



Edita: LAboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 6º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara -

[Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

## Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos

**Dr. Mariano Cebrián Herreros** ©

Catedrático de Información Audiovisual de la Universidad Complutense de Madrid

[marceb@ccinf.ucm.es](mailto:marceb@ccinf.ucm.es)

Hablar hoy de la comunicación alternativa requiere situarse en el momento actual de cambios acelerados en todos los procesos de la comunicación: técnicos, sociales, políticos, culturales, económicos. La comunicación, en general, está sufriendo unos giros bruscos en su expansión. Está adquiriendo nuevas dimensiones, mayor complejidad y más amplia implantación en la vida social. Junto a los medios tradicionales emergen otros nuevos y a la par que se desarrolla la técnica aparecen otras infraestructuras que modifican los escenarios. La presencia de los satélites nacionales, continentales y mundiales junto al desarrollo de Internet como la red de redes rompen con los espacios comunicativos físicos tal como estaban configurados hasta hace poco tiempo y generan otros de tipo social, cultural, político y económico globales. Lo local se globaliza y lo global entra en lo local; ambos movimientos engendran nuevas interacciones hasta dar origen a lo global. Todo ello reclama un análisis a fondo de la nueva situación.

Para adentrarnos en la cuestión es preciso efectuar una delimitación del alcance conceptual que nos plantea el enunciado: "Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos". Es un título complejo que replantea bastantes de las cuestiones aportadas a veces con bastante ligereza y que trata de dar un nuevo enfoque a la comunicación alternativa. Es necesario repensar cada uno de los aspectos integrados en el enunciado en los momentos actuales, en las tendencias y en los procesos de innovaciones tajantes y profundas y cada día más aceleradas.

Para ello partiré del análisis de cada término aislado y en su interrelación hasta llegar a la visión global del tema. En segundo lugar examinaré el debate comunicativo generado en torno a la tensión mediática Davos-Porto Alegre más allá de los enfrentamientos políticos y económicos para profundizar en lo ideológico como sustento de todo lo demás incluidos los procesos de comunicación. Para concretar más el enfoque general me centraré en la confrontación de dos medios televisivos de alcance global como son la CNN y Al Yazzira, muy representativos de lo que acaece en estos momentos después de los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001. Esto nos llevará a afrontar la cuestión en torno a cómo se informa del debate sobre la globalidad y a su desenmascaramiento y finalmente expondré algunas reflexiones sobre la necesidad de crear entre todos unos planes de comunicación global de la solidaridad y defensa del ciudadano.

### 1. Delimitaciones y alcance del enunciado

La expansión de los medios es resultado de la transformación técnica, pero también de algo más que está en el transcurso de la misma: la ideología de dominio, de desarrollo, de resurrección de viejos imperios de poder político y económico. La tecnología comunicativa sirve de dinamización, de desarrollo o freno para la expansión, para poner en circulación ideas y proyectos con el objetivo del fortalecimiento económico. Vamos a analizar cómo palpita este planteamiento y cómo repercute en el alcance de la comunicación alternativa de la solidaridad y de la defensa del ciudadano.

#### 1.1. La comunicación en tiempos de multimedia e interactividad

La innovación técnica de los últimos años está cambiando el escenario tradicional de la comunicación. Las redes modifican los procesos comunicativos. Ya no puede plantearse la estrategia como algo unidireccional al estilo de los medios anteriores sino que hay que abordarla conforme a los nuevos modelos que aporta la técnica. Sin embargo, la técnica por sí sola ofrece la infraestructura, pero lo que realmente debe cambiar es la mentalidad en el uso de la misma. A pesar de la existencia de las redes puede mantenerse un modelo comunicativo unidireccional como sucede con la inmensa mayoría de los sitios web. Aunque Internet aparece como el gran modelo de diálogo, existen empresas, instituciones y personas particulares que no se abren al diálogo. Ofrecen un monólogo permanente, hablan de sí sin dejar que los demás participen en su información. Son modelos unidireccionales a pesar de que la red propicie la bidireccionalidad y multidireccionalidad.

Los modelos de las redes incorporan nuevos procesos multimedia e interactivos. **Multimedia**, en cuanto integran los diversos sistemas de expresión audiovisual tradicional e incorporan otros nuevos como la navegación, la interactividad y la capacidad de

vinculación y enlaces de textos (hipertextos) y de cualquier modalidad de los sistemas expresivos (hipermedia). **Interactivos**, en cuanto generan un cambio en el modelo de comunicación que repercute en todos los componentes del proceso: en los usuarios que intercambian continuamente sus papeles, en los medios ante la constante tendencia a la convergencia, en los contenidos y tratamientos que aparecen abiertos y potenciales para que cada usuario los combine como considere oportuno y, sobre todo, en la recepción en la que cada participante se convierte en un usuario con capacidad para recibir y para ofrecer dentro de un proceso de diálogo e intercambio real de informaciones.

El modelo de comunicación no debe concebirse, pues, cómo comunicar en el sentido de trasladar algo a otras personas, sino en el de comunicarse o intercambiarse informaciones. Es un diálogo interpersonal, social, comunitario que atañe a cualquiera de los ámbitos en los que quiera efectuarse la comunicación.

Busquemos, pues, hacer realidad lo que etimológicamente es la comunicación: intercambio de ideas, informaciones, sentimientos hasta llegar a la común unión de las partes implicadas en el proceso, lo cual no supone unanimidad, sino debate, en el que habrá elementos ajenos aceptados y otros rechazados. Pasemos del comunicar al comunicarnos, del transmitir algo a otros a intercambiarnos recíprocamente algo.

## 1.2. Concepción de la comunicación **alternativa**

Se concibe la comunicación alternativa como algo diferente a la predominante controlada por los grandes poderes mediáticos. Pero no debemos quedarnos en una concepción negativa, sino que hay que pasar a la concepción positiva, darle contenido propio de cómo se quiere configurar la nueva comunicación. Es rechazo de lo predominante, pero también propuesta de lo que se quiere.

No me gusta del todo el término alternativo. Es una denominación negativa. Hace referencia al protagonismo de otros, no al del impulsor alternativo. Hay que ir a planteamientos positivos de lo que se quiere y en todo caso a partir de esta posición desmontar las argumentaciones y actuaciones ajenas para que prevalezcan las propias. Lo que se reclama es algo propio, defendible positivamente, un modelo de sociedad. Y esto es lo que hay que liderar.

La comunicación se sustenta en medios y en soportes, pero no debe confundirse una cuestión con otra. No hay medios alternativos, sino usos alternativos de medios y, sobre todo, una concepción alternativa de la comunicación que emplea los mismos medios que la predominante. Cada medio puede orientarse de una manera u otra. Todo depende de los objetivos y de la finalidad para la que se emplee.

Los emisores y receptores tradicionales ya no pueden ser considerados como intervinientes aislados y separados sino como interrelacionados y con el intercambio de papeles según la función que cada uno ejerza en cada momento. La cuestión radica en apreciar si hay predominio del uno sobre el otro, quién es el conductor del proceso o si ambos actúan en igualdad. Es un modelo alternativo al tradicional. Por esta razón no importa tanto el punto en el que cada uno se encuentre sino el modelo de interrelaciones que desarrollan: de diálogo, de imposición, de resistencia. Lo alternativo emerge del modelo que se desarrolle en comparación con las situaciones anteriores de monólogo de uno y recepción del otro. En el nuevo modelo de interrelación de usuarios emerge y se implanta el auténtico intercambio dialógico.

La mediación técnica de los procesos comunicativos nunca es alternativa. En todo caso es acumulación de opciones que cada usuario puede elegir. Lo realmente cambiante es la función y objetivos para los que se utilice. La misma técnica o medio puede emplearse para la imposición o para el diálogo. Todo depende del talento de quien la elija.

Lo alternativo no debe quedarse en algo abstracto, en utopía, sino en algo evaluable social y culturalmente, de lo contrario se quedará en mera ilusión y especulación. Por tanto, habrá que examinar auténticas prácticas alternativas.

## 1.3. Comunicación alternativa **global**

Hablamos de la globalidad como algo que concierne al universo de manera integrada en la que un movimiento en un punto repercute en los demás. El Diccionario de la Lengua Española incluye la siguiente acepción: "Tendencia de los mercados y de las empresas a extenderse, alcanzando una dimensión mundial que sobrepasa las fronteras nacionales" [1]. Es una definición que reduce el fenómeno sólo a lo económico. Es una dimensión importante, pero no la única. Existe también la globalización tecnológica, comunicativa, política, cultural.

Lo importante desde nuestro punto de vista es la globalización comunicativa que se ha producido en la que los territorios de los Estados se desbordan tanto en las coberturas informativas como en la organización de las empresas informativas. Todo se hace más próximo e intercambiable, aunque dirigido por las empresas multinacionales controladoras de los medios internacionales, nacionales y locales, las cuales orientan los procesos comunicativos y la información según sus propios intereses ideológicos y económicos, incluso con todo tipo de contradicciones como aparece en algunas alianzas, acuerdos y fusiones entre empresas de la competencia para lograr ampliar algo más el beneficio. El resultado es la expansión de los procesos comunicativos y la interdependencia de los medios.

Se ha desarrollado el concepto en el campo de la economía, pero hoy se aprecia que aparece también en la concepción de la comunicación, en el uso de los grandes medios de coberturas mundiales o en el intercambio de productos simbólicos.

No debe incurrirse en el concepto exclusivo de la antiglobalización. Seamos globales de lo alternativo, de lo que se quiere para todos. Ya no es posible eliminar la capacidad global de los medios de comunicación, por tanto habrá que desarrollar las estrategias de la globalidad comunicativa de lo alternativo. No se trata de ser antiglobal, en estar en contra de algo. Lo global tiene aspectos positivos, irrenunciables e irrechazables técnicamente. Lo que hay que hacer es liderar esta nueva globalidad de la solidaridad, de los valores de igualdad, de paz y justicia, defensa del ciudadano y su promoción de manera positiva por los medios.

El modelo de lo alternativo no se queda en la globalidad sino también en el impulso de la proximidad, en la comunicación en entornos inmediatos para fomentar la convivencia y la integración en la comunidad inmediata: barrio, localidad, región.

Interesa insistir en las vinculaciones mutuas de una y otra y expandir el concepto de la glocalidad en todas las dimensiones que vayan en beneficio de la solidaridad y defensa del ciudadano en todos sus círculos de convivencia como ciudadano de un lugar, pero también como ciudadano del mundo.

En la situación actual de tensión entre el doble enfoque de la globalidad y la proximidad, lo alternativo no es la antiglobalidad o la antiproximidad sino la globalidad y proximidad alternativas.

Lo local por sí mismo no es alternativo de nada. Es un escenario de procesos comunicativos de todo tipo, especialmente de los dominantes en los medios de comunicación. Por tanto, también en este caso lo alternativo se referirá al modelo de comunicación empleado y su concreción en los componentes de los procesos comunicativos.

#### 1.4. Comunicación global de la solidaridad y de la defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos

En este caso ya no se habla de alternativo, sino de propuesta positiva, de objetivo final de la comunicación. Frente a la globalización comunicativa del negocio, de la rentabilidad particular o de empresas y Estados hay que situar la globalización comunicativa de la solidaridad. Frente al dominio, enriquecimiento y poderío de unos pocos como son los controladores mediáticos se impulsa la comunicación solidaria, de reciprocidad y que haga realidad la dimensión más profunda y radical de la comunicación: la puesta en común de necesidades, intereses y objetivos como apoyo mutuo para resolver el problema de todos.

La solidaridad conlleva el desarrollo sostenible de los países, la expansión para los habitantes actuales sin menoscabo de quienes vengan después, o mejor dicho, con semilla y nunca como arranque de la raíz. La solidaridad reclama igualdad, justicia, paz, los grandes valores reconocidos y auspiciados por todos. Son principios compartidos universalmente. La cuestión es cómo los entiende y defiende cada uno en las situaciones reales de los pueblos y de la sociedad.

Y todo ello como defensa del ciudadano frente al atropello del poder mediático comercial y de propaganda. Una comunicación para la defensa de la autonomía de cada uno frente al invasor y que trata de aprovechar las debilidades. Se requiere una formación para la autodefensa comunicativa mediante la educación en los medios como los grandes dinamizadores de la sociedad actual, para los medios o cómo usarlos, analizarlos y hacerlos frente y con los medios o aprovechamiento del potencial comunicativo de los mismos. Es un aprender a ser, aprender a comunicarse e informarse para fomentar el trasiego de ideas, opiniones e informaciones que nos haga más libres a todos.

## 2. Tensión ideológica, económica y mediática de la globalidad

La cuestión que hay que abordar es la confrontación entre los procesos de globalización y de antiglobalización, el choque de dos mundos opuestos en el terreno ideológico, económico y mediático y atravesados, desde un planteamiento comunicativo, por la circulación y control de la información del propio enfrentamiento.

Detrás de la circulación de la información existen procesos de selección, valoración y tratamiento que responden a unos criterios determinados. Tales criterios se conocen como la ideología empresarial-profesional, responden a unos principios por los cuales se eligen unos hechos y se descartan otros. La información nacional e internacional ponen en funcionamiento determinados hechos relevantes y ocultan otros.

Durante los dos últimos años se han incrementado las reuniones de ámbito mundial o de grandes organizaciones mundiales. Frente a los planteamientos de estos grupos emergen otros unidos en torno al concepto de la antiglobalización. Los medios de comunicación se hacen eco de tales acontecimientos. Es frecuente que elijan los debates y propuestas de los grandes grupos y se centren no en la contraposición del debate que ofrecen los grupos de la antiglobalización sino en las actividades externas, en las manifestaciones y especialmente en los actos de violencia. Se informa tan ampliamente de éstos que al final de los hechos queda la sensación de que lo único promovido por los grupos antiglobalización es la violencia y no la contraposición ideológica. Se resalta la acción de unos y se oculta el debate ideológico planteado por los otros. Es una plasmación de cómo se entiende determinado periodismo imperante en la actualidad más atento al conflicto, a la fotografía de la sangre, que a la radiografía de las ideas, especialmente el medio de mayor penetración popular como es la televisión.

### 2.1. Enfrentamiento de posiciones

Se han creado dos puntos de referencia opuesta: Davos y Porto Alegre. El primero como la referencia de las reuniones de grandes mandatarios y empresarios y el segundo como la representación de quienes protestan contra los planteamientos de los primeros y la exigencia de otra globalización. Ambas referencias han adquirido matices y reorientaciones en los dos últimos años. Interesa ahora centrarnos en los procesos comunicativos que se plantean en ambos casos.

La localidad suiza de Davos es la referencia de las reuniones de la elite política, empresarial y cultural mundial y dentro de ella la vinculada al sector de la comunicación e información. Vienen celebrándose reuniones desde hace 31 años. En ellas se analizan las situaciones y se establecen las estrategias de futuro que tienden cada vez más a las alianzas y al estrechamiento de fuerzas para abarcar más espacio y hacer más rentables sus negocios.

Frente a esta organización de tecnócratas y econócratas emerge la internacional de la sociedad civil al margen de los partidos políticos. Aunque en su interior se han infiltrado todo tipo de grupos revolucionarios, libertarios, ácratas, violentos y antisistema, lo cierto es que cada vez se impone más el grosor del movimiento, la rebelión de la sociedad civil contra la mercantilización de la vida que pretenden imponer al mundo los gobernantes y dirigentes económicos y el reclamo de una mundialización de otros valores vitales como la solidaridad en pro de las personas y de la convivencia.

Todo esto es lo que se planteó en las reuniones de Seattle (EE.UU.) en diciembre de 1999 en contraposición a la Tercera Conferencia Ministerial de la Organización Mundial de Comercio (OMC) celebrada en la misma ciudad. Posteriormente se potenció en otras reuniones y finalmente centró su referencia en Porto Alegre (Brasil) mediante convocatorias simultáneas a las de los dirigentes. Para Edgar Morin las reuniones de Seattle quedan como el inicio del siglo XXI: "Seattle, que debía consagrar el irresistible avance de la mundialización tecnoeconómica, ha visto el nacimiento de un nuevo movimiento de escala y amplitud

mundiales.

El nuevo movimiento asocia un soberanismo de raíces, de cultura y de civilización (...) a una auténtica conciencia de los problemas mundiales así como a una nueva voluntad de actuar asociando a todos aquellos que están amenazados por la hegemonía de lo cuantitativo, de la rentabilidad, del beneficio y de la maximización" [2].

A partir de esa fecha ya no quedaron como único referente los Foros de mandatarios sino también los de los grupos sociales. Ya no quedaban planteadas sólo las pretensiones del bloque económico sino que aparecían las reivindicaciones de los bloques sociales.

El enfrentamiento no es tanto por la globalización cuanto por la forma de plantearla. La globalización económica impulsa un crecimiento enorme, innova los procesos de producción y genera nuevos bienes de consumo. El problema radica en cómo se distribuye esta riqueza y cómo se organiza el desarrollo. Es aquí donde emergen las discrepancias en las soluciones. Lo que se critica es el enfoque mercantil sobre el de los derechos humanos y el desarrollo social y cultural de las personas y sociedades. Lo que se busca es un mayor beneficio para todos y no sólo para unos cuantos que cada vez se enriquecen más mientras el resto se depaupera también más. La riqueza se concentra en menos grupos y la pobreza y miseria se amplía a más millones de seres humanos. Es un enfoque en el que sólo predominan los beneficios que comercializa a las personas y las convierte en objetos de consumo.

Y además de estar en contra de esta comercialización de las desigualdades se arremete contra la forma de realizar el desarrollo. En lugar del desarrollo sostenible como lo plantea la ONU se va hacia un desarrollo antiecológico y destructor de las bases naturales para el futuro.

Los enfrentamientos son en torno a todo tipo de cuestiones: agricultura intensiva y corrosiva, degradación de calidad de alimentos, de los medios naturales, de la biosfera, de la socioesfera. Aquí nos interesa centrarnos en el debate en torno a las tecnologías y medios de comunicación.

Uno de los elementos que integra esta globalización es el de las tecnologías y en especial el de las tecnologías de la información y de la comunicación concentradas en torno a las telecomunicaciones, la informática y la telemática que dan origen a los satélites, a las redes y en particular a Internet. Son unas tecnologías con dos caras opuestas. Por una parte, aportan capacidad de diálogo, de universalización de los temas, de acceso a la información, de impulso de estrategias de promoción de ideas diferentes a las dominantes y que fomentan la movilización rápida de los grupos dispersos por el mundo aunque con grandes afinidades. Por otra, también ofrecen dispositivos para un mayor control de la información, la explotación para otros intereses de los datos personales, la imposición de credos en la opinión pública, la eliminación de las particularidades y la ocultación de valores ajenos a la rentabilidad económica.

Estos choques evidencian que hay países, y sectores sociales dentro de esos países, que se encuentran en situaciones sumamente desiguales. Hay quienes gozan de la opulencia comunicativa con acceso a todo tipo de redes y de contenidos y servicios y otros, por el contrario, que se mantienen en la miseria comunicativa sin acceso a las redes mínimas como las telefónicas, ni por supuesto a Internet, ni a informaciones variadas sino sólo a las informaciones de la voz única o controlada de la televisión y de la radio. Sigue habiendo miles de millones de personas ajenas a las comunicaciones.

La comercialización de los contenidos y de la información conlleva una degradación de los mismos. Sólo se mantienen en red o en emisión televisiva aquellos contenidos que atraen audiencia, que son rentables publicitariamente y, por el contrario, desaparecen inmediatamente aquellos que no alcanzan la cuota de audiencia media de la cadena. Se olvida el servicio de la información como elemento de conocimiento de la realidad para dar prioridad al entretenimiento. La propia información se carga de espectacularidad, sensacionalismo y entretenimiento en detrimento de la rigurosidad. Las audiencias son consideradas como objetos de consumo, como cantidades con las que se comercializa, sin que interese para nada su desarrollo personal y, con frecuencia, ni siquiera su dignidad. Todo vale con tal de que atraiga audiencia y con ella publicidad, o en el caso de los canales públicos, electorado favorable a la idea que se promueve y a la opción política que se propaga.

## 2.2. ¿Aproximaciones?

Los atentados del 11 de septiembre de 2001 han supuesto algunos cambios importantes en los procesos comunicativos, aunque poco a poco se va rehaciendo la situación. Inicialmente hubo intentos e incluso imposiciones de control y autocensura en los medios a la hora de dar información sobre los hechos. Se ocultó la realidad de la muerte, la plasmación en las imágenes de cadáveres, en la muestra de las consecuencias. No se ha dejado captar con cámaras la realidad, salvo algunas excepciones.

Mayor envergadura ha tenido la penetración del enfoque americano en todo el proceso. El planteamiento del terrorismo se ha hecho desde el lado americano, se ha empleado la CNN para la difusión de su punto de vista. La presencia de Al Yazzira ha permitido contrarrestar en parte la visión excluyente y demonizadora que se hacía contra el pueblo árabe.

En enero de este año se celebró la reunión del Foro Económico Mundial en Nueva York como apoyo a la ciudad tras los acontecimientos del 11 de septiembre. En ella se abordaron las repercusiones y cambios que se habían producido a partir de dicha fecha, los planteamientos antiterroristas, la crisis económica desatada y la división entre los sectores ricos y los desamparados. Todo ello controlado por más de 4.000 policías. El temor no era sólo a nuevos atentados, sino también a las manifestaciones de quienes se pronunciaban en contra de las ideas y planteamientos que se defendían por los líderes políticos y económicos.

Simultáneamente se celebraba en Porto Alegre el segundo Foro Social Mundial, una cumbre en paralelo y en contraposición a la de Nueva York.

Son dos mundos claramente opuestos al estilo de lo que en otras épocas fueron el capitalismo-comunismo, derecha-izquierda y que ahora emerge en torno a la confrontación de la globalización. El primero basa su planteamiento en lo económico amparado en la corriente neoliberal dominante. El segundo en lo social apoyado por las corrientes de organizaciones no

gubernamentales. Más que hablar de globalización-antiglobalización sería preferible insistir en dos maneras de entender la globalización. Davos impulsa la idea de la globalización económica y del mercado. Porto Alegre defiende la idea de la cooperación y de la solidaridad. La primera es la globalización imperante, real y presente en la actualidad. La segunda es la globalización de lo ideal, sin presencia real, por eso se habla también de globalización alternativa como búsqueda de otra dimensión más humana y social. Es la contraposición de un realismo feroz y un idealismo ilusionante.

También los atentados del 11 de septiembre pusieron otros elementos encima de la mesa. Tales hechos tuvieron gran repercusión en el mundo económico: orientación del dinero hacia la seguridad, crisis del sector aéreo, incremento de gastos en los seguros, inicio de una guerra duradera con todas las implicaciones de muertes humanas, costos económicos, tensiones políticas, radicalización de ideas y nuevas concepciones del terrorismo como puede apreciarse estos días en el enfrentamiento entre israelíes y palestinos. Se ha sometido a revisión un conjunto amplio de cuestiones: revitalización de los Estados como epicentros de la globalización, coaliciones para la lucha contra el terrorismo y revisión del debate, aunque en menor escala real, en torno a las causas que propician la violencia: aprovechamiento de los recursos ajenos para beneficio propio y quebranto ajeno, incremento del hambre y miseria mundial, crecimiento de las desigualdades en todos los órdenes de unos países en relación con otros. Los países desarrollados son cada vez más opulentos, mientras que grandes zonas de África, de Asia y de América Latina se hunden en la pobreza.

Las cosas también cambiaron a partir del 11 de septiembre de 2001 en los dos ámbitos de las reuniones citadas. Se mantenía el enfrentamiento pero asimismo hubo aproximaciones. La reunión político-económica de Nueva York se abrió a las ideas de Porto Alegre. Varios conferenciantes abogaron por los planteamientos sociales. En Porto Alegre también hubo cambios importantes. Se evitó la imagen de violencia y antimoderación de situaciones anteriores y todo se centró en el debate ideológico y en las reivindicaciones sociales.

Porto Alegre estuvo presente en Nueva York y Nueva York se introdujo en Porto Alegre. Esto dio sensación de cierto encuentro y aproximación para entablar juntos el debate y buscar soluciones. Un editorial de El País insistía en esta idea: "La antiglobalización ha triunfado, en cierto modo. Sus preocupaciones se han incorporado plenamente a los debates del Foro Económico Mundial celebrado este año en Nueva York; la necesidad de reducir las desigualdades, en las sociedades y entre sociedades; la lucha contra el sida; la búsqueda de una gobernanza global; un programa de cooperación con África. Porto Alegre y Davos tienen hoy mucho más en común que el año pasado. No conviene perder esta oportunidad". [3]

Los medios de comunicación también han sometido a revisión sus planteamientos. Hasta hace poco tiempo al referirse a las reuniones de los líderes mundiales se hablaba de análisis y de propuestas de ideas, mientras que al mencionar las reuniones del Foro Social se resaltaba el aspecto de los "activistas antiglobalización". En el primer caso se daba información de los líderes y de la violencia de los grupos manifestantes en el lugar. En el segundo caso, apenas se entraba en las ideas debatidas y se insistía en las propuestas y actividades violentas de algunos de los grupos. Sin embargo, la nueva situación ha llevado a los medios de comunicación a resaltar cada vez más las diferencias económicas, sociales y culturales de los dos mundos y contraponer la miseria de unos frente a los despilfarros y corrupciones de otros.

Se aprecia, pues, una multiplicación de reuniones de alcance mundial en torno a temas similares aunque con participantes distintos. Todo ello pone de manifiesto la creciente preocupación por parte de unos y otros en buscar soluciones a unos problemas que se agudizan con la globalización y que requieren soluciones diferentes.

### 2.3. Foros sociales locales

El Foro Social Mundial de Porto Alegre está regionalizándose para plantear las peculiaridades de cada lugar. Lo mundial sirve para las visiones globales, pero es preciso combinarlo con la observación de la cuestión desde las dimensiones locales.

El 2 y 3 de marzo de este año se celebró el Foro Social de Barcelona como preparación contra la Cumbre del Consejo Europeo bajo la Presidencia de España que se desarrollaría a las dos semanas siguientes. El objetivo era organizar las propuestas alternativas. El lema era: "Por otra globalidad. Una mundialización democrática, social y sostenible". Se debatió en torno a tres ejes: la globalización y los derechos humanos, los efectos de la globalización sobre la vida cotidiana y las democracias participativas. Todo con un objetivo final: consensuar propuestas que constituyeran alternativas al modelo de la globalización neoliberal.

Un miembro del MRG (Movimiento de Resistencia Global), Javier García, descubría en unas declaraciones el trasfondo de la confrontación comunicativa en sus diversas manifestaciones y estrategias: "Filman (la policía) nuestras reuniones en sedes legales, nos exigen el DNI a la salida, graban desde el exterior las conversaciones, abren nuestra correspondencia, intervienen los teléfonos y los e-mail y efectúan visitas intimidatorias a los domicilios. Es un despilfarro de dinero público, todo lo que discutimos y aprobamos está en la Red". Por el contrario, los representantes de la policía reclaman: "No conculcamos derechos, sólo recabamos la información necesaria para nuestro trabajo" [4].

Del 11 al 13 de este mes de mayo el Parlamento Juvenil Glocal se reunió en Roma organizado por Ciudad Global Metro-Glocal Forum. La reunión estuvo financiada, entre otros grupos, por Metro Internacional, el grupo editor de periódicos gratuitos más importante del mundo. Los jóvenes asistentes, elegidos tras un concurso de redacción, eran representantes de ciudades en las que se edita el diario gratuito Metro. Participaron en un Forum con los alcaldes de 23 grandes ciudades del mundo y con representantes de Organizaciones No Gubernamentales y otras personalidades. Los temas abordados giraron en torno al medio ambiente, la educación, el conflicto, la delincuencia, el multiculturalismo, la tecnología, el desarrollo económico y el gobierno local. Dentro de la tendencia a la globalización las ciudades se constituyen en centros de producción económica y de cultura. Por este motivo se centran en una concepción de lo glocal de gran interés. La glocalización, como síntesis de lo global y lo local, permite afrontar problemas globales desde ámbitos locales como las ciudades y aportar otra vía al desarrollo planetario. Uri Savir, Presidente del Forum Glocal y Director del Centro para la Paz Simon Peres de Tel Aviv definía el alcance de la glocalización: "Las ciudades pueden atraer oportunidades globales y simultáneamente deben proteger los intereses y las necesidades locales. El gobierno municipal, por naturaleza pragmático, tiene rasgos y tendencias comunes en todo el mundo con independencia de las distintas estructuras nacionales e ideológicas".

"Nos hemos embarcado en la exploración de la glocalización como un nuevo intento para que los protagonistas globales, tanto

privados como públicos, puedan acercarse y entender mucho más los intereses locales, las culturas nacionales y las identidades propias" [5].

En sus conclusiones propusieron la creación de una red supranacional para trabajar junto a la ONU y el G-8 y afrontar las desigualdades sociales. Para ello pondrán en marcha un programa de desarrollo de las tecnologías de la información en los países pobres e incentivar la vinculación de los ciudadanos con sus líderes políticos.

La superación de la confrontación no está en la fuerza física, en la violencia, sino en el poder de la comunicación. Las imágenes de la violencia ponen a la sociedad en contra del movimiento, se pierde la opinión pública. Y lo primero que hay que hacer es ganar la opinión pública con estrategias informativas y comunicativas pacíficas en unos momentos de diversas manifestaciones terroristas. Si no se gana la globalización por la vía de la comunicación hay poco que hacer. El objetivo es impulsar por todos los medios los planteamientos de la globalización que se quiere.

Esto es una batalla comunicativa global que habrá que plantearla a nivel mundial y ejercitarla a niveles locales, conseguir en cada punto la orientación social de la democracia frente a la imposición capitalista. Los medios son los recursos de impulso de esta ideología democrática y participativa de la sociedad.

Porto Alegre y Davos, así como otro tipo de convocatorias anuales o de otra periodicidad, marcan unos hitos, unos balances, unos objetivos para el futuro. Pero interesa mucho más la acción cotidiana, la lluvia fina que empape poco a poco en lugar de la acción torrencial que se lleva todo por delante y apenas beneficia a la tierra.

### **3. Información de los procesos de la antiglobalización por los medios integrados en la globalización**

Las confrontaciones apuntadas tienen su resonancia informativa en los medios de comunicación. Tradicionalmente la han enfocado desde su integración empresarial en los procesos de la globalización mediante la creación de grupos multimedia nacionales y multinacionales y, por tanto, como parte implicada, aunque traten de mostrar aparentemente una actitud de neutralidad.

La información se mundializa. Las grandes agencias dinamizan la información aunque se mantienen en sus postulados tradicionales: mirada desde el Norte sobre los asuntos que conciernen a los demás. Difunden información de sus países y captan y distribuyen las de los demás según las implicaciones de los propios intereses y de los gobiernos respectivos.

Durante los últimos años emergen los canales internacionales de información televisiva con la CNN Internacional a la cabeza con una orientación similar a la de las agencias: dan más información de otros países, pero siempre tamizada por los puntos de vista de su línea editorial interesada. Hay una supremacía de los canales de los países desarrollados frente a los menos desarrollados y con ello una imposición de su simbología, pensamiento e intereses. Son flujos informativos que no admiten la democracia del diálogo y debate, sino que difunden en una sola orientación.

Es preciso organizar y expandir la globalización simbólica plural en la que estén representadas todas las culturas y no sólo las imperantes. Mientras esto no se logre podrá hablarse de circulación mundial de información, o mejor dicho, de determinada información, pero no de comunicación global.

Los grandes medios de comunicación se movilizan para dar información de los Foros Económicos y de los Foros Sociales antiglobalización. Periódicos, emisoras de radio y de televisión despliegan abundantes recursos para la cobertura de los actos como un gran acontecimiento mundial. Los medios del país se desplazan al lugar de las reuniones para transmitir en directo sus programas de noticias, elaborar los reportajes y realizar las entrevistas. Cuando tienen que salir a otros países también desplazan a corresponsales de la zona y se les refuerza con enviados especiales o se envían unidades móviles para seguir a las personalidades del país. La Cumbre en Barcelona de los 28 Jefes de Estado y Presidentes de Gobierno europeos fue cubierta por Televisión Española mediante 250 profesionales, 40 cámaras. 8 unidades móviles, una unidad de grabación con 18 vídeos, 10 unidades ENG y dos set para presentaciones. Para cubrir la manifestación antiglobalización se emplearon cinco equipos ENG y un helicóptero. Era la televisión que producía la señal institucional para el resto de canales.

Las emisoras de radio también hicieron un gran despliegue. Radio Nacional de España, la emisora pública, informó en Radio 1, Radio 5 Todo Noticias, Radio 4 (emite sólo en Cataluña) y Radio Exterior. Dio señal institucional a otras 50 emisoras españolas y extranjeras en cuatro idiomas. Se utilizaron tres unidades móviles para informar de las manifestaciones antiglobalización.

Cada medio da su interpretación informativa y una imagen de los hechos. No es de extrañar que los propios grupos antiglobalización manifiesten su descontento por el trato que se les da. En concreto los organizadores del Foro Mundial Social de Porto Alegre acusaron a las cadenas de televisión de Estados Unidos de tergiversar sus mensajes y de ofrecer una imagen negativa del evento frente a la imagen positiva del Foro Mundial Económico que se celebraba en Nueva York. La acusación iba al núcleo central de la información al denunciar e instar a luchar contra la "dictadura de los grandes medios de comunicación y a favor de una información libre".

El debate apareció inmediatamente en la conferencia de Porto Alegre sobre "Democratización de las comunicaciones y los medios". Se resaltó que las grandes cadenas de televisión ejercen un "monopolio" sobre la información que circula por el mundo y contribuyen a constituir un mecanismo de dominación. Se aportaron algunas cifras elocuentes: el 60 % de la información es recibida por los ciudadanos del planeta, directa o indirectamente, a través de las grandes cadenas de televisión de EE.UU.

Hasta hace unos meses campeaba exclusivamente la CNN Internacional en la transmisión global de los grandes acontecimientos mundiales. Alrededor del 11 de septiembre de 2001 nació la contraposición mediática de mayor envergadura mundial. Frente a la omnipresente y única gran cobertura mundial de la CNN surgió desde el mundo árabe la televisión Al Yazzira, un canal situado en el pequeño Estado de Qatar que consiguió dar otras imágenes de los movimientos de enfrentamiento de EE.UU. contra Afganistán. Por primera vez se creaba una confrontación mundial de puntos de vista sobre el mismo acontecimiento. No fue tanto un debate en contra de la CNN, cuanto la emisión de imágenes no difundidas hasta ese momento y plataforma de los vídeos de los talibán y de Bin Laden. Era el enfoque de una alternativa en la que se mostraba la ideología, el pensamiento del otro punto contendiente.

Las imágenes de Al Yazzira también dieron la vuelta al mundo por los diversos canales de televisión. La cobertura de la guerra y las proclamas de Bin Laden captadas en vídeo y difundidas por la emisora la lanzaron al conocimiento mundial y despertó las iras de Estados Unidos al verse cuestionado y contrainformado por una emisora ajena y considerada enemiga. Otros Estados Árabes también manifestaron su desconfianza hacia esta emisora por considerarla favorable a los grupos musulmanes radicales. De hecho, el heredero saudí, Abdala Ben Abded, la acusaba de ser una tribuna de los terroristas y de "arrojar en el descrédito a los países del Golfo, amenazar la estabilidad del mundo árabe y enaltecer el terrorismo" [6]. Tales procesos han hecho que Al Yazzira se haya situado en el ojo del huracán como señalaba en un artículo el periodista argelino K. Selim en El País [7].

Con este choque emergieron también los planteamientos informativos y comunicativos que sustentan la visión de ambos mundos. El Gobierno americano trató de impedir la divulgación de tales imágenes con el pretexto de que escondían mensajes que iban directamente a los terroristas, pero en ningún momento se mostró nada que lo confirmara. Era la estrategia del control comunicativo y de la censura a los medios. Los canales de televisión se ampararon en la responsabilidad pública para no emitirlos pero más bien se trataba de una autocensura. Es decir, en cuanto se aprecia un ataque serio a los postulados de la gobernación mundial de EE.UU. inmediatamente se contraataca y se pulveriza a los oponentes.

#### **4. La contrainformación antiglobalizadora como proceso de comunicación alternativa**

Los movimientos antiglobales tratan de desarrollar sus propias estrategias de difusión de ideas, planteamientos y reivindicaciones. Ofrecen proyectos alternativos. En unos casos para exigir unas condiciones mínimas de vida como es la reivindicación de los Foros sociales para que la riqueza llegue a los más desvalidos y a los lugares donde impera la pobreza y la miseria.

En otros casos se plantean alternativas dentro de los países desarrollados para renovar los planteamientos ideológicos y sociales frente a los grupos gobernantes. Se crean Fundaciones de reflexión, laboratorios de alternativas, centros de análisis y propuestas que dinamicen la vida social y que fomenten valores contra actitudes emergentes en algunos países europeos de intolerancia, xenofobia e insolidaridad con inmigrantes. Son amenazas crecientes que desbordan los ámbitos nacionales y se instalan en territorios continentales como ocurre en estos momentos en Europa con la presencia de grupos radicales y extremistas de derechas contra la inmigración. La alternativa pasa por el fomento de espacios interculturales ante la ausencia de integración y de mantenimiento por parte de algunos grupos de sus planteamientos religiosos radicales, costumbres y formas de vida a veces en contra incluso de la Constitución del país receptor y que reivindican la antiintegración y el mantenimiento puro de su ideología fundamentalista.

Lo que descubren estas orientaciones es la forma de comunicar estos procesos. Las cámaras y micrófonos de la globalización captan las manifestaciones de los antiglobalización y montan las imágenes según el enfoque periodístico de la globalización e integración en el poder. Faltan las cámaras, micrófonos y medios de difusión de la antiglobalización para que sus ideas tengan la repercusión deseada y que se igualen a las que defienden los partidarios de la globalización.

En este sentido emerge la denominada "cultura subversiva" que se manifiesta ante los foros económicos. Tratan de captar la atención de las cámaras para que difundan por los medios de que ellos no disponen sus propuestas. Trabajan con el factor sorpresa, no buscan la fama individual sino que se mantienen en el anonimato, trabajan por la reivindicación de conjunto.

Los medios integrados en la globalización siempre tienen el control sobre los grupos antiglobalizadores que no disponen de los mismos medios. Por tanto, la imagen que se propaga de ellos no está controlada y difícilmente pueden hacer planes de comunicación de diseño propio, sino que tienen que crear estrategias para que los otros medios se hagan eco de sus actividades. El riesgo que se ha corrido ha sido evidente. Los medios integrados en la globalización han reforzado las imágenes de violencia de la antiglobalización y apenas han acudido a los representantes para que dieran sus opiniones. De este modo se ha generado en la sociedad una imagen negativa para el movimiento.

No obstante, durante este último año, especialmente en el II Foro Social de Porto Alegre y en el de Barcelona se buscó la separación tajante respecto de los grupos violentos para llegar con el mensaje más claro a la sociedad sobre lo que se pretende.

Los grupos antiglobalización han encontrado en Internet un aliado importante desde las manifestaciones de Génova en Italia hasta las de Seattle en Estados Unidos y las de Porto Alegre en Brasil; los dos foros de la globalización-antiglobalización se manifestaron frente a frente en Internet [8]. Mayor enriquecimiento tuvieron en el Foro Social de Barcelona. Se consiguió romper con la acusación de violencia de la antiglobalización. Las webs creadas por estos grupos denunciaron el espionaje al que estaban sometidos los grupos antiglobalización por la policía [9]. Los organizadores buscaron manifestaciones pacíficas. Para ello se separaron de otros grupos violentos. Y se crearon estrategias por Internet algunas con referencias tan claras como la de "vigilando al vigilante"; se recibían informaciones de diversas organizaciones que habían descubierto infiltraciones de policías. Lo importante era la investigación efectuada para ofrecer más datos del espionaje policial sobre el movimiento antiglobalización en Internet. Se difundieron vídeos en los que se delataba la presencia de policía dentro de los propios grupos manifestantes disfrazados de antiglobalizantes.

Se aprovechó Internet para convocar protestas pacíficas bajo el lema "Movimiento contra la Europa del Capital", durante la cumbre de la Unión Europea. Surgieron múltiples portales en España y en otros países: Indymedia, Observatorio Global, Nodo50, Acción Internacional de Estudiantes, Plataforma virtual Red de contrainformación UE 2002. Había una acción conjunta más allá de las informaciones y estrategias particulares de cada uno de los portales sostenido por grupos diferentes. Se reproducían los mismos lemas. El portal Pangea fue el organizador y alojó en su web el manifiesto de la campaña, consejos a los manifestantes en cinco idiomas sobre cómo ir vestidos, qué hacer ante las cargas policiales e información sobre los derechos de quienes fueran detenidos. Otros canales incluían proclamas del siguiente talante: "¡Hagamos de Barcelona una telaraña de resistencias!".

La prensa como medio ha desarrollado estrategias globalizadoras con una experiencia de servicio y laboral entre los más necesitados. En 1994 se creó la Red Internacional de Periódicos de Calle que en la actualidad está presente en 23 países con 45 periódicos. Es una organización en red y que adquiere dimensiones transnacionales. Se la ha denominado Transnacional de

los pobres. Varios miles de indigentes viven de esta experiencia. La red alcanza una tirada de más de 25 millones de ejemplares al año. El mes pasado celebró su congreso anual en Madrid. Cada país vive su vicisitud particular, pero en todos aparece la idea de promover esta actividad como una manera de crear trabajo para los parados. La elaboración la efectúan periodistas y la distribución y entrega en las calles la realizan otras personas en paro. Los beneficios del proyecto se reinvierten en otros proyectos de apoyo a los vendedores. Se pretende ofrecer un producto de calidad informativa y de orientación social en su línea editorial. Ahora son los medios tradicionales los que arremeten contra ellos por ser gratuitos y destruirles el negocio de la venta.

## 5. Plan de comunicación global de la solidaridad y defensa del ciudadano

La globalización como tal sólo aparece en el desarrollo de algunos países como Estados Unidos que han conseguido instalarla como estrategia y forma de vida. Ha desplegado su tecnología por todo el mundo, mientras los demás países siguen discutiendo sobre cómo organizar el desarrollo y la conveniencia o no conveniencia, utilidad o inutilidad frente a otras; elaboran informes, discuten normativas y cuando quieren llegar han transcurrido varios años. Europa fracasó con su gran programa sobre la alta definición de la televisión y frena el desarrollo de las televisiones digitales al no acordar un descodificador común o competitivo. Por el contrario, Estados Unidos impulsa sus plataformas de comunicaciones y canales de televisión para que aparezcan en las plataformas y organizaciones comunicativas de gran parte de los países. Por el contrario, en su territorio apenas penetran canales ajenos, salvo algunos hispanos orientados también sólo a hispanos, pero sin implantación comunicativa en los demás grupos estadounidenses.

Son dos visiones muy contrapuestas y que tienen su plasmación en las estrategias de globalización. Estados Unidos ha apostado de entrada por la innovación técnica y por la expansión mundial. Sus empresas se han hecho globales, algunas de ellas manejan unos presupuestos superiores a los de la inmensa mayoría de los Estados. Si encuentran dificultad en un país, se trasladan a otro. Sus capitales financieros recorren el mundo sin freno. Es el país de la globalización comercial y enriquecedora para quienes la disfrutan.

Pero no debe incurrirse en inmovilidades ofuscadoras. El sistema cambia y las estrategias se modifican. No deben hacerse planteamientos de pasado para situaciones nuevas y diferentes. Hubo una época en la que se identificó la globalización (satelización en la denominación del momento) con la uniformización de las culturas, con la hegemonía de lo americano, o "imperialismo yanqui". Pero en la actualidad se aprecia que no es del todo exacto y que emerge también la globalización de las identidades particulares.

Se observa que aparecen otros actores y en algunos casos otras hegemonías. India tiene una producción cinematográfica superior a la de Estados Unidos. Las telenovelas de América Latina se programan en la inmensa mayoría de los países europeos y en Estados Unidos. Los equipos electrónicos y de comunicaciones japoneses tienen mayor penetración mundial que los estadounidenses. Europa está exportando en estos momentos las ideas más renovadoras de la televisión multimedia con experiencias como Gran Hermano, Operación Triunfo y otros concursos. Los programas de mayor éxito en la actualidad son las de las telecomedias nacionales.

Emergen otras modalidades de organizaciones empresariales en las que el dominio absoluto tampoco es de Estados Unidos. La empresa francesa Vivendi se ha unido a la americana Universal y lidera el grupo. Algo similar ocurre con la alemana Bertelsmann que se ha convertido en un gran grupo cultural en Estados Unidos. Telefónica (de España) se expande por América Latina superando a las empresas americanas.

Las empresas americanas ante el creciente rechazo que sufren han emprendido una estrategia nueva como es la de la adaptación a las situaciones de cada uno de los países. La poderosa CNN logra acuerdos con canales de diversos países para organizar una oferta nueva en la que se combina la concepción de la información internacional y global con la información del país correspondiente; de hecho la elaboración de la información en estos lugares corresponde a periodistas locales. Este es el modelo que se desarrolla en España mediante la marca CNN +, como ejemplo claro de lo local.

Por tanto, no deben darse palos de ciego atacando lo global cuando esto ha emprendido ya otro rumbo. Surgen estrategias que modifican el escenario anterior.

En los procesos de globalización hay un choque entre la rapidez del despliegue tecnológico como cultura material con la lentitud en la asimilación social como cultura inmaterial, salvo excepciones como ha ocurrido con la tecnología móvil que ha sido una de las de más acelerada implantación en todas las sociedades. Ahora se trabaja en la expansión de esta tecnología para coberturas mundiales mediante la creación de constelaciones de satélites como Globalstar que va superando las vicisitudes que tuvo anteriormente la constelación Iridium. De este modo la proximidad se hace inmediata para quienes tienen que mantener contacto permanente con su empresa o institución o con sus familiares independientemente del lugar en el que se encuentren. La globalización se hace próxima para los usos cotidianos.

El cambio de la globalización se orienta hacia la promoción de las culturas diferentes tanto para profundizar en ellas mediante procesos de localización como para globalizarlas a otros ámbitos mediante procesos de difusión universal. Los satélites llevan a los espacios locales las culturas externas, las culturas de otros países, las culturas universales por identidad con el ser humano o por la implantación de unos códigos determinados como ha sucedido con la cultura cinematográfica de las películas y telefilmes de Hollywood que ha creado una sensibilidad y ha implantado unos ritmos narrativos determinados; han universalizado la cultura. Pero también se aprecia cómo, cada vez más, las culturas regionales y locales de los países están presentes en diversos canales de las plataformas de comunicaciones nacionales e internacionales. Desde un país salen al resto del mundo canales regionales de televisión en los que se ofrece la información, vida y cultura local a otras personas del lugar que viven en otros países o a turistas que han pasado algún tiempo en estos lugares o a cualquier persona interesada por esta cultura y estilo de vida.

La mayor representación de la globalización de las diferencias culturales emerge en Internet. Todo cuanto aparece en Internet deja de ser local para convertirse en universal y las estrategias universales se convierten en personales. Cada usuario, independientemente de la parte del mundo en la que se encuentre, navega por la red y salta indistintamente de un punto a otro. Es la red de la globalización y además la red que puede potenciar las diferencias culturales de los países, de cada comunidad



hasta llegar a las diferencias personales. Cada usuario recibe de cualquier parte del mundo la información subida a la red y, viceversa, su sitio web, su información particular, una vez que la pone en la red puede ser recibida en cualquier parte del mundo conectada a la red. Las identidades regionales y locales, la defensa de los derechos humanos y demás actividades de las ONG's, los grupos minoritarios, las asociaciones reivindicativas encuentran en Internet su difusión global. Internet acumula lo global y lo particular, lo genérico y lo diferente.

Son movimientos que están modificando, desde la perspectiva de la comunicación, los escenarios de la globalización anteriores y tal como se entienden en los planteamientos económicos y financieros. Gracias a las redes de comunicaciones hay trasiego de ideas, de debates, de presencia sin censura de cualquier contenido incluso de los ilícitos y de los nocivos.

La cuestión no es de procesos de comunicación sino de disposición de las redes y del control de las redes. Lo grave es que hay miles de millones de personas que no tienen acceso ni siquiera al teléfono y mucho menos a Internet. Es el efecto de las desigualdades económicas y tecnológicas que repercuten en las desigualdades comunicativas.

Y a pesar de que se disponga de los accesos a las redes sigue habiendo intermediarios que controlan los procesos como ocurre con los servidores que establecen las interconexiones. Es en este punto donde la red tiene su talón de Aquiles para la plena globalización real e igualitaria. Hay países que dependen en gran parte de los servidores de otros países y a su vez los usuarios están mediados por los servidores a los que están conectados.

Para hacer frente a este cambio se requieren nuevos diseños. Es importante la movilización de la sociedad civil, pero también es la hora de reclamar a los partidos políticos para que amparen y enriquezcan los derechos cívicos universales y a los sindicatos para que aboguen por los derechos sociales mundiales.

En este sentido se insiste en la necesidad de implantar una educación como base del desarrollo de los pueblos y de fomentar una comunicación de diálogo social, de encuentro, de debate público para plantear las cuestiones de cada uno y buscar entre todos las soluciones. No importa tanto el desarrollo de tecnologías que lo propicien cuanto el cambio de mentalidad, la búsqueda de modelos diferentes que empujen la creatividad y la participación.

Se requiere, pues, el diseño de un plan de comunicación global. Un plan que tiene que ser la plasmación de la ideología, fundamentos, objetivos y fines del movimiento de la comunicación alternativa. Hasta que esto no se organice habrá movimientos de mayor o menor fuerza, con mayor o menor continuidad, pero sin una visión comunicativa global.

El problema grave es la dispersión del movimiento, la heterogeneidad de objetivos y propuestas, la división de estrategias. Para evitar la desorientación comunicativa e informativa hay que conseguir que cada grupo o grupúsculo del movimiento deje de comunicar de manera aislada y lograr que toda la acción informativa y comunicativa se organice con cierta unidad y coherencia para que la información vaya orientada en la misma dirección y objetivos, se delimite el qué se quiere comunicar, el cómo y a quiénes.

### **Conclusiones y propuestas**

La comunicación alternativa ya ha conseguido algo importante. El Foro de Porto Alegre y los demás Foros Sociales mundiales y locales han alcanzado tanta notoriedad pública como los Foros Económicos a pesar de llevar ya más de treinta años. Se ha producido una estrategia informativa en la que se han corregido algunos de los elementos negativos del primer momento como fue el de la excesiva presencia de la violencia en las imágenes difundidas por los medios.

La comunicación global de la solidaridad no debe quedarse en una presencia "anti", sino que debe pasar a defender de manera positiva unos principios y unos valores sociales de gran envergadura.

A continuación se ofrecen 10 conclusiones-propuestas para el debate y sugerencias sobre la comunicación alternativa y en particular sobre el aspecto abordado en esta conferencia:

**1. Resituación del planteamiento en el nuevo ecosistema comunicativo.** Es preciso plantear la defensa de la globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos en la encrucijada de medios tradicionales y de la situación multimedia actual para establecer estrategias de usos separados y combinados. Hay que pasar de diseños aislados por cada medio a diseños multimediáticos en los que se establezcan las estrategias comunes y se saque el máximo provecho de las aportaciones propias y complementarias de cada medio, saltar de las comunicaciones por línea a las comunicaciones en red con todos sus nudos, cruces y vinculaciones. El objetivo es establecer una malla comunicativa en todos los ámbitos territoriales físicos para la interconexión cultural omnipresencial.

**2. Búsqueda pluralista de propuestas según la situación de cada país y según el planteamiento de las organizaciones internacionales.** Hay que universalizar el planteamiento. Frente a la globalidad el mejor remedio es la organización en red comunicativa global, dar el salto de cada país a la unidad de todos los grupos vinculados por las mismas cuestiones. En nuestro caso con los movimientos de defensa de la globalidad comunicativa en pro de la solidaridad y del ciudadano. Es la necesidad de armonizar lo particular y lo universal como resaltaron Mattelart y Piemme: "Así, pues, una práctica alternativa de la comunicación tiene la tarea de realizar la dialéctica de lo particular y de lo universal garantizando al mismo tiempo la presencia y el debate de los diferentes grupos o movimientos en cuestión. Unir estos eslabones entre sí es el único camino para concretar la cadena del sentido entre lo que afecta a cada cual y lo que afecta a todos" [10].

**3. Organización y control comunitario y asociativo.** Es necesario un cambio democrático en los modelos de control, un salto de la representación exclusivamente política a otras de mayor abanico democrático: organizaciones sociales, laborales, culturales. Para una acción más global es preciso reforzar las Asociaciones Internacionales de comunicación alternativa para que hagan frente a los grandes grupos multimedia mundiales.

Es imprescindible definir y profundizar en la democratización real de los medios públicos. Si se alcanza este objetivo ya no queda espacio a lo alternativo, puesto que todo deberá estar involucrado en el mismo. Pero si esto resulta utópico, profundícese en el alcance de lo alternativo. También el propio movimiento alternativo tiene que tener su control democrático de promoción y

vigilancia para que no sea secuestrado por parte de un grupo o entregado a grupos políticos, económicos u otros con intereses ajenos al grupo promotor del medio.

**4. Cooperación de organizaciones, de medios y participación de todos los integrantes del grupo.** También en este caso se requiere un planteamiento alternativo. No se trata de audiencias, de públicos ajenos, sino de todos los implicados en el tema y además un conocimiento de aquellos grupos o personas potenciales que puedan unirse al proyecto. Hay que establecer redes de intercambio, usar Internet como agencia informativa, el satélite como recurso de difusión e intercambio. Se requiere desarrollar al máximo la cooperación entre todas las organizaciones implicadas en estos procesos.

**5. Incorporación en las organizaciones mundiales y en especial en la ONU.** Es necesario formar parte de los grandes organismos mundiales para conseguir su reorientación hacia la exigencia e implantación de una sociedad solidaria y justa que defienda a los ciudadanos como miembros de la sociedad civil universal, de una comunicación en igualdad de posiciones y de una información en red plena para todos.

**6. Apoyos económicos-financieros.** Reclamación de apoyos a los medios de comunicación públicos y alternativos por parte de los organismos internacionales como la Unión Europea, OEA, UNESCO. Se trata no sólo de sobrevivir físicamente sino de comunicarse, de romper los aislamientos mediante la comunicación y potenciar la unión de voces. El apoyo financiero no es para rentabilizar económicamente el proyecto sino para la rentabilidad social, cultural, educativa. Precisamente este será uno de los enfoques que la investigación sobre la eficacia del mismo debería tener.

**7. Fomento de nuevos modelos comunicativos.** Creación de nuevas relaciones entre todos los participantes en los procesos comunicativos. Habrá que experimentar modelos auténticamente multidireccionales, desarrollar el modelo de Internet para pasar de las comunicaciones por red a auténticas comunicaciones en red [11] como sucede con los modelos conversacionales.

**8. Impulso de contenidos y tratamientos experimentales.** El riesgo de lo alternativo es trabajar con los mismos contenidos que los medios tradicionales. Se requiere modificar los criterios de selección y valoración planteando previamente el sistema de valores que se quiere defender y a partir de ellos establecer las consecuencias para todo tipo de programas y de tratamientos.

**9. Necesidad de plantear un nuevo campo de investigaciones conjuntas e internacionales para el diseño de estrategias y desarrollo de la comunicación comunitaria y alternativa.** Se trata del planteamiento de investigaciones globales y locales. Ante todo sería oportuno elaborar un informe de situación sobre la diversidad de experiencias, tendencias y resultados que permitan hacer diseños integradores e internacionales.

**10. Nuevos enfoques de formación.** Junto a los planteamientos predominantes de la formación comunicativa para los negocios y para el servicio público es necesario un nuevo enfoque de formación ciudadana para la recepción, interactividad, interacción, activismo social y otros usos de los medios de comunicación mediante la generación de modelos de comunicación diferentes a los implantados.

En suma, una formación de comunicaciones alternativas no con enfoques de exclusividad o de imposición de una sola alternativa, al estilo, aunque de signo opuesto, de los modelos de medios establecidos, sino de enfoques pluralistas en los que quepan todos los grupos sociales, culturales y comunitarios, tengan el planteamiento que tengan, dentro del sistema democrático. Una formación pluralista, democrática y de auténtica comunicación como ya planteaba, respecto de la radio, Bertolt Brecht en 1932: "La radio sería el más fabuloso aparato de comunicación imaginable de la vida pública, un sistema de canalización fantástico, es decir, lo sería si supiera no solamente transmitir, sino también recibir, por tanto, no solamente hacer oír al radioescucha, sino también hacerle hablar, y no aislarle, sino ponerse en comunicación con él. La radiodifusión debería en consecuencia apartarse de quienes la abastecen y constituir a los radioyentes en abastecedores". [12].

## NOTAS

[1]. Real Academia Española: Diccionario de la lengua española. Vigésima segunda edición. Espasa Calpe, Madrid, 2001.

[2]. MORIN, Edgar: "El siglo XXI empezó en Seattle". En El País, 10-12-1999.

[3]. El País: "Porto Alegre en Davos", 4-2-2002.

[4]. Ramón LOBO: "Porto Alegre viene a España". En EL País, 3 de marzo de 2002.

[5]. Metro Directo, Madrid, 7-5-2002.

[6]. El País, 18-1-2002.

[7]. 2-11-2001.

[8]. Cada uno de estos foros tuvo su web. El Foro Económico Mundial: [www.weforum.gov](http://www.weforum.gov) y el Foro Social Mundial: [www.forumsocialmundial.org.br](http://www.forumsocialmundial.org.br)

[9]. [www.pangea.org/campanyaUE](http://www.pangea.org/campanyaUE); <http://barcelona.indymedia.org>

[10]. MATTELART, A. y PIEMME, J-M.: La televisión alternativa. Anagrama, Barcelona, 1981, pág. 120.

[11]. Para ampliar esta concepción remito a CEBRIAN HERREROS, Mariano: "La información en red". En SPHERA PUBLICA. Revista de Ciencias Sociales y de la comunicación. Universidad Católica San Antonio de Murcia, Nº 0, 2000, págs. 9-28.

[12]. BRECHT, Bertolt: "Teoría de la radio (1927-1932)". En BASSETS, Lluís (Ed.): De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio. Gustavo Gili, Barcelona, 1981, págs 56-57.

**FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:**

Cebrián Herreros, Mariano (2003): Globalidad comunicativa de la solidaridad y defensa del ciudadano frente a los poderes mediáticos. Revista Latina de Comunicación Social, 53. Recuperado el x de xxxx de 200x de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200353cebrian.htm>