

En cinco años, la expansión de las redes sociales logró lo que parecía imposible: amenazar la vanidad de las corporaciones mediáticas. ¿Qué pasa cuando lo importante vuelve a ser lo que se tiene para decir y no hay dónde mejor?



Ilustración **Gabi Escobar**

LO QUE YA FUE Y LO QUE HAY

Me encantan las puertas de las escuelas, como las terminales de ómnibus o los aeropuertos. Son lugares de encuentros y despedidas. De besos largos o robados, de abrazos infinitos, de sonrisas y lágrimas. De muchos *te quiero, cuidate, pasala lindo, te voy a extrañar, ay jse hizo tan largo!*

Padres de traje que dejan a los hijos de pasada al trabajo. A veces, muchas, apurados. Pero siempre con tiempo para el último estrujón, o la sonrisa apenas cuando los hijos se escapan para que no les arruinemos la reputación frente a los amigos. Madres poniendo el alfajor en el bolsillo a último momento, algunas de paso a la oficina, o al gimnasio, o al supermercado o al taller.

La mano levantada y moviéndose despacio hasta que ya no se ve la ventanilla desde la que sonríe el novio, la amiga, el hermano. El cogote alargándose para asomar la cabeza sobre los otros cuando se abre la puerta de "Arribos" en el aeropuerto. O ese momentito que estiramos antes que pasen a la zona insondable de "Embarque",

Me gusta pensar que esos momentos son microchips de la realidad. Caminos que se cruzan. Pasos que llegan y parten. Encuentros y despedidas de gente, hombres y mujeres, que sueñan con una vida feliz, que aman, lloran, apuestan, trabajan o buscan trabajo, imaginan el disfrute cada uno a su manera. Que la pasan mejor o peor, que desean más de lo que tienen, atraviesan sus dolores solos o acompañados, se frustran, triunfan, caminan, apuestan, pero siguen con su melancolía o su éxtasis a cuestas, pero siguen, con más o menos desdichas o desganadas, felicidades y placeres.

Y me pregunto entonces, si la realidad es esa, al menos la realidad de una buena parte de la humanidad. Pero ¿de qué nos hablan los medios? Estudié todas las lecciones de la Facultad de Periodismo de la UNLP hace ya casi treinta años, y no creo que hayan variado demasiado las respuestas: la noticia es el acontecimiento y no el proceso, las buenas noticias no son noticias, los medios construyen una realidad de acuerdo a los sucesos disruptivos.

Es cierto, como también lo es la vocación de los periodistas y los medios por intentar convencer de que la realidad es eso que sucede en ese relato por ellos construido. Que ese suceder de acontecimientos elegidos por una decisión editorial, política, empresaria, ideológica, es en realidad el "proceso", que esas situaciones extraordinarias son en realidad la vida ordinaria.

Y que los medios y los periodistas de esos medios son los únicos ungidos por algún poder superior para explicarnos que el mundo que vivimos es ése por ellos relatado, que nuestra vida cotidiana cabe en sus sesenta líneas o en la hora del noticiero de la noche, y que si nuestra realidad no se adecua a lo que ellos relatan, los inadecuados somos nosotros. Tan fuerte es esa máquina de construcción de vidas paralelas, que muchas veces la realidad termina pareciéndosele. O, en otros casos, la vida sigue como todos los días, aunque parecemos convencidos de otra cosa. Gente que vive y trabaja y disfruta o sufre como toda la humanidad, pero que cuenta su vida y, aún peor, se la cuenta a sí mismo, en los términos de esa construcción mediática que lo ha convencido de que es como ellos dicen que es.

Si el mundo fuera esa foto publicada en los medios, casi que no val-

dría la pena levantarse cada mañana. Casi que cada noche deberíamos esperar un cataclismo. Casi que deberíamos quedarnos encerrados en nuestras casas.

Entonces, ¿en qué medios se habla del mundo real?

Quienes descreen o despotrican contra las redes sociales, utilizan muchas veces el argumento de las nimiedades que allí se relatan o se publican.

¿A quién puede importarle que saliste de tu casa, que estás leyendo un libro, que vas a hacerte un té, que estás escuchando música?

Evidentemente a mucha gente, porque las redes sociales son un fenómeno que en cinco años construyó una realidad mediática que la prensa gráfica tardó cuatrocientos años en lograr y los medios audiovisuales por lo menos cincuenta.

Que un amigo recomiende ver una película o ir a un concierto, tal vez sea tan importante como que lo haga un crítico de cine. Poder leer lo que piensa alguien a quien admiro y respeto sobre un acontecimiento político, o un Festival o un programa de televisión seguramente me resulta más interesante que saber lo que piensa el editorialista de un diario cuya única fuente de prestigio es su relación con la empresa a la que pertenece.

Hubo un momento en la historia del periodismo en que lo realmente importante era aquello que uno tenía para decir. El periodismo era el medio por el cual quienes tenían ideas, conocimientos, saberes, información, lograban que estas se difundieran. Hacia aquel principio estamos regresando.

"Estamos de nuevo en la edad dorada del periodismo", dijo hace algunas semanas Arianne Huffington, quien revolucionó los medios convirtiendo al Huffington Post en la nueva estrella del periodismo solo por construir una plataforma inteligente de acumulación de blogs. "Ya no hay que ser empleado de un medio para tener voz. Con tener un mensaje importante, una historia buena e interesante para contar, en nuestro medio ya podrás ser escuchado".

El auge de las redes sociales está golpeando a los grandes medios en su corazón y en sus vanidades: ya no son necesarios. No es necesaria su intermediación.

Lo verdaderamente importante es tener algo para decir, y saber decirlo bien. Maneras de difundirlo sobran. Y si no sobran hoy, cada vez habrá más. Cada vez será más imposible de detener la posibilidad de que se puedan transmitir las ideas en diferentes formatos con alto impacto de penetración sin ninguna necesidad de corporaciones mediáticas detrás.

Cuando ese escenario sea una realidad, habremos llegado – y por un camino que no imaginábamos décadas atrás mientras discutíamos si "el medio es el mensaje" – a la verdadera democratización de la comunicación.

Claro que es una batalla que recién comienza, sobre todo en nuestro país, pero de la que seguramente las grandes corporaciones mediáticas tratarán de defenderse aún a costa de desestabilizar gobiernos.

Pero es una batalla que triunfará mucho más temprano que tarde. Como relata Ernest Hemingway: "y cuando la espada llegó al corazón, el toro estaba muerto, pero no lo sabía".