cualquier organización solidaria.

En sus quince años al frente del Área de Comunicación de ACSUR-Las Segovias, Miguel se empeñó en darle a la comunicación una entidad propia. La comunicación, también en las ONGD, no puede ser un mero instrumento al servicio de la organización, y mucho menos un gabinete de prensa o, peor aún, un departamento de marketing. La comunicación es parte esencial de las acciones de transformación social que persigue una organización social, en el discurso y en la práctica. Como dice el último documento de estrategia de ACSUR en el que él participó: “la comunicación juega un papel fundamental en la toma de control de nuestras propias vidas y en la construcción de una ciudadanía crítica” (AC SUR-Las Segovias, 2009).

Miguel predicó con el ejemplo, asumiendo los riesgos de la coherencia. Como él defendía, “las prácticas comunicativas dicen mucho del modelo de organización y de sociedad por el que se trabaja y cada acción de las organizaciones es en sí misma un acto comunicativo” (AC SUR-Las Segovias, 2009). De ahí que su malestar fuera profundo ante lo que consideraba prácticas “comunicativas” no solo incoherentes sino “obscenas”, como los telemaratones “solidarios” o los apadrinamientos. “¿Por qué gente progre, tan lúcida y tan crítica, tan exigente sobre cualquier aspecto de la actualidad política y social, abandonan esta exigencia cuando miran a las ONG? ¿Por qué son capaces de apadrinar un niño, que es una de las peores expresiones del asistencialismo?” (Romero, 2004, p. 16).

Al analizar las prácticas comunicativas de las ONGD, a Miguel le interesó mucho la imagen que del Sur se daba tanto en los medios de comunicación como en las ONGD. Creía que una de las funciones de las organizaciones solidarias era promover una buena información del Sur, también a través de la imagen. Uno de los fotógrafos a los que más respetaba era Gervasio Sánchez, por algo tan sencillo como la dignidad con la que representa a las gentes del Sur. Al respecto, escribió:

Vidas minadas es una obra maestra. Veo a esa familia africana (la de Sofía Elface, mozambiqueña que perdió sus dos piernas al pisar una mina antipersona), herida atrocemente, esa mujer dolorida pero insumisa, mirando de frente a la cámara, o sea,

a nuestros ojos, interpelándonos. ¿Y tú? ¿Qué haces? Y, por contraste, recuerdo una de esas imágenes fofas de las seudofamilias inventadas por los departamentos de las ONG de apadrinamientos. Comparad las dos fotos: esa madre (Sofía Elface) y sus hijos están luchando por vivir dignamente, por sobreponerse al horror. Sería absurdo poner debajo de la foto de Gervasio Sánchez el número de una cuenta corriente. No piden dinero, exigen el derecho a vivir (Romero, 2008, p. 14).

Miguel era conocido en el ámbito de la cooperación por su denuncia incesante de la privatización de la cooperación al desarrollo y la mercantilización de la solidaridad, reflejada también en las prácticas comunicativas. Las actividades filantrópicas, como los acuerdos entre empresas y ONGD o la responsabilidad social corporativa tienen una obvia dimensión publicitaria que produce beneficios cuantiosos a las empresas o iniciativas filantrópicas. Lo contradictorio es pensar que también generan beneficios a las ONGD. Tal vez incrementen en algo sus cuentas, pero en nada incrementa la lucha estructural contra el empobrecimiento de las personas.

Miguel se indignaba cuando veía una ONGD de la mano de un banco, una compañía eléctrica o la multinacional de turno. Le desesperaba que se justificaran estas prácticas publicitarias, también llamadas de “captación de fondos”, bajo el discurso de la “eficacia”, la “eficiencia” y la “calidad”, como si se tratara de empresas y no de organizaciones solidarias. “Hay que ser realistas y pragmáticos”, decían algunos; pero en su diccionario no existían estas entradas. Para afrontar estas contradicciones, Miguel escribía y hablaba mucho con colegas de las ONGD. No era un hombre de consenso, pero sí de debate. En su opinión “estos problemas hay que abordarlos por medio de la crítica y el debate abiertos y no tanto buscando consensos de límites” porque, se preguntaba, “¿hay algún límite moral?”, y respondía: “Yo no los veo” (Romero, 2004, p. 16). Tampoco era un hombre de demandas a medias. Así, frente a algunas de las típicas consignas como “queremos un mundo más justo”, él siempre matizaba que no se debía luchar por una sociedad más justa, sino justa, a secas. Por eso, los Objetivos de Desarrollo del Milenio de Naciones Unidas le parecieron siempre otra obscenidad. Compartía con el periodista Haro Tecglen su definición de “indecentes” (Romero, 2009).

Miguel no habría podido evitar dedicar unas líneas, por ejemplo, a los recientes acuerdos del diario *El País* con la Fundación Bill & Melinda Gates para crear la nueva sección “Planeta futuro”, así como con el Banco Mundial para, según dice el periódico en su edición América, “ofrecer a los lectores información sobre temas relacionados con el desarrollo de América Latina” (Santaaulalia, 2014). ¿De qué “desarrollo” informará el Banco Mundial a los lectores de *El País*? Cuando la Fundación Bill & Melinda Gates ganó el Premio Príncipe de Asturias a la Cooperación Internacional en el año 2007, Miguel escribió:

La Fundación Gates muestra muy claramente las contradicciones de la filantropía. Por una parte, el origen de la fortuna de Gates está en el éxito para imponer prácticamente un monopolio de oferta en los programas para ordenadores (...) Pero el filántropo Gates-Doctor Jekyll se autonomiza de su alter ego, de acuerdo con los principios de la moral capitalista, que considera que los negocios están sometidos a un solo valor: los máximos beneficios para los accionistas. (...) Así, las fundaciones se alimentan de fondos provenientes de prácticas empresariales que contribuyen a crear los problemas sociales que la filantropía pretende aliviar (Romero, 2007, p. 12).

Los *Noticieros*, proyectos de comunicación solidaria y alternativa

No se puede hablar del papel de Miguel Romero en la comunicación alternativa y de las ONGD sin hablar de uno de los proyectos que más le entusiasmó y que hizo que las autoras de este artículo se cruzaran en su camino: el *Noticiero Internacional de Barrio*, y todos los *Noticieros* que vinieron después. Los *Noticieros* eran documentales realizados por personas pertenecientes a organizaciones sociales de América Latina y Europa. Tras procesos breves de formación en técnica y narrativa audiovisual, las personas realizaban documentales de forma colaborativa e íntegra, expresando sus particulares puntos de vista sobre las realidades que viven. Estos vídeos realizados en torno a un tema común desde ambos lados del océano se montaban en un programa único, el *Noticiero*, que trataba temas como las resistencias urbanas, la memoria, el ecologismo, la autogestión, los feminismos, o los desmanes de las transnacionales energéticas. El resultado era un diálogo audiovisual en condiciones de igualdad entre colectivos que se desconocen entre sí y que normalmente están invisibilizados o estigmatizados por los medios de comunicación convencionales.

En este proceso aprendimos mucho de otras organizaciones y colectivos que ya trabajaban en el campo de la comunicación alternativa desde hacía muchos años, con los que trabajamos en red. Sin Antena, Precarias a la Deriva, Consume Hasta Morir o Eguzki Bideoak en el Estado español, o Zalea TV en Francia, CEFREC, Wayna Tambo o CEDIB en Bolivia, entre otros muchos. Y por las puertas del *Noticiero* se colaron en nuestros pasillos mujeres trabajadoras del hogar, mineros relocalizados bolivianos, trabajadoras de las maquilas nicaragüenses, grupos indianistas, ecologistas, feministas y así hasta las más de quinientas personas que participaron en los más de cincuenta procesos formativos que se realizaron en lugares como Cochabamba, El Alto, La Paz, Managua, Tegucigalpa, Guatemala, Quetzaltenango, San Salvador, Madrid, Villalba, Pamplona, Ferrol, Barcelona o Bayamo.

Para Miguel Romero los referentes políticos y metodológicos más directos de este trabajo los encontraba en los *grupos Medvedkine*, una de las experiencias de cine militante que más respeto le merecían. Se conformaron a finales de los años 60 del siglo XX en torno a las fábricas de Besançon y Sochaux (Francia). Estos grupos estuvieron integrados por cineastas, que aportaban los medios para

la creación cinematográfica y el *savoir faire* filmico, y por obreros y obreras que tenían el conocimiento profundo de las condiciones de vida y trabajo de las clases trabajadoras francesas. Estos grupos hicieron algo tan sencillo, pero tan revolucionario, como poner los medios de producción cinematográfica en las manos de la clase trabajadora, para crear de forma colectiva y en primera persona del plural, piezas fílmicas que reflejaran su forma de ver sus propias condiciones. Y este, salvando las distancias, fue el eje vertebrador del trabajo de los *Noticieros*.

Miguel Romero siempre apostó por el *video pobre*, el vídeo hecho con recursos tecnológicos poco costosos, no como consecuencia de la escasez o falta de recursos propia de las organizaciones sociales, sino como condición fundamental para evitar la dependencia económica y la pérdida de autonomía en su capacidad para generar y comunicar sus mensajes. Así, el vídeo podía (y debía) ser realizado con medios pobres, pero en ningún caso con pobreza formal o de contenidos (aunque no siempre lo conseguimos).

Los *noticieros* se difundían, bajo licencias *copyleft*, a través de internet, de televisiones (asociativas, comunitarias, educativas, etcétera) y mediante proyección directa itinerante en plazas, centros sociales, culturales o escuelas. Miguel rehuía del autoconsumo e insistió en ello hasta la saciedad. Los *noticieros*, o cualquier otra práctica comunicativa hecha desde el campo alternativo, debían aspirar a trascender los espacios militantes. Difícil tarea, por cierto.

Todo este trabajo, no hay que olvidarlo, se realizaba en el contexto de una ONGD. Y quienes lo financiaban pedían la justificación del cambio producido en las comunidades con las que trabajamos. Y así se hizo, aunque Miguel tenía claro que ningún proyecto de una ONGD por ambicioso que fuera podía cambiar por sí solo las condiciones estructurales que generan el empobrecimiento.

La batalla en la red

Miguel Romero veía con mucha preocupación la falta de acceso a “otra” información o a crear “otra” información, también entre la izquierda que depende, tanto para informar como para informarse, de los medios convencionales. Uno de sus últimos proyectos cuando todavía trabajaba en ACSUR-Las Segovias fue impulsar una televisión por Internet de los movimientos sociales. Incluso llegó a tener nombre: @TV. En este proyecto, que no contó con un solo céntimo de financiación, participaron de forma estable tres entidades: Sin Antena, Ecologistas en Acción y ACSUR-Las Segovias.

En un contexto en el que las iniciativas alternativas de televisión tienen prácticamente vetado el acceso a una licencia de emisión, como buena cuenta puede dar TeleK, la apuesta de Miguel Romero fue dar la batalla en Internet, un medio que permite, entre otras muchas cosas, emitir sin pedir permiso. Esto, sumado al proceso de abaratamiento de las tecnologías de creación audiovisual, hace que los movimientos sociales y políticos alternativos ganen en autonomía a la hora de emitir y recibir mensajes elaborados por ellos mismos.

En una entrevista que le realizaron en 2010, Miguel hizo el siguiente análisis:

Creo que falta un medio, o algunos medios, con una orientación claramente crítica, con una información creíble, que base su agenda en todo lo que se rebela contra el sistema y que pueda conectar con la pluralidad de expresiones de esa rebeldía... No está claro cuál podría ser el mejor soporte: yo pienso que la televisión por Internet, pero es solo una idea. (...) Puestos a buscar la convergencia de la izquierda, esta sería una herramienta espléndida, insustituible (Riera, 2010, p. 33).

Miguel Romero no solo creía que una televisión por Internet de los movimientos sociales era necesaria sino también posible. Nunca pudimos llegar a concretarla y nos consta la decepción que esto supuso para él. Aún estamos a tiempo. ¿Nos animamos?

Laura Cabezas Fernández y Silvia Chocarro Marcesse fueron compañeras de Miguel Romero en el Área de Comunicación de ACSUR-Las Segovias.

Bibliografía citada

- AC SUR-Las Segovias (2009) *Estrategia de ACSUR-Las Segovias 2009-2012*. Madrid.
- Álvarez, L. "22-M la indignidad de la izquierda". *La Razón*, 22/03/ 2014, p.1.
- Chomsky, N. "What makes mainstream media mainstream?". *Z Magazine*, 1/10/1997.
- Duva, J. "30.000 subsaharianos preparan el salto a Europa por Ceuta y Melilla". *El País*, 17/02/2014, p. 1.
- Ferrari, S. "Ignacio Ramonet: Construyamos una ecología de la información". *Rebelión*, 4/02/2002.
- Riera, M. (2010) "Para tejer los desgarrones. Entrevista a Miguel Romero". *El Viejo Topo*, 268, 26-33.
- Romero, M. (2004) "Daños colaterales". *Hacia el Sur*, 20, 16.
- (2007) "Filantropía y privatización de la cooperación al desarrollo". *Hacia el Sur*, 26, 12-14.
- (2008) "¿Personas o reclamos? Notas para debatir sobre imágenes del Sur". *Hacia el Sur*, 29, 13-15.
- "La pobreza rentable". *Diagonal*, 14/12/2009.
- (2011) "Deseduquémonos: comunicación alternativa en el Estado español y educación para el desarrollo". En A. Onrubia y A. Gago (eds.) *Comunicación, educación y desarrollo*. Toledo: Pueblos. Revista de información y debate.
- Santaaulalia, I. "El País y el Banco Mundial firman una alianza de contenidos informativos". *El País*, 27/01/2014.