

Estrategias mediáticas y cultura profesional: las relaciones entre los medios de comunicación y los movimientos sociales

María Dolores Montero Sánchez, Carlos Zeller Orellana e Iñaki García Blanco

mariadolores.montero@uab.cat

carlos.zeller@uab.cat

inaki.garcia@uab.cat

Facultad de Ciencias de la Comunicación
Universidad Autónoma de Barcelona
Campus de la UAB – Edificio I
08193 Bellaterra (Cerdanyola del Vallés)

A juzgar por la relación entre los movimientos sociales y los medios de comunicación en los últimos treinta años podemos hablar de ‘desencuentro’ por ambas partes. La atención de los medios hacia los movimientos se ha centrado más en los rasgos llamativos de su agitación social que en su capacidad de transformación de la sociedad. Los movimientos sociales, a su vez, han tendido a definir estrategias comunicativas para favorecer su aparición en la escena pública, para acercar la narración mediática de los hechos a su propia versión de la realidad, sin embargo no siempre han sido exitosas. Más bien la percepción dominante entre los simpatizantes de los movimientos es la de una cierta reserva hacia la actitud que los medios de comunicación adoptan hacia ellos.

La investigación sobre movimientos sociales ha mostrado un interés especial en conocer qué motiva a determinados ciudadanos a tomar conciencia sobre cuestiones que no necesariamente les afectan directamente, movidos exclusivamente por valores, y a articular su participación a través de unas movilizaciones que no descansan sobre ningún tipo de estructura organizativa permanente con la que los poderes políticos puedan negociar. En este sentido, y a pesar de que la mayoría de trabajos en este ámbito han tenido en consideración el papel de los medios, no existen elementos que permitan concluir que los medios juegan un rol central en la movilización de los activistas (véase, por ejemplo: Klandermans – Goslinga, 1996). Las reticencias con las que los movimientos han tendido a relacionarse con los medios (Rucht, 2004) pueden en cierta

medida explicar que tanto los activistas como los investigadores expliquen el fenómeno del activismo político recurriendo a factores racionales e individuales, en lugar de basar su análisis en la influencia de los medios de comunicación (McAdam – McCarthy – Zald, 1996; McAdam, 1996).

A principios de los años 80, Todd Gitlin sugería en su estudio sobre el papel de los medios de comunicación en las movilizaciones estudiantiles de los años sesenta en Estados Unidos que los medios sí jugaban un papel crucial en la definición de la imagen pública del movimiento:

“En el último tercio del siglo XX, los movimientos políticos sienten la necesidad de recurrir a los medios de comunicación de masas para ser importantes, para mostrar a los sectores sociales a los que quieren seducir quiénes son y cuáles son sus objetivos. En este proceso, los movimientos únicamente se convierten en ‘noticiables’ si aceptan las reglas implícitas de la producción de información, si se someten a las nociones periodísticas (condicionadas a su vez por la historia) sobre qué es una ‘noticia’, qué es un ‘acontecimiento’, o qué es una ‘protesta’. La imagen resultante de dicho proceso se convierte, así en ‘el movimiento’ para el público mayoritario y las instituciones que disponen de escasas fuentes de información alternativas –si es que disponen de alguna–; esa es la imagen que tiene un impacto sobre las políticas públicas, y cuándo se presta oposición al movimiento, lo que se está combatiendo es, sobre todo, un conjunto de imágenes que se han distribuido a través de los medios de comunicación” (Gitlin, 1980: 3. En cursiva en el original).

De hecho, las reservas de los movimientos hacia los medios de comunicación a las que aludíamos en párrafos anteriores se justificaban plenamente por la imagen negativa que los medios tendían a ofrecer de ellos (Rucht, 2004).

Durante los años 90 y la primera década del siglo XXI, los medios han ido modificando su actitud, mostrándose mucho más receptivos al uso de técnicas de relaciones públicas que les permiten a los movimientos utilizar las noticias o reportajes de los medios de comunicación como plataforma para exponer su mensaje y hacerlo llegar al llamado ‘gran público’ (Rucht, 2004). Naturalmente, este proceso requiere que los movimientos adapten sus reivindicaciones con tal de que éstas cumplan con los criterios de noticiabilidad propios del trabajo periodístico. Esto sugiere que los movimientos, en determinadas circunstancias, pueden verse impelidos a construir sus mensajes y sus reivindicaciones en relación con los medios de comunicación, lo que constituye la asunción básica de la presente comunicación.

En las últimas décadas ha venido gestándose un movimiento social de nuevo tipo que en sus inicios se popularizó como movimiento ‘antiglobalizador’ a partir del uso mediático de este término y posteriormente, por indicación expresa de algunos de

sus seguidores, ha pasado a denominarse preferentemente ‘alterglobalizador’ entre los países de idioma español. En un principio, las movilizaciones que se han desarrollado bajo el paraguas del llamado movimiento anti- o alterglobalización han sido consideradas por la izquierda radical (en el mejor sentido de la palabra radical) como el pulso hegemónico más importante que ha librado la sociedad civil (en este caso internacional) con los poderes políticos en los últimos tiempos.

Este movimiento reúne a un conjunto heterogéneo de movimientos (anticapitalistas, ecologistas, sindicatos, ONGs, etc.) que tienen como objetivo principal la consecución de un proceso de globalización regulado, la sostenibilidad económica, la solidaridad, la justicia social y la democracia directa entre otros (García, 2002). Operan a nivel local, nacional e internacional y, a corto plazo, por su misma heterogeneidad, sus intereses y reivindicaciones pueden resultar contradictorios tanto en el análisis que hacen de la realidad como en el desarrollo de sus actividades de protesta.

El proceso de construcción cultural e ideológica de los movimientos antiglobalización ha funcionado como uno de los sillares de la conformación de una opinión pública internacional. Un movimiento deliberativo amplio que aborda reflexivamente algunas de las principales fracturas del sistema mundo, que enuncia y pone de relieve los aspectos más devastadores y críticos de la globalización, que valora las experiencias acumuladas y resalta los resultados de luchas sociales, económicas, políticas y culturales.

El nacimiento del movimiento anti- alterglobalización tuvo lugar en Seattle durante la conferencia ministerial de la Organización Mundial del Comercio (1999). Las organizaciones del mundo preocupadas por el derecho al trabajo, el entorno, los derechos del hombre, la diversidad cultural, las culturas autóctonas, los campesinos, los consumidores, los que se preocupan por la justicia social, etc. se unieron para hacer frente común contra la OMC (Barlow – Clarke, 2002). En las calles de esta ciudad se reclamaba un reparto más igualitario de la riqueza a escala mundial y la adopción de unas reglas del juego político más democráticas. La fuerza de sus movilizaciones logró incluso alterar el curso de dicha reunión de alto nivel.

Desde entonces el movimiento anti- alterglobalización se ha articulado a partir de la organización de las contra-cumbres y de los Foros Sociales Mundiales que posteriormente se alternaron con la celebración de Foros en los distintos continentes. La organización de las contra-cumbres ante los encuentros de las instituciones económicas

y políticas mundiales como la Organización Mundial de Comercio (OMC), el Banco Mundial (BM), el Fondo Monetario Internacional (FMI) o el Grupo de los Ocho (G8) que tuvieron lugar en Seattle (1999), Praga (2000) y Génova (2001) respectivamente contribuyó a dar al movimiento visibilidad mediática estrechamente relacionada con las manifestaciones y formas de protesta en la calle. La organización de los Foros Sociales Mundiales a partir de 2001 en Porto Alegre dió la oportunidad al movimiento de mostrar una nueva imagen pública basada en la construcción y discusión de nuevas alternativas, una imagen que ha expresado en positivo su visión de la realidad.

Al actuar de esta manera, el Foro Social disputó abiertamente, aunque desde una posición de absoluta desigualdad, la definición de un conjunto de problemas que forman la agenda de la globalización económica y cultural. Y lo hizo dirigiendo sus valoraciones, diagnósticos y análisis así como proporcionando y difundiendo información hacia los medios de comunicación, e interpelando la sensibilidad de los periodistas y apelando a su profesionalidad.

Uno de los análisis más sugerentes sobre las movilizaciones de Seattle (Wall, 2003) sugiere que, ya en esta misma cita –que se considera fundacional para el movimiento–, coexistieron dos facciones diferenciadas de la sociedad civil, una formada por las plataformas de la sociedad civil organizada y otra por el llamado ‘movimiento de la calle’ que desarrollaron, a su vez, estrategias comunicativas distintas. Así, mientras las ONGs disponían de personal con capacitación profesional, seguían estrategias diseñadas desde la dirección, utilizaban argumentos racionales, basaban sus análisis en evidencias empíricas y adoptaban un uso formal de la lengua siguiendo rutinas y formatos establecidos, el movimiento de la calle se componía fundamentalmente por personal voluntario no profesional que seguía estrategias determinadas en discusiones públicas, se subrayaba el componente emocional y lúdico de la protesta y se utilizaba un registro lingüístico mucho más informal y no asimilado al habitual de los gabinetes de prensa de empresas e instituciones.

Tal vez el movimiento haya sido víctima del triunfo de las ONGs y de sus estrategias comunicativas, de sus aspiraciones y reivindicaciones moduladas en función de su noticiabilidad o de su atractivo mediático sobre las del llamado ‘movimiento de la calle’. El curso del tiempo parece indicar que lo que conocemos como movimiento anti-o alterglobalización ha ido perdiendo fuelle, ha ido institucionalizando sus encuentros (y, al mismo tiempo, sus demandas) y, a pesar de que sus reivindicaciones han ido

acomodándose cada vez más a las del establishment de centroizquierda, la atención que han recibido por parte de los medios de comunicación ha ido en declive.

En la presente comunicación analizamos la evolución de lo que conocemos como movimiento anti- o alterglobalización a través del análisis sobre cómo fueron enmarcados en la prensa de referencia los acontecimientos del propio movimiento (Montero – Tomàs – Zeller – García, 2005)¹. El análisis de los contenidos de prensa se completa con entrevistas en profundidad a periodistas de los medios analizados, así como a dirigentes y responsables de prensa de algunas organizaciones que participaron en los foros sociales mundiales (Porto Alegre, Mumbai, Nairobi)². A través de esta triangulación de métodos aspiramos a explicar no sólo el tratamiento que los medios dieron a dichas movilizaciones, sino también, si este tratamiento mediático pudo condicionar las reivindicaciones / las acciones del movimiento.

La mirada de la prensa de referencia internacional sobre el movimiento anti- o alterglobalización

La voluntad de analizar la mirada de la prensa de referencia internacional sobre el movimiento anti- o alterglobalización se justifica por el hecho de que este tipo de prensa representa el pluralismo político, se le reconoce el papel de ser una referencia para las elites culturales y políticas en sus respectivos países, para el resto de medios de comunicación y para las clases políticas de otros países. Los periódicos seleccionados

¹ En MONTERO, María Dolores - Robert TOMÀS - Carlos ZELLER - Iñaki GARCÍA (2005): “La construcción de los movimientos sociales globales a través de la prensa de referencia internacional” se ha analizado el contenido de la información de *El País*, *Le Monde*, *The Guardian* y *The New York Times* en los momentos más significativos del movimiento anti- o alterglobalización: la III Conferencia de la OMC en Seattle (1999), la 55ª Asamblea del FMI y el BM en Praga (2000), la Cumbre del G-8 en Génova (2001) los tres primeros Foros Sociales Mundiales de Porto Alegre (de 2001 a 2003), el IV Foro Social Mundial celebrado en Mumbai (2004) y el V Foro celebrado nuevamente en Porto Alegre (2005). El corpus total de análisis reúne 352 piezas que agrupan las noticias y artículos de opinión publicados en el transcurso y en los días posteriores de estos eventos. El análisis se centró en las características formales de la información y en su contenido. Las variables de trabajo han sido: a) estructuración del discurso editorial de los diarios, temas principales y secundarios, autoría y fuentes de información, orientación de la información.

² Las entrevistas en profundidad a periodistas de los diarios analizados y a dirigentes y responsables de prensa de algunas organizaciones que participaron en los foros sociales mundiales de Porto Alegre, Mumbai y Nairobi se han realizado sobre la base de sendos cuestionarios. En el caso de las entrevistas a periodistas las líneas principales de trabajo fueron: los criterios de noticiabilidad, su percepción de las estrategias comunicativas del movimiento, el tratamiento que ha recibido el movimiento por parte de la prensa y la mediatización de los movimientos sociales. En el caso de las entrevistas a los responsables de prensa se profundizó en las estrategias y técnicas comunicativas, el papel de los medios en las movilizaciones, su percepción sobre el tratamiento mediático y la influencia de los medios en la percepción social del movimiento.

para nuestro análisis fueron *El País*, *Le Monde*, *The Guardian* y *The New York Times* tal como hemos indicado en nota a pie de página.

En un principio, para estos diarios y los medios de comunicación en general fue mucho más fácil prestar atención a la violencia y las performances que acompañaron las primeras acciones contestatarias del movimiento anti- o alterglobalización. Aunque cualquier nuevo movimiento puede despertar simpatías, a la larga las rutinas periodísticas conducen a ‘lógicas de repetición’ y a privilegiar lo que ya se conoce. Los medios responden a las modas. Al principio hay un gran interés y después este interés se va desvaneciendo. Una noticia repetida ya no es noticia. La perseverancia en los mismos esquemas en el tratamiento de la información en torno a un movimiento puede llegar a estereotipar y definir socialmente el movimiento. Así sucedió por lo menos al principio con el movimiento llamado antiglobalizador que llegó a ser tratado en ocasiones como un movimiento violento.

A grandes rasgos, los criterios de noticiabilidad durante los años 1999 hasta 2005 son bastante similares en estos cuatro diarios en lo que respecta a las grandes citas del movimiento:

1. El énfasis en la violencia como un elemento que imprime dramatismo a los acontecimientos. En la cobertura de las primeras manifestaciones del movimiento se subrayaron los episodios violentos protagonizados por algunos sectores de los activistas. Así sucedió en las manifestaciones de Seattle y de Praga y sobre todo en las que se produjeron con ocasión de la celebración de la Cumbre del G-8, en Génova, por coincidir la violencia policial (causante de la muerte de Carlo Giuliani) y la de algunos sectores de los activistas.
2. La capacidad del movimiento de crear conflicto institucional y su consecuente impacto político. Esto se manifestó en los momentos de cobertura álgida en dos ámbitos diferentes: Por un lado, en el conflicto abierto con los organismos económicos como la OMC (Seattle), el BM y el FMI (Praga), y con el G-8 (Génova principalmente) donde las ‘contra-cumbres’ organizadas por el movimiento anti- alterglobalizador constituían verdaderos desafíos a las organizaciones mundiales y lograron alterar el desarrollo previsto de sus encuentros. Por otro, en el planteamiento inicial del Foro Social Mundial que,

por la elección de la fecha de la convocatoria, la misma que la de celebración del Foro Económico Mundial de Davos constituía una llamada de atención sobre la necesidad de pensar el proceso de globalización desde una perspectiva alternativa.

3. El realce de aspectos diferentes del movimiento en función de las secciones en las que se inserta la información, sobre todo en *El País*, y en *Le Monde*. Por lo general, el punto de vista de las noticias que forman parte de las secciones económicas realzan la actividad del movimiento como mera oposición a las organizaciones políticas y económicas internacionales, se resalta la acción contestataria y el carácter contradictorio del movimiento. Prevalece la dimensión negativa de la protesta en la medida en que muestra un rechazo a la globalización, al libre comercio, a la pobreza, pero no se expresa una articulación clara de los objetivos del movimiento. En cambio, cuando la información se inserta en las secciones de sociedad recibe un tratamiento más próximo al interés humano y a la sensibilidad de la sección. El movimiento se hace más cercano y se puede apreciar la intención de sus autores de poner de manifiesto la capacidad de transformación del movimiento y sus objetivos a largo plazo.
4. El uso de las fuentes de información. En los inicios del movimiento no solía haber referencias a fuentes de información directas, por lo general procedían de las mismas instituciones económicas y tendían a plantear la necesidad de un consenso con las ONGs para alcanzar el objetivo final de lucha contra la pobreza. A partir de que el Foro Social Mundial se fue consolidando, sobre todo entre la segunda y tercera convocatorias, hubo mayor apertura a las fuentes directas. En su mayoría se trataba de intelectuales con una fuerte resonancia mediática, políticos procedentes de los partidos socialdemócratas, responsables de las grandes ONGs y, en menor proporción, los propios activistas.
5. El realce de las *performances* del movimiento y los detalles anecdóticos de las actuaciones reivindicativas, que en ocasiones ha tendido a dar más preeminencia a los aspectos festivos del movimiento.

La ideología de la objetividad que prevalece en la cultura profesional periodística hace que estos criterios de noticiabilidad compartidos en los cuatro diarios den lugar a una información bastante similar en sus aspectos básicos. No obstante, el estudio comparado de la cobertura de estos cuatro diarios muestra también una clara diferencia entre los diarios latinos y los del ámbito anglosajón en la consideración del movimiento anti- alterglobalización como actor político independiente en la arena pública internacional.

Desde las movilizaciones contra la OMC en Seattle *El País* y *Le Monde* destacaron por su mirada atenta hacia lo que consideraron el surgimiento de la sociedad civil mundial y de la opinión pública mundial. El punto álgido de su interés se produjo sobre todo entre el II y III Foros Sociales Mundiales de Porto Alegre, particularmente durante la celebración de la Cumbre del G-8 en Génova, en julio de 2001. A partir del IV Foro Social Mundial, celebrado en Mumbai en 2004, hubo una marcada apatía frente a estos encuentros.

En los casos de *The Guardian* y de *The New York Times*, aún con orientaciones ideológicas diferentes, el movimiento no logró atraer su atención y además en la mayoría de las informaciones lo tildaron de contradictorio e incongruente por la heterogeneidad de sus participantes, ONGs y activistas en general. La percepción de *The Guardian* es la de que la heterogeneidad de los grupos, de su origen y de su ideología hacen que lo que les une es un vago sentimiento de oposición que no puede concretarse. En el mismo caso se encuentra *The New York Times* que, a pesar de considerar legítimas algunas de las reivindicaciones del movimiento, mantiene siempre una percepción negativa por dos motivos que entiende inaceptables: el uso de la violencia en las manifestaciones y la oposición al liberalismo económico.

Distinta ha sido, como apuntábamos en el párrafo anterior, la actitud de *El País* y *Le Monde* sobre el movimiento anti- alterglobalización al que consideraron un actor político emergente en la escena política internacional. Desde sus páginas de opinión y editoriales ambos diarios observaron con atención el desarrollo del movimiento entre la celebración del II y III Foros Mundiales. *El País*, durante el II Foro de Porto Alegre apostó por establecer un marco de diálogo entre los que consideraba dos actores en la regulación del proceso de globalización: el Foro Económico de Davos y el Foro Social de Porto Alegre. Se congratuló de que en cierta manera la antiglobalización había

triunfado pues el Foro Económico se había hecho eco de las propuestas de Porto Alegre. En consonancia con este punto de vista, el tratamiento gráfico y la composición de la información muestran la consideración de paridad que la redacción concedía a ambos eventos. También *Le Monde* reconoce al movimiento como un actor político no convencional que puede tener una influencia indudable en los próximos años. Sin embargo, la disminución en el interés de los dos diarios comenzará en la próxima cita, el Foro de la India.

Las estrategias comunicativas del movimiento anti- alterglobalización frente a los medios de comunicación

Las estrategias de comunicación del movimiento anti- alterglobalización han facilitado la diseminación y publicitación de sus objetivos. Algunos grupos de militantes conocen que la puesta en escena de sus acciones reivindicativas las hacen más atractivas a los periodistas. La presencia en los medios es la condición necesaria para adquirir visibilidad y poder captar la atención pública. Mucho más si tenemos en cuenta que el movimiento expresó muy pronto su decisión de postularse como nuevo actor en el escenario político mundial, como “representante de la sociedad civil mundial”. Así ya el 27 de noviembre de 1999, con anterioridad a la reunión de la OMC, 1448 organizaciones de todo el mundo firmaron la *Declaración de los miembros de la Sociedad Civil Internacional en oposición a la Ronda del Milenio* (Montero, 2001).

En general, todos los movimientos sociales consideran importante tener una presencia continuada en los medios, pero no se puede decir que haya una conciencia generalizada sobre cómo actuar frente a los medios de comunicación. Tampoco se puede decir que el interés por aparecer en ellos condicione directamente a los movimientos pues carecen de una estructura organizativa estable y cuesta mucho focalizar los temas entre sus simpatizantes o seguidores. En ocasiones, ese interés sí puede condicionar a los posibles líderes, pero puesto que por lo general los movimientos rechazan los líderes es muy difícil mantener una línea conjunta de actuación.

A modo de resumen podemos aislar algunas pautas de actuación de las organizaciones del movimiento anti- alterglobalización en lo que respecta a su relación con los medios:

1. La creación de estructuras estables de comunicación (oficinas de prensa, servicios de información a través de páginas web, etc.) en las situaciones en las que los movimientos expresan sus demandas y en las que se dotan de una infraestructura organizativa transitoria.

Estas estructuras las suelen proporcionar las ONGs y su permanencia en el tiempo es variable según los casos (plataformas o redes). Como hemos apuntado en párrafos anteriores, para el movimiento es importante la organización del trabajo de cara a los medios a fin de obtener más eficazmente sus objetivos de visibilidad mediática. Pero al mismo tiempo, también para las ONGs es importante la presencia de sus miembros para hacer presión política a favor de sus propias campañas, tratar de difundir los objetivos generales de la movilización al tiempo que publicitar las campañas particulares. La relación entre los movimientos sociales y las ONGs beneficia a ambos en la medida en que refuerzan las posibilidades de conseguir los objetivos y de dotar al movimiento de una estructura mínima de organización y comunicación que favorezca la acción pública.

Algunas de estas organizaciones no gubernamentales están consolidando cada día más su posición como actores dentro del escenario político, cuando disponen de recursos suficientes crean gabinetes de comunicación profesionalizados y cuentan con asesorías de empresas de comunicación. Con frecuencia los gobiernos, partidos y otras instituciones los consideran interlocutores en lo que respecta a los temas de cooperación al desarrollo. También los periodistas están cada vez más interesados en saber qué opinan las ONGs, cosa que antes no sucedía. Su posición es muy distinta a la de los movimientos (en términos generales), que hasta ahora no han sido tenidos en cuenta como actores reconocidos en el escenario político. En cierta manera se puede decir que las ONGs actúan como los ‘delegados’, que no representantes, del movimiento global.

2. La introducción de técnicas de relaciones públicas. Los grandes partidos políticos siempre son fuente de información porque tienen instrumentos de comunicación y saben cada vez más como incidir en la agenda de los medios. La gran mayoría de las ONGs no disponen de medios similares y por lo general se dirigen a los

medios demandando su complicidad, o en términos de solidaridad con sus propuestas. Sin embargo, las que disponen de recursos de comunicación profesionalizados aplican técnicas de relaciones públicas como cualquier institución política o económica para dar más eficiencia a sus relaciones con los medios de comunicación y a sus tácticas de promoción.

3. El planteamiento de sus acciones colectivas desde el punto de vista de sus potencialidades noticiables.

Ya hemos comentado que no se puede afirmar que haya una conciencia unánime dentro de los movimientos sobre cómo actuar frente a los medios pero sí existen unas asunciones básicas entre los seguidores de los movimientos. Existe la idea compartida de que la espectacularidad y la imaginación en las acciones de protesta pueden facilitar extraordinariamente su labor comunicativa, de ahí que las performances estén cada vez más a la orden del día. Caso aparte es el tema de la violencia a la que obviamente se la puede considerar como un factor que favorece la noticiabilidad, pero que no es deseable desde ningún punto de vista.

Seattle marcó la diferencia con respecto a los precedentes del movimiento antiglobalización, entre ellos las movilizaciones que habían tenido lugar en la ‘Cumbre de la Tierra’ celebrada en Río de Janeiro en 1992, o durante la Cumbre sobre Desarrollo Social de Copenhague en 1995. Por primera vez, el movimiento tuvo consciencia de su fuerza y sus posibilidades y dio buena cuenta de ello el tratamiento generalizado de los medios de comunicación en términos de “batalla de Seattle”.

Una de las bazas más importantes del movimiento anti- alterglobalización ha sido su capacidad para crear conflicto institucional. Su impacto en la escena política mundial se ha basado sobre todo en su habilidad para crear “contra-acontecimientos” a partir de dos tipos de actuación: las ‘contra-cumbres’ ante las organizaciones económicas y políticas internacionales y la convocatoria de los Foros Sociales Mundiales como respuesta a la celebración del Foro Económico Mundial de Davos.

Las ‘contra-cumbres’ escenificaron de manera exitosa la lucha simbólica por establecer marcos de interpretación alternativos sobre el proceso de globalización y lograron alterar el desarrollo previsto inicialmente. El Foro Social Mundial se

constituyó como alternativa y desafío al Foro Económico Mundial de Davos. La elección de la fecha en la que se ha venido realizando hasta ahora (salvo el Foro Social Mumbai) respondió claramente a una estrategia de “contracomunicación” según las palabras de Chico Whitaker, miembro del Comité Organizador del Foro Social Mundial (Whitaker, 2006).

4. El uso de medios de comunicación propios a través de Internet. Como nuevo medio de comunicación Internet ha dado lugar a un nuevo espacio político que ha dado cabida a una gran diversidad de organizaciones, grupos, redes, etc. y ha modificado las pautas de acción de los movimientos (Cammaerts, 2006). En líneas generales Internet ha permitido: a) dotar al movimiento y las ONGs de medios de comunicación propios; b) coordinar las acciones y las actividades en el seno del movimiento; d) dar cabida a la expresión y discusiones de las diferentes voces dentro del movimiento; e) proporcionar posibilidades extraordinarias de acceso a la información por parte de la ciudadanía; f) facilitar el acceso a la información a los profesionales de los medios de comunicación. En este sentido Indymedia, en tanto que “colectivo de las organizaciones de los medios independientes” ha favorecido el acceso a la información, la distribución instantánea de la misma y ha abierto nuevas posibilidades de organización dentro del movimiento.

Conclusiones

Las estrategias comunicativas de los movimientos sociales y su capacidad para pasar a formar parte de la agenda de los medios y de la agenda pública sólo pueden ser visibles a largo plazo desde la perspectiva de su éxito, es decir, de su capacidad o no para convertir sus demandas en un problema público. Las organizaciones de los movimientos intentan influir en la definición mediática de los temas de interés público y organizan acciones que les permitan plantear una definición alternativa sobre la realidad, pero finalmente los medios de comunicación aplican su lógica comunicativa, sus criterios de noticiabilidad y contextualizan simbólicamente los significados del movimiento en el contexto social. Los criterios para atraer la atención están determinados por los intereses de las empresas periodistas y fuertemente jerarquizados por esquemas culturales (Cefai, 1992).

Los parámetros de la cultura periodística de los periodistas y de la sociedad en general se modifican de forma lenta, especialmente cuando el sentido del cambio va a contracorriente de los valores dominantes y de la hegemonía cultural. La dificultad para esta transformación se explica tanto por las constricciones de la propia industria periodística como por los valores que predominan en la sociedad y los mecanismos tan sofisticados de creación del consentimiento.

Los movimientos sociales están sometidos a una doble presión en la medida en que pueden permanecer condenados a la marginalidad y a la irrelevancia o bien pueden ser asimilados a la visión hegemónica de la sociedad (Gitlin, 1980):

“Un movimiento de oposición está preso en un dilema fundamental e ineludible. Si permanece fuera del reino dominante del discurso está en peligro de ser reducido a la marginalidad y a la irrelevancia política, sus temas son domesticados, sus más profundos retos con respecto al orden social son aislados y trivializados. Si, por otro lado, juega las reglas políticas convencionales para adquirir una imagen de credibilidad –es decir, si sus líderes son educados y sus eslóganes son específicos y razonables- es posible que sean asimilados a la visión política hegemónica del mundo” (Gitlin, 1980: 29).

En el caso del movimiento antiglobalización llamó la atención al comienzo su frescura, originalidad y capacidad para alterar la agenda de los organismos poderosos, pero la cultura profesional periodística tiende a tratar todos los temas desde el punto de vista de las instituciones políticas dominantes. Algunas veces se ha producido una actitud favorable de los periodistas hacia los movimientos, pero no entre las empresas que se mueven entre la defensa clara del liberalismo económico frente al proceso de globalización o, en el caso de aquellos que tienen vocación socialdemócrata, de la regulación de este proceso. En los momentos en que ha existido alguna simpatía por parte de los diarios hacia el movimiento anti- alterglobalización, como ha sido el caso el caso de *El País* y de *Le Monde* también ha habido un interés por apuntar el rumbo del movimiento: la condena de la violencia y, por ende, de la presencia de los grupos marcadamente antiglobalizadores, y la necesidad de pasar de las críticas a las soluciones.

Las estrategias comunicativas de las organizaciones de los movimientos pueden prever cuáles son las condiciones para introducirse en la agenda de los medios compitiendo con otros temas de política nacional o internacional de primera línea pero

eso significa también ubicarse en la constelación de temas que forman parte de la agenda pública. Por un lado, como movimiento pretende ser tomado en cuenta como nuevo actor político, pero en tanto que actor político se ve impelido a actuar de la misma manera que los actores políticos convencionales y eso entra en contradicción con la sustancia misma del movimiento.

Dentro del marco de múltiples interacciones entre los actores políticos que forman parte de la esfera pública los medios de comunicación no son un simple apoyo para proyectar los discursos de los grupos movilizados, son parte activa en esas interacciones (Néveu, 1999). El tratamiento informativo sobre su agitación social o sus acciones de afirmación pública puede disminuir o resaltar las tensiones internas del movimiento anti- alterglobalización y las contradicciones entre las distintas sensibilidades de los grupos y organizaciones que forman parte de él y sus diferentes estrategias comunicativas. En cualquier caso, lo más probable es que influya decisivamente en el criterio de oportunidad política para planificar sus iniciativas.

Bibliografía

- BARLOW, Maude – CLARKE, Tony (2002) *La bataille de Seattle. Sociétés civiles contre mondialisation marchande*. París, Fayard.
- CAMMAERTS, Bart (1976) “Media and communication strategies of glocalized activists: beyond media-centric thinking”. En CAMMAERTS, Bart – Nico - CARPENTIER (eds.) *Reclaiming the Media. Communication Rights and Democratic Media Roles*. Research and Education Association (ECREA).
- CEFAL, Daniel (1992) “La construction des problèmes publics. Définitions de situations dans des arènes publiques“. En: *Reseaux. Communication, Technologie, Société*, n° 75: 43-66.
- GARCÍA, Iñaki (2002) “Construcció d’un moviment”. En: *Marc de referències*, primavera-estiu: 8-11.
- GITLIN, Todd (1980) *The Whole World is Watching. Mass Media in the Making & the Unmaking of the New Left*. Berkeley, University of California Press.
- KLANDERMANS, Bert – Sjoerd GOSLINGA (1996) “Media Discourse, Movement Publicity, and the Generation of Collective Action Frames: Theoretical and Empirical Exercises in Meaning Construction”. En McADAM, Doug – John McCARTHY –

Mayer ZALD (eds.) *Comparative Perspectives on Social Movements*. Nuevo York, Cambridge University Press, páginas 312-337.

- McADAM, Doug – John McCARTHY– Mayer ZALD (1996) “Opportunities, Mobilizing Structures, and Framing Processes: Toward a Synthetic, Comparative Perspective on Social Movements”. En McADAM, Doug – John McCARTHY – Mayer ZALD (eds.) *Comparative Perspectives on Social Movements*, Nueva York, Cambridge University Press, páginas 1-20.

- McADAM, Doug (1996) “Political Opportunities: Conceptual Origins, Current Problems, Future Directions”. En McADAM, Doug – John McCARTHY – Mayer ZALD (eds.) *Comparative Perspectives on Social Movements*, Nueva York, Cambridge University Press, páginas 23-40.

- MONTERO, María Dolores (2001) “Mundialización y construcción de la opinión pública”. En: *Anàlisi*, 26: 103-119.

- MONTERO, María Dolores - Robert TOMÀS - Carlos ZELLER - Iñaki GARCÍA (2005): “La construcción de los movimientos sociales globales a través de la prensa de referencia internacional”. VII Congreso de la Asociación Española de Ciencia Política y de la Administración, Madrid, 2005

-NÉVEU, Érik (1999) “Médias, mouvements sociaux, espaces publics”. En: *Reseaux. Communication, Technologie, Société*, nº 98: 17-85.

- RUCHT, Dieter (2004) “The Quadruple ‘A’. Media Strategies of Protest Movements Since the 1960s”. En DONK, Wim van de - Brian D. LOADER – Paul G. NIXON – Dieter RUCHT (eds.) *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*, Londres – Nueva York, Routledge, páginas 29-56.

-WALL, Melissa A. (2003) “Press Conferences or Puppets: NGOS' Street Groups' Communication in the Battle of Seattle”, *Javnost/The Public* 10(1), 1-16.

-WHITAKER, Chico (2006) *El desafío del Foro Social Mundial. Un modo de ver*. Barcelona, Icaria editorial.

Santiago de Compostela, 31 de enero de 2008.