

Visibilidad pública y tratamiento informativo del movimiento de cooperación al desarrollo (1992-2002)

Media Coverage and Public Visibility of the International Solidarity Movement in Spain

Ariel JEREZ*
Victor SAMPEDRO**

arieljerez@cps.ucmes
sampedro@usal.es

* Universidad Complutense de Madrid
** Universidad Rey Juan Carlos de Madrid

Recibido: 5.03
Aprobado: 11.03

RESUMEN

En España los años noventa ven aparecer el primer gran movimiento social vinculado a la problemática de la solidaridad y el desarrollo internacional, impulsando tres grandes campañas: la inicial (1994) está centrada principalmente en la reclamación simbólica de la cesión del 0,7% del PIB para cooperación al desarrollo recomendado por Naciones Unidas en la década del 70; la segunda (1998) busca presionar con un diversificado repertorio de acción colectiva sobre la elaboración parlamentaria de la ley marco de cooperación internacional con el objetivo de dotar de un mayor control sobre aquellos instrumentos de cooperación vinculados al comercio exterior; y la tercera (2000) impulsa una consulta social sobre la deuda externa que se desarrolla de manera paralela a las elecciones generales ese año. Esta creciente politización de los objetivos del movimiento recibe un tratamiento informativo muy diferenciado en estos tres momentos, poniendo de manifiesto la relación entre la estructura de oportunidad mediática y las alianzas político mediática entre, en este caso, prensa escrita y partidos (en su posición relativa de gobierno y oposición). El análisis de esta relación entre partidos y medios da cuenta de las profundas transformaciones que está viviendo la esfera pública en las coordenadas de la sociedad de la información y, cómo pesa sobre el espacio público en el que trabaja la sociedad civil en las sociedades democráticas.

PALABRAS CLAVE: Movimientos sociales, comunicación política, esfera pública, sociedad civil.

ABSTRACT

During the 1990's arises the biggest social movement linked to international solidarity and development in Spain. The activities involve three main campaigns. The initial one (1994) is focused on the symbolic demand of the 0,7% PIB budget, recommended by the UN in the 70's. The second campaign (1988) displays a diversified repertoire of collective action pressing the parliamentary debates on the Law for International Cooperation in order to exert civil control on the foreign commercial relations. The third campaign (2000) was a process of social referendum about foreign debt of developing countries, parallel to the general elections of that year. The increasing political nature of the movement's targets attains a different media treatment for each of the three periods. These differences manifest the changing nature of the media opportunity structure and the alliances between the political parties (whether in government or opposition) and the printed press. The analysis of the changing nature of the media —party— social movement relations account for the deep transformations of the public sphere in the society of information and its effects on the civil society initiatives in democratic societies.

KEY WORDS: Social movements, political communication, public sphere, civil society.

1. PRESENTACIÓN

A principios de los años 90 la opinión pública española ve emerger las primeras grandes movilizaciones sociales relacionadas con la solidaridad internacional y la cooperación para el desarrollo. En un momento inicial su actividad apenas trasciende las redes del mundo de las ONG progresistas y los sectores de base de la Iglesia donde se promueven las primeras iniciativas de articulación horizontal y de sensibilización social respecto a las problemáticas norte-sur. Pero es con posterioridad, tras la estructura de oportunidad mediática favorable que se crea a lo largo del otoño de 1994 con las acampadas de la solidaridad de la Plataforma 0.7%, cuando se empieza a hablar masivamente en los medios de comunicación de un movimiento ciudadano por el Desarrollo y de la Solidaridad Internacional.

No obstante, esta inicial entrada por la «puerta grande» a los medios incide en el imagen pública del movimiento, incluso en su propia estrategia comunicativa y de movilización, subrayando determinados contenidos discursivos e ideológicos que lo llevan a ser percibido como un movimiento de consenso. Esta exitosa táctica adaptativa respecto a los medios gravita, sin embargo, sobre la crisis interna que vive en el periodo 1995-1997 y su posterior transformación ideológica y organizativa al final de la década.

El análisis de las interacciones entre este movimiento ciudadano y la prensa escrita sirve para apuntar algunas características del tratamiento que reciben los actores sociales en los espacios de información pública. Concretamente, nos permiten reflexionar cómo la estructura de oportunidad mediática que hoy precede a la de oportunidad política es deudora de la dinámica de alianzas político mediáticas, y sobre todo en el caso de los actores sociales promueve una instrumentalización dinámica según la convergencia de intereses empresariales e intereses políticos (que varía según la posición gobierno-oposición).

En un primer momento es necesario contextualizar aunque sea someramente algunos rasgos básicos del movimiento y de las campañas que desarrolla en la segunda mitad de los noventa. En un segundo momento, el análisis del tratamiento informativo permitirá analizar la diferente visibilidad pública alcanzada en las distintas campañas, que permite concluir finalmente con algunas reflexiones sobre las tendencias del desarrollo de los movimientos sociales en las actuales coordenadas de regulación de la esfera mediática.

Rasgos y evolución del movimiento de desarrollo.

Es pertinente destacar dos cuestiones sobresalientes del movimiento de desarrollo en España: la primera tiene que ver con el contexto de emergencia de este movimiento; la segunda con su forma de estructuración interna, que responde a la dinámica de red teorizada por Diani (1998).

En lo que se refiere al contexto histórico de emergencia (1991-1994) surge en lo que podríamos denominar la fase álgida del ciclo privatista que teoriza Hirschman (1986) dentro del movimiento pendular que viven las sociedades capitalistas, oscilando entre periodos de movilización colectiva en pro de metas públicas y otros en los que prevalece la generalización de estrategias de movilidad individual concentradas en objetivos privados. Se puede señalar someramente que surge en un momento muy dinámico de dicha fase privatista del ciclo, que podríamos denominar global. En este periodo el neoliberalismo está en clara fase de consolidación: tanto en las directrices que toman las primeras potencias mundiales en sus decisiones económicas estratégicas como en un campo cultural, donde la creciente individuación de la modernidad tardía es acompañada por una corriente postmoderna de corte hedonista —un proceso impulsado velozmente por la nueva expansión que vive el mundo audiovisual con la revolución digital—. La nueva realidad comunicativa incide a través de sus distintos contenidos y formatos tecnológicos en todas las instituciones culturales: la caída del muro de Berlín en 1989 no sólo significaba el quiebre del socialismo real sino directamente el fin de la historia, lo que rebasa con mucho el debate teórico incluso llegando su representación icónica e ideológica a la publicidad comercial.

En el contexto español esta fase privatista está marcada además de por las características específicas de la transición española, por una coyuntura política cultural de ámbito específicamente nacional como son las celebraciones y conmemoraciones de 1992. Resumidamente: a las dinámicas desmovilizadoras y despolitizadoras promovidas en una transición a la democracia por transacción —o pactada por arriba— se suma el registro triunfalista que va adquiriendo la «ejemplar» modernización española del periodo socialista (1982-1996). El «desencanto» que fue atravesando a las distintas generaciones de clases medias y populares progresistas hasta el referéndum sobre el ingreso en la OTAN (1986), se vio reforzado por la espectacularización mediática de una modernidad cultural alejada de las dinámicas de participación y sin un referente activo de ciudadanía. En la esfe-

ra pública el nuevo consenso posmoderno se sigue manteniendo refractario de toda iniciativa de movilización y participación de la sociedad civil — con la excepción de las diferencias existentes en los territorios de las llamadas nacionalidades históricas y del movimiento de objeción-insumisión (Sampedro, 1997)¹—.

En buena medida la sumatoria de estos contextos inciden en el discurso inicial del movimiento al desarrollo, que asume principalmente una perspectiva alarmista en pro de la supervivencia con contenidos primordialmente morales presentados con un perfil político bastante difuso². Como veremos, las transformaciones en la composición interna del movimiento y los cambios vividos en la coyuntura política y mediática —comienzo del fin del periodo socialista— harán que este discurso vaya ganando una creciente referencialidad política a lo largo de la segunda mitad de los años noventa.

Por otra parte, otro rasgo sobresaliente del movimiento es su trabajo en dinámica de red. Sin duda vinculada a un uso cada vez más intensivo de Internet, ha facilitado la diversificación de sus actividades y la coordinación de sus iniciativas descentralizadas, al mismo tiempo que permitía una ágil ampliación horizontal con la incorporación de diversos colectivos y entidades preexistentes. En esta red se coordinan una cada vez más amplia diversidad de organizaciones y entidades, con distintos grados de institucionalización, y por ende con distintos tipos de implicación en las actividades generadas —o fases de las mismas—.

En la vertiente basista-movimentista se encuentra la citada Plataforma 0,7%, cuya red básica dará soporte al lanzamiento de la Red Ciudadana por la Abolición de la Deuda Externa (RCADE) en 1999. A una red que en sus inicios descansaba principalmente en el tejido social de las comunidades de base cristianas y parroquias progresistas y en algunos colectivos estudiantiles sobre todo en Madrid, se irán sumando distintos miembros y entidades vinculados al movimiento de objeción de conciencia, algunas asociaciones de mujeres y medioambientales, secciones sindicales locales e, incluso, sectores juveniles vinculados actividades culturales, de tiempo libre y ocio —entre ellos, grupos scouts y algunos Consejos de Juventud locales—. Los componentes más institucionalizados de la Red movilizan otro tipo de recursos y se sitúan en el mundo de algunas ONG progresistas, de los centros de investigación, tanto públicos (universidades) como privados. Al mismo tiempo cuentan con el apoyo importante en términos de representatividad de las Coordinadoras de ONGD (estatal y autonómicas).

La evolución del movimiento se puede esquematizar en tres grandes etapas, que pivota sobre sus tres principales campañas de movilización-ampliación del movimiento: la lucha por el 0,7% (1992-1994); Por una Ley de Cooperación solidaria y transformadora (1997-1998) y Por la Abolición de la Deuda Externa (desde 1999). Éstas, por su parte, contienen los apartados de 1) acción colectiva y estrategia política; 2) marcos discursivos, 3) contextos y 4) evaluación³.

¹ Se podría argumentar que este movimiento innovador en su estructuración interna y en la innovación de sus estrategias de acción, es todavía heredero de las dinámicas opositoras de la transición —vía el reagrupamiento de las diversas fuerzas de izquierda extraparlamentaria y social ante el referéndum OTAN en 1986, que alimentó una específica cultura pacifista y antimilitarista con diferente peso en las distintas zonas del Estado—. Las amplias movilizaciones contra la guerra de Irak vividas un tanto sorpresivamente durante el primer trimestre del 2003 parecen confirmar la labor de nexo que ha desarrollado esta cultura desobediente, tanto con el resto de movimientos sociales como con los imaginarios críticos sepultados por la cultura mediática-posmoderna.

² Este posicionamiento inicial cuenta con el apoyo legitimador procedente de informes de organizaciones internacionales de prestigio (Conferencia de Naciones Unidas Rio-92 sobre Medioambiente, del Club de Roma, del Desarrollo Humano del PNUD, etc.), que empezaban a señalar de forma dramática y con vocación sensibilizadora los problemas sociales y medioambientales que se van constatando después de una década de aplicación del recetario neoliberal, al mismo tiempo que de forma paulatina empiezan a argumentar la necesidad de participación y apoderamiento por parte de los sectores subalternos —cada vez más presente en las agencias sociales de la ONU a lo largo de la década—.

³ Se intenta con estos apartados historizar esquemáticamente los distintos periodos, atendiendo a la movilización de recursos, la producción de discursos y la creación de estructuras de oportunidad política. Por su parte, los marcos discursivos sintetizados son producto del análisis de los principales documentos internos elaborados en las distintas etapas —documentos de trabajo, declaraciones, comunicados, papeles de reflexión de asambleas, materiales didácticos (marcos profundos)—, así como el material de propaganda con el que se intenta llegar al público —trípticos, panfletos, pegatinas (marcos de superficie)—. Finalmente, es pertinente apuntar que el movimiento vive un proceso de crisis, escisión y reconfiguración unificada en el periodo 1995-1997, en el que se repliega hacia la actividad interna, gozando de la simpatía de la gran mayoría de los medios convencionales, que no airean la crisis en sus menguadas apariciones públicas durante el periodo. Las dinámicas activadoras y superadoras de esta crisis se apuntan en las consiguientes etapas en el cuarto apartado (evaluación).

a) La lucha por el 0,7% (1992-1994)

a1) *Acción colectiva y estrategia política.* La campaña de movilizaciones está protagonizada por los primeros componentes de la Plataforma 0,7, que realizan huelgas de hambre y acampadas como estrategia principal de protesta colectiva. Su estrategia está centrada en reclamar al Gobierno el cumplimiento de la recomendación de Naciones Unidas de dedicar este porcentaje del PIB a la cooperación con los países más pobres del mundo, dado que España se encuentra en la cola de los países donantes. El objetivo último es conseguir el diálogo con los políticos y responsables gubernamentales para la búsqueda de compromisos y acuerdos: aunque se sea consciente de que son sólo un gesto simbólico con escasa capacidad de compromiso, también se lo considera «sensibilizadores» de una opinión pública que se halla muy alejada de estos temas (normalmente por su «egoísmo» e «inconsciencia»).

a2) *Marcos Discursivos (a. diagnóstico; b. pronóstico, c. identidad y d. marcos de superficie).* El problema del desarrollo tiende a conectarse con a) causas un tanto difusas, como pueden ser los «valores de opulencia» y la «inconsciencia del Primer Mundo sobre los graves problemas que vive la Humanidad», de los que se b) responsabiliza a los políticos y la población en general por su falta de conciencia y compromiso por lo que se propone la cesión del 0,7% como primer paso en la construcción de c) una identidad crítica, no violenta pero radicalmente comprometida, apoyada en valores que potencian la entrega personal «desmesurada y urgente» (materializada en las huelgas de hambre); d) se reclama el 0,7 PIB, centrado y sintetizado en un aspecto cuantitativo: cantidad de ayuda. No obstante, existen otras reclamaciones encaminadas a viabilizar la participación del sector social de la cooperación al desarrollo: como es la solicitud de un órgano estable de interlocución (el Consejo de Cooperación).

a3) *Contexto.* Se ha apuntado como las movilizaciones del periodo se inician en la compleja coyuntura de las celebraciones de 1992 como materialización cultural de la exitosa modernización española impulsada por los gobiernos socialistas.

No obstante, este capital político-simbólico gubernamental se ve rápidamente erosionado por la aparición de escándalos en la opinión pública, por medio de una particular táctica conspirativa de presión política estratégicamente orientada por filtraciones a los medios (Castells, 1998; Cotarelo, 1995)⁴. En esta guerra político mediática, el ABC juega un papel fundamental en la promoción informativa de esta iniciativa ciudadana de la Plataforma 0,7%, dado que la contempla como una importante baza social de contenido ético a utilizar contra el gobierno socialista. Al mismo tiempo, un acontecimiento mediático (Dayan y Katz, 1992) como fue la cobertura aportada por las agencias internacionales de noticias sobre el conflicto de los grandes lagos, con la constelación humanitaria —cooperantes, refugiados, periodistas, donantes, etc. (Aguirre, 1999)— solicitando dramáticamente la colaboración de las sociedades del norte, tuvo incidencia en la afluencia de público a las movilizaciones.

a4) *Evaluación.* Inciden en la agenda política: permite la firma de un acuerdo que desemboca en la creación del Consejo de Cooperación —mayo de 1995— y produce un considerable cambio en tres partidas presupuestarias de la Ayuda Oficial al Desarrollo —se triplican entre 1994 y 1995 los fondos de Cooperación Descentralizada, las Subvenciones a ONG y la Ayuda de Cooperación Técnica, Científica y Cultural (Intermon, 1998)—.

Esta incidencia se logra después de que el movimiento recibiese una inusual cobertura informativa que lo mantiene dentro de la agenda informativa durante un periodo de tiempo muy considerable, conformando una estructura de oportunidad mediática que, paradójicamente se abre sobre cuestiones periféricas de los planteamientos del movimiento (el 0,7% como reclamo simbólico). Lo que exige una estrategia discursiva adaptativa, que lleva a la Plataforma 0,7% a realizar sus reivindicaciones en un registro más moral que político y a presentar casi exclusivamente como portavoces del movimiento a los huelguistas de hambre —sobre todo los religiosos— que se convierten en las caras visibles (imprescindibles) del movimiento.

Este exceso de protagonismo, que en la dinámica interna se refleja como un liderazgo dirigista re-

⁴ Bautizado en el especial informativo que realizaba el grupo Prisa-CNN-Plus para repasar la década del noventa como el año de la crispación, a lo largo de 1994 las primeras páginas vieron pasar el Caso Rubio-Ibercorp, la fuga de Roldán, la estafa PSV-UGT, el caso Filesa, el escándalo BOE, los diversos procesos abiertos por la guerra sucia contra ETA y el desvío de fondos reservados por hombres de confianza del entorno presidencial.

lativamente autocomplaciente con el «éxito» mediático obtenido, está en la base de la crisis y la escisión que viven «las» Plataformas 0,7 en el periodo 1995-1997. La crisis pivota sobre la necesidad de un nuevo liderazgo colectivo de la asamblea y la búsqueda de nuevas relaciones de otros colectivos alejados de la red tradicional de la Iglesia, lo que en sí mismo conllevaba una renovación ideológica políticamente más definida (Calle, 2000, Romero, 1995).

a5) *Cifras.* 2 huelga de hambre, tres manifestaciones medianas (entre 2.000 y 7.000 participantes), acampadas en 30 ciudades con un total de 4.000 tiendas (1.500 en Madrid y Barcelona respectivamente; 200 en Málaga; 100 en Granada; cerca de 70 en Valladolid, Zaragoza y Toledo).

b) Por una Ley de Cooperación solidaria y transformadora (1997-1998).

b1) *Acción Colectiva y estrategia política.* La campaña de presión política es compartida por la Plataforma 0,7 y la Coordinadora de ONG de Desarrollo de España (CONGDE), que traban una división de papeles durante la tramitación de la Ley Española para la Cooperación al Desarrollo en las Cámaras Legislativas (marzo-junio de 1998). La primera entidad se encarga de la movilización y estrategia de acción directa pacífica simbólica (además de movilizaciones clásicas con otras acciones tipo Greenpeace, pero también con encadenamientos y ocupaciones de edificios). La CONGDE busca «participar» en el proceso de negociación legislativa desarrollando una intensa actividad lobbística articulada con el proceso de movilización.

b2) *Marcos discursivos (a. diagnóstico; b. pronóstico, c. identidad y d. marcos de superficie).* El problema del Desarrollo en este periodo está centrado a) en cuestiones específicas de las políticas de cooperación que se consideran causa de una injusta, ineficiente y contraproducente asignación y gestión de fondos de la cooperación, de la que b) se hace responsable al partido en el gobierno, que se suma a la explotación irracional que el Norte realiza mediante este sistema de relaciones económicas internacionales y se propone la participación fiscalizadora de las organizaciones sociales (la propia Plataforma 0,7 y las ONGD) para garantizar su correcto desarrollo legislativo en una ley que reduzca su carácter comercial y su instrumentalización como un instrumento más de la acción exterior. Esta demanda la realiza un movimiento que se presenta como c) interlocutor político válido de la sociedad civil, que reclaman

su reconocimiento político como co-legitimador y co-gestor de este ámbito político; d) se reclama una Ley de Cooperación transformadora y solidaria, centrada en alcanzar mejoras en los mecanismos institucionales previstos para desarrollar la cooperación internacional española, que es presentada como la «dimensión cualitativa» de la misma, al tiempo que se mantiene la reivindicación del 0,7 como horizonte de la acción. En esta campaña, se suman marcos de contenido experto formulado por la CONGDE, con los que se diagnostica, para su reforma, la situación actual del instrumental institucional y administrativo que gestiona la ayuda oficial al desarrollo (AOD) española.

b3) *Contexto.* El contexto político está marcado por el nuevo Gobierno conservador del Partido Popular, lo que implica una nueva estrategia informativa de su principal aliado mediático: el ABC. A pesar de que los actores sociales del campo de la cooperación han avanzado considerablemente en su capacidad propositiva, con la articulación del conocimiento experto aportado por la CONGDE, la cobertura informativa del conservador decrece notablemente, y por tanto, su visibilidad e incidencia en la opinión pública. Son los partidos políticos los que ganan el protagonismo informativo, a pesar de que en buena medida en el proceso legislativo las enmiendas responden a recomendaciones de mundo de las ONG.

b4) *Evaluación.* En términos de incidencia sobre el proceso legislativo, el resultado se puede considerar nulo. A pesar de considerar algunas concesiones iniciales como «victorias» —como por ejemplo, la nominación del Ministerio de AA.EE. como responsable formal de la política de cooperación frente al de Economía; o el reconocimiento de las ONG como agentes de desarrollo—, en la segunda legislatura conservadora (con mayoría absoluta del Partido Popular) se pudo constatar la fácil reversibilidad de estas tenues «conquistas».

No obstante, en lo que respecta a la propia consolidación del movimiento, esta campaña significa la superación de la crisis vivida en el periodo precedente a través de un liderazgo de tipo asambleario y una dinámica participativa de base con voluntad estratégica de desarrollar un movimiento social. La amplia iniciativa de movilización tiene una particular intensidad en Cataluña, sobre todo en Lleida y Barcelona, en la medida en que los miembros de esta zona de la red desarrollan la estrategia de presión al aliado legislativo del Gobierno Central, el partido regional Convergència i Unió, en su propio

territorio electoral. Los procesos de coordinación y reagrupamiento que allí se producen terminan por desplazar el centro de gravedad de la red hacia esta zona, que empieza a desarrollar iniciativas con renovados recursos asociativos, humanos e institucionales, como se puede constatar en la campaña de 2000.

Cifras. Encierros de varias jornadas en tres catedrales (Lleida, Madrid y Salamanca), 5 actos simbólicos y 7 espectaculares (tipo greenpeace) en Madrid, Barcelona y Lleida; más de un centenar de actos de protesta y concentraciones (sólo en dos ocasiones se acercan al millar de personas). A esto cabe añadir la energía dedicada por las entidades progresistas de la directiva de la CONGDE a las labores de cabildeo, que llegan a presentar más de dos docenas de enmiendas a lo largo de las distintas fases del proceso legislativo.

c) La Abolición de la Deuda Externa (desde 1999)

c1) Acción Colectiva y estrategia política. La campaña en pro de la Consulta Social está protagonizada por la Red Ciudadana para la Abolición de la Deuda Externa (RCADE), una iniciativa organizativa impulsada en sus inicios por la Plataforma 0.7% como entidad sostenedora. Su repertorio de protesta se apoya en la acción directa pacífica para atraer la atención pública y la movilización ciudadana orientada a un primer objetivo: la consulta que se celebró durante la jornada electoral de las elecciones generales del 12 de marzo de 2000. Aquí la estrategia política es movilizar en torno a un tema considerado problemático en la dinámica global, que conecta la macropolítica de la globalización con el manejo de los instrumentos y mecanismos específicos con que cuenta nuestra política doméstica de cooperación. Al mismo tiempo, se abandona la pretensión exclusivamente negociadora enfatizando la recuperación de la iniciativa social y ciudadana, reivindicando mecanismos de democracia participativa y directa como complemento de las instituciones representativas. Incluso, puede considerarse que se entra en el campo de la desobediencia civil cuando buena parte del movimiento decide hacer caso omiso a la prohibición de colocar sus urnas por parte del Tribunal Superior Electoral durante la jornada de la Consulta. Posteriormente esta red dará soporte a lo que puede ser considerado algunos de los componentes de lo que los medios vienen llamando como el movimiento antiglobalización en España.

c2) Marcos Discursivos (a. diagnóstico; b. pronóstico, c. identidad y d. marcos de superficie). El problema del Desarrollo se inscribe en a) en el funcionamiento perverso del mercado globalizado promovido por el neoliberalismo, en particular en los mecanismos financieros que agravan el endeudamiento de los países del Tercer Mundo y obstaculizan o cercenan su desarrollo; b) se responsabiliza a los organismos financieros y económicos multilaterales (principalmente FMI, BM y OMC) y los gobiernos del «Norte», a los que se critica legitimados por los «nuevos aliados», las ONG críticas y los movimientos sociales existentes en el entramado de la sociedad civil internacional (materializado en Campaña ¿Deuda eterna. Deuda externa? (campaña DEDE) que impulsa una plataforma de entidades españolas conectadas en una red internacional de ONGS que la impulsan en otros países con el objetivo de promover la abolición de la deuda externa. El espacio simbólico e identitario desde el que se produce la reivindicación c) es una reclamación de la participación directa de la ciudadanía en los asuntos públicos, radical en la medida en que crítica abiertamente al sistema representativo y comunicativo que sustrae el debate público a la ciudadanía; d) la puesta en marcha de una Consulta Social por la abolición de la deuda externa, implica una importante ampliación de los objetivos reformadores. Se solicita al Gobierno que además de revisar su papel como acreedor de países altamente endeudados, apueste por la reforma de los dispositivos institucionales con los que en la actualidad los organismos transnacionales gestionan la economía internacional.

c3) Contexto. Está dominado por las elecciones generales que se celebran el mismo día de la consulta, que abren conflictos tanto al interior como al exterior del movimiento. En la vertiente interna, el planteamiento de la RCADE orientado a rebasar la estrategia sensibilizadora de recogida de firmas de la campaña DEDE con una consulta social se torna conflictivo cuando se decide realizar el mismo día de las elecciones generales. Dos de las tres grandes ONG católicas que apoyan la campaña se desmarcan de la consulta, iniciándose un tenso debate con las jerarquías eclesiales —en Canarias llegan a emitir un comunicado público prohibiendo la participación de sus miembros y la utilización de sus locales parroquiales en la campaña de la Consulta—.

En la vertiente externa, es llamativo que en una campaña electoral un tanto anodina en términos de intensidad del debates esta iniciativa de movilización tuviese un impacto mínimo tanto en la agen-

da informativa como política. Posiblemente los rivales mediáticos del Gobierno consideraron que esta estrategia no beneficiaría necesariamente a su aliado político, el partido socialista, un tanto alejado de estas redes de participación. El Gobierno terminó por prohibir la Consulta Social, lo que implicó una considerable intervención policial el día de las elecciones.

No obstante, no se puede despreciar la incidencia de un contexto un tanto más remoto, pero sin duda con incidencia —sobre todo en las subjetividades de los participantes en la red—, como es el global. De hecho, además de su implicación en la campaña DEDE —impulsada por ONG y comunidades de base católicas a nivel internacional—, la consulta social promovida está inspirada de forma explícita por la realizada anteriormente por el EZLN en México. Desde esta perspectiva, se incardina de forma cada vez más consistente en el movimiento llamado también altermundista; además de considerar las aportaciones de los sectores reformistas en las contracumbres de la década, se valora muy positivamente los procesos de movilización que se producen en Seattle en 1999⁵.

c4) *Evaluación.* Como reconocía la propia valoración de la RCADE «La actitud generalizada en todo el Estado frente a la Consulta Social fue la represión y la intimidación, y hay que reconocer que las juntas electorales y las fuerzas policiales consiguieron provocar un daño importantísimo a la Consulta». En el fin de semana de las elecciones se consiguieron resultados en 264 de las 489 localidades acreditadas —en la zona menos reprimida, Cataluña, se consiguió en 188 de las 210 acreditadas, llegando en algunas de ellas al 13,8% del censo local, frente al 6,7% de media en el resto del Estado—. No obstante, como planteaba la propia RCADE, «la Consulta ha supuesto un elemento importantísimo de cohesión social ya que más de 1.400 colectivos ciudadanos de todo tipo la apoyaron y colaboraron en ella en los diferentes ámbitos locales, regionales y estatales. Por todo ello, ha generado nuevas esperanzas en amplísimos colectivos de ciudadanos y en buena parte de la sociedad, y ha propiciado la consolidación de la Red Ciudadana como instrumento para la acción social, de lucha por la justicia en un contexto global

y para la conexión del trabajo local con las luchas internacionales. Esperamos que la Red sea capaz de responder a ese reto, lo estamos necesitando (Documento RCADE sin fecha, titulado «Consulta Social para la Abolición de la Deuda Externa. Un ejercicio de democracia participativa»).

Cifras. Casi un millar de actos de sensibilización e información se desarrollan a nivel local en las semanas precedentes a la Consulta. Se consigue que la ciudadanía deposite 1.087.792 votos en las 458 localidades donde se logran poner las urnas de la Consulta (un 97% favorable a la propuesta de la RCADE, según el cómputo realizado por el sistema de verificación preparado por la Cátedra UNESCO de la Universidad Politécnica de Catalunya). 3.000 personas participan activamente de los trabajos preparatorios, 20.000 colaboran en las mesas el día de la Consulta, se adhieren 1.400 colectivos a la campaña, constituyendo cerca de 400 nodos locales de la red.

3. EL TRATAMIENTO INFORMATIVO DEL MOVIMIENTO DE DESARROLLO

Este apartado presenta los datos más significativos de una investigación empírica realizada sobre el tratamiento informativo que ha sido objeto el movimiento de desarrollo en la segunda mitad de los años 90, periodo en el que el movimiento ha ampliado su red de interacciones, ha transformado sus parámetros ideológicos de interpretación y su estrategias de acción política de protesta, consolidándose como un actor social que busca incidir en el campo de la política de cooperación al desarrollo y articularse con las redes emergentes en el ámbito transnacional.

El análisis del tratamiento informativo tiene dos partes diferenciadas. La primera desarrolla una perspectiva longitudinal a lo largo de las dos últimas décadas, que analiza en cinco momentos (1980, 1985, 1990, 1995, 1999) la presencia de las ONG y asociaciones vinculadas a la temática del desarrollo en los titulares del periódico *El País*. Da cuenta de cómo el accionar del movimiento 0'7% en 1994 abre la puerta a la temática de la solidari-

⁵ De hecho, la RCADE participa en la expedición española que va a Praga en septiembre de 2000 y a Génova en julio de 2001. Aunque ya a esta última va en situación de doble militancia RCADE-MRG, estando esta última entidad más volcada en este tipo de movilizaciones de protesta y confrontación que en el trabajo de análisis, sensibilización, formación y presión política en el que se ha sumergido el grueso de la red con el objetivo de impulsar una consulta social transnacional durante las elecciones europeas del 2004. Para un análisis del tratamiento informativo del Movimiento Antiglobalización durante la presidencia española de la UE, ver Jiménez y Alcalde (2003).

dad en el formato ONG en la información periodística.

La segunda realiza un análisis comparativo de los periodos álgidos de las respectivas campañas de movilización (acampadas de otoño de 1994; movilizaciones en la primavera de 1998 y la promoción de la consulta social en 2000), buscando poner de manifiesto «cómo se maneja» la problemática del desarrollo en las rutinas profesionales de los medios, su interacción con el contexto político más amplio, y por fin cómo afecta al discurso desarrollado por el movimiento al desarrollo.

En buena medida los datos obtenidos vienen a corroborar la hipótesis de trabajo planteada en el análisis del movimiento: la estructura de oportunidad política que éste pueda generar está condicionada por la estructura de oportunidad mediática, que tiende a cerrarse progresivamente, reduciendo la visibilidad del movimiento e incidiendo en el aumento de los rasgos consensuales del campo de referentes políticos en los que se inserta su intervención pública y política. En este sentido, tanto la hipótesis como la investigación, en buena medida recoge la preocupación que muestra la Coordinadora de ONG cuando plantea «Conseguimos que la gente y los medios se-

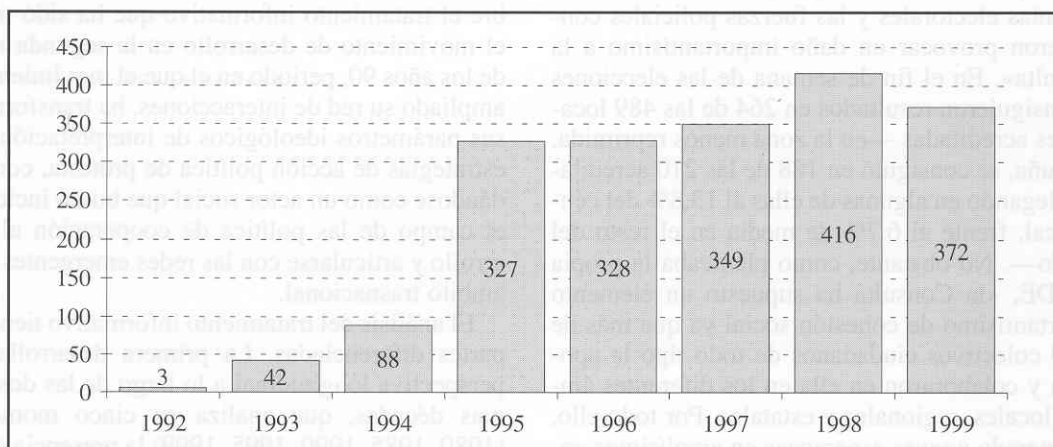
pan qué hacemos pero no por qué lo hacemos (...). Con lo cual, la diferencia entre lo que hace una ONGD y, por poner un ejemplo, una empresa, no queda en absoluto claro (Memoria Anual CONGDE, 1998, p. 31)

a) La estructura de oportunidad mediática y el tratamiento informativo

El análisis de los titulares de *El País* en los quinquenios de las dos últimas décadas permite observar la estructura de oportunidad mediática abierta por movimiento en 1994 y algunas tendencias internas del creciente protagonismo mediático de las ONG⁶.

Por una parte, la evolución de los titulares ubicados en la voz ONG del índice Anual (introducida por vez primera en 1992 con 3 menciones), pasa de 88 menciones en 1994 a 327 en 1995, permaneciendo en una orquilla entre las 350 y 400 menciones anuales —las ONG, ya no sólo las de Desarrollo, pasan a «estar» en este periódico casi una vez diaria a partir de 1995—. Este «salto» queda ilustrativamente reflejado en el siguiente gráfico:

Gráfico 1. Titulares incluidos como ONG (Índice de *El País*, 1992-1999)

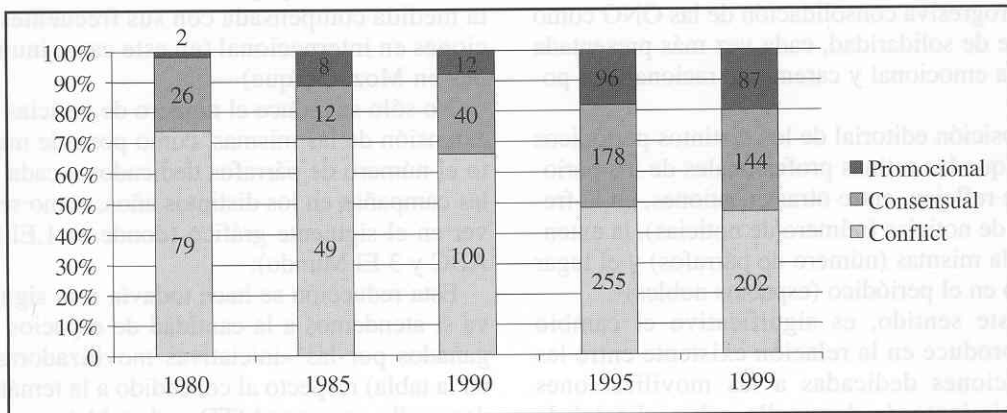


⁶ Este análisis se basa en una muestra de 4.368 titulares que figuran en las voces derechos humanos, ONG, y Tercer Mundo del Índice Anual elaborado por el Departamento de Documentación del periódico *El País*, en los años citados: 1980, 1985, 1990, 1995 y 1999. Se ha trabajado con tres variables: 1) protagonismo (de la ONG o entidad social en el titular); 2) temáticas sobre las que se hace referencia (tanto subcampos del desarrollo como pueden ser derechos humanos o medio ambiente, hasta la propia información sobre los proyectos y las problemáticas del tercer sector); 3) actividades sobre las que se informa, que han sido utilizadas para analizar el tipo de marco informativo que se promueve a) promocionales (consecución de recursos públicos y privados; información sobre proyectos de cooperación de las diversas ONG; nuevas actividades, apertura de nuevas sedes, uso de nuevas tecnologías, renovación de juntas directivas por parte de las ONG); b) consensuales (iniciativas recaudatorias para la puesta en marcha de proyectos; sensibilización de la opinión pública de carácter lúdico-festivo sin contornos críticos y objetivos recaudatorios; colaboración con la administración y con las empresas o como canal de participación para el voluntariado) y conflictivos (actividades colectivas de protesta: desde manifestaciones hasta iniciativas de crítica y denuncia).

Analizando la variable protagonismo se puede comprobar como en las temáticas de desarrollo, las ONG ganan espacio en los titulares en todo el periodo entre 1980 y 1999, tanto frente a las instituciones nacionales como a los organismos internacionales. Igualmente, la problemática del tercer sector —como espacio de actuación específico de las ONG, donde se debaten sus iniciativas de coordinación, demandas de financiación y de mejoramiento legislativo de su regulación— gana también relevancia informativa: de 2 menciones que existen hasta el año 1990, se pasa a contar en 1999 con 122 noticias sobre el particular —81 de ellas protagonizadas por las ONG—. Estas entidades van siendo reconocidas por los medios como actores legítimos —pero marginales— en la interacción social e institucional que se producen en este espacio de política social.

En este análisis de titulares también se puede constatar que a medida que crece la información sobre las ONG, van aumentando los contenidos o tratamientos consensuales y más si cabe los promocionales. Las noticias protagonizadas por ONG que han sido clasificadas como conflictivas pasan de más del 70% en 1980 a quedar por de bajo del 50% en 1999; las que informan sobre actividades consensuales aumentan por encima del 10% en el periodo y las promocionales pasan de ser casi inexistentes en 1980 (2%) a estabilizarse en torno al 20% —en una de cada cinco noticias sobre ONG, ésta «se vende» a sí misma o a sus proyectos—. Es una tendencia coherente con el progresivo aumento de los departamentos y gabinetes de prensa de las grandes ONG y a la rutinización del trabajo informativo con este nuevo actor en las redacciones de los periódicos.

Gráfico 2. Evolución de la orientación informativa sobre organizaciones sociales en *El País*.



Esta tendencia puede percibirse también por la selección de las temáticas, donde la categoría proyectos (cuando un proyecto específico es en sí mismo el núcleo informativo del titular) pasa de 6 noticias en 1980 a 97 en 1999 —con llamativo aumento de la subcategoría ayuda humanitaria, que pasa 6 a 40 informaciones en el mismo periodo—. Del conjunto de las noticias cuya temática son estos proyectos, la orientación del tratamiento informativo muestra una proporción aproximada de 40% promocional; 35% consensual y 25% de conflicto. En la dirección opuesta, llama la atención el alto grado de noticias que estando dedicadas a la desigualdad, tengan en una temática de por sí conflictiva (40%) un tratamiento tan consensual (40%), e incluso promocional (20%).

Solo prevalecen claramente las categorías de conflicto en la temática de derechos humanos (en torno al 80%) y de inmigración (en torno al 60%). La primera resulta ser una temática en sí misma problemática —donde la denuncia antecede y prevalece informativamente respecto a las medidas que se puedan adoptar— y la segunda, por ser una cuestión todavía relativamente «nueva», sobre las que las Administraciones no han terminado de perfilar un programa político para la integración acorde a la envergadura del problema, y que de hecho viene siendo una de las líneas informativas relativamente críticas que mantiene El País con el Gobierno popular.

b) Análisis comparativo de las campañas de movilización

Estas tendencias son coherentes con los datos arrojados por el estudio del tratamiento informativo de las tres campañas impulsadas por el movimiento de desarrollo⁷. Estos datos confirman la apertura de la estructura de oportunidad mediática ya apuntada en el análisis de titulares y «explican» cómo se maneja la problemática del desarrollo en la disputa político mediática —manejo ampliamente ilustrado, tanto por los datos agregados como por los marcos discursivos empleados, en los que no es posible profundizar en este artículo—.

También se muestra congruente con la progresiva pérdida de visibilidad del movimiento, a pesar de su progresiva consolidación organizativa, la ampliación de su repertorio de acciones de movilización y la creciente sofisticación de sus estrategias de presión y propuestas de reforma a lo largo del periodo analizado. Y, de manera concomitante, con la progresiva consolidación de las ONG como referente de solidaridad, cada vez más presentada de forma emocional y carente de racionalidad política.

La posición editorial de los distintos periódicos implica que las rutinas profesionales de los periodistas se reflejen, entre otras cuestiones, en la frecuencia de noticias (número de noticias), la extensión de la mismas (número de párrafos) y el lugar ocupado en el periódico (espacios nobles)⁸: -----

En este sentido, es significativo el cambio que se produce en la relación existente entre las informaciones dedicadas a las movilizaciones del movimiento de desarrollo sobre el total de

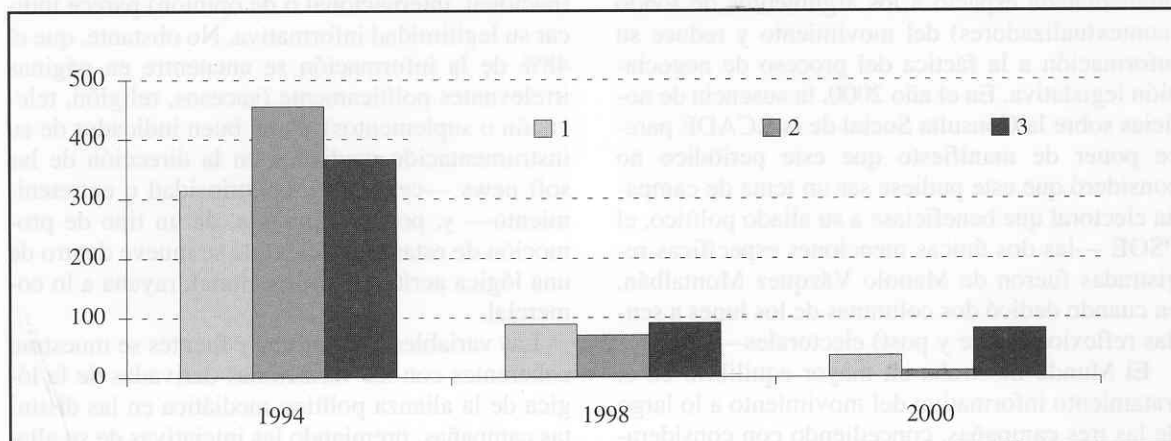
las informaciones sobre la temática del desarrollo y solidaridad internacional en los distintos momentos. El conjunto de noticias dedicada al Desarrollo está distribuida de manera relativamente homogénea entre los diarios y las campañas, aunque se observa una considerable distorsión por la inusual cobertura del ABC en 1994, que en tres meses aporta 101 noticias sobre un total de 253. La proporción de información sobre el movimiento respecto al total de las noticias sobre desarrollo pasa del 70,35% en 1994 (178 noticias sobre las movilizaciones de las 253 aparecidas en torno al desarrollo) al 25,15% en 1998 (40 de 159), para caer nuevamente en el 2000 al 17,34% (17 de 98). Lo que parece confirmar que es la incidencia pública del movimiento en 1994 lo que abre en momentos posteriores las páginas de los periódicos al conjunto de las ONG y sus iniciativas solidarias —aunque esta apertura muestra un retraimiento en el periodo electoral analizado, donde la menor presencia en las páginas nacionales fue en cierta medida compensada con sus frecuentes apariciones en internacional (en este caso, inundaciones en Mozambique)—.

No sólo se reduce el número de noticias sino la extensión de las mismas, como pone de manifiesto el número de párrafos dedicados a cada una de las campañas en los distintos años, como se puede ver en el siguiente gráfico (donde es 1.El País, 2 ABC y 3 El Mundo):

Esta reducción se hace todavía más significativa si atendemos a la cantidad de espacios nobles ganados por las «iniciativas movilizadoras» (IM en la tabla) respecto al concedido a la temática del desarrollo en general (TD en la tabla).

⁷ Se analizan periodos de aproximadamente 90 días en las tres campañas analizadas en los tres periódicos de mayor tirada nacional (El País, ABC, y El Mundo), en todas las secciones del periódico (excepto las locales, ya que la iniciativa del movimiento es nacional). En la muestra se ha recogido toda la información que hace referencia a la cooperación oficial al desarrollo (bilateral, multilateral o descentralizada), que involucre cualquier institución o agencia de cualquier administración y toda actividad de ONG sobre el desarrollo —entendidas estas de forma amplia, cualquier entidad social más allá de su forma jurídica—, campaña o plataforma impulsada por las coaliciones (nacionales o transnacionales) que tuviesen que ver con actividades de cooperación al desarrollo, solidaridad internacional o de ayuda humanitaria. Nos encontramos con información sobre proyectos, sobre denuncias, pero también sobre la concesión de premios y galardones, maratones solidarios en televisión, etc.. Cuando otras temáticas se superponen al desarrollo (p.e. medio ambiente, DD.HH. o igualdad de oportunidades y género) sólo se han incluido en la muestra si la información relevante (titular, entradilla, destacados) la vincula explícitamente como factor obstaculizador o promotor del mismo.

⁸ El manual de codificación trabaja con 19 variables: cinco son de localización; siete de ellas intentan recoger la incidencia de las decisiones editoriales a través de rutinas profesionales de los periodistas (V5: tamaño en párrafos; V7: tipo de información; V8: ubicación en espacio noble del periódico; V9: soporte gráfico; V10: encuadre por inclusión; V11: promotores y V12: fuentes). Otras siete intentan dar cuenta cómo estas rutinas inciden en los marcos de diagnóstico, pronóstico e identidad del movimiento (V13: tipo de conflicto que origina la noticia; V14: adjudicación de responsabilidad sobre el problema que origina la noticia; V15: juicio ante el posicionamiento gubernamental; V16: mención de causas estructurales; V17: soluciones propuestas; V18: etiquetación del movimiento y V19: valoración moral del movimiento).

Gráfico 3. Número de párrafos de informaciones de campaña en los tres diarios.**Tabla 1**

Páginas nobles		1994 TD	1994 IM	1998 TD	1998 IM	2000 TD	2000 IM
El País	Primera página	2	2	4	0	3	0
	Contraportada	0	0	0	0	4	2
ABC	Primera página	3	2	2	0	0	0
	Contraportada	27	26	10	0	8	0
El Mundo	Primera página	5	5	3	1	2	0
	Contraportada	1	1	2	0	2	0

El periódico conservador ABC prestaba una inusitada cobertura a las acampadas de solidaridad de 1994, incluso asumiendo ser los «promotores» de dicha campaña. De hecho, en sus marcos autopromocionales el propio periódico se llega a «descubrir» esta estrategia, llegando a negar el protagonismo a otros periódicos —«se equivocan quienes mezclan a Jesús de Polanco en el apoyo a la Plataforma», se afirma sin ambages en un editorial de ese otoño caliente desde el punto de vista del desgaste del gobierno socialista (10/10/94)—.

El «bajón» en términos de atención e interés informativos que reflejan en estas tres variables (número, extensión y lugar de las noticias) es muy significativo si se compara la campaña de movilización de 1994 con la realizada en el 2000: el ABC reduce su número de párrafos en el 98%; El País un 89% y El Mundo un 78%. Obviamente el despliegue argumental del ABC para justificar la reivindicación del 0,7 como propuesta «responsable», «obligada», «justa» y «viable» es abandonada cuando llega el Partido Popular al gobierno en 1996, a pesar de que este «slogan» sigue siendo

una de las propuestas del movimiento, aunque ya en las siguientes campañas aparece junto a otras propuestas de reforma legislativa e institucional de mayor calado político—.

El País, por su parte, desarrolla una estrategia informativa que juega en el sentido contrario, aunque de manera más moderada, por lo que no llega a constituir una estructura de oportunidad mediática favorable al movimiento en las siguientes campañas, ya realizadas bajo un Gobierno popular. Como se apuntó, en 1994, este periódico intenta «contener» la presión informativa —y movilizadora— del ABC en contra del Gobierno socialista, buscando cuestionar los argumentos del movimiento en relación a la reivindicación 0,7% —considerándola una simplificación del problema— y enfatizar el componente católico del movimiento con la intención de producir el distanciamiento de unos lectores que se presuponen laicos. En 1998 se limita a gestionar la información promovida por las acciones del movimiento durante el proceso de elaboración de la Ley de Cooperación en contra del Gobierno y a favor de la oposición

parlamentaria socialista. Pero no abre de manera premeditada espacio a los argumentos de fondo (contextualizadores) del movimiento y reduce su información a la fáctica del proceso de negociación legislativa. En el año 2000, la ausencia de noticias sobre la Consulta Social de la RCADE parece poner de manifiesto que este periódico no consideró que este pudiese ser un tema de campaña electoral que beneficiase a su aliado político, el PSOE —las dos únicas menciones específicas registradas fueron de Manolo Vázquez Montalbán, en cuando dedicó dos columnas de los lunes a sendas reflexiones (pre y post) electorales—.

El Mundo mostraba un mayor equilibrio en el tratamiento informativo del movimiento a lo largo de las tres campañas, concediendo con considerable diferencia la mayor cobertura en las campañas de 1998 y 2000. A pesar que diversos datos confirman que su tratamiento se encuadra dentro de la disputa político-mediática —cambia la dirección de las variables de la «campaña socialista» (1994) a las «campañas populares» (1998 y 2000), sobre todo en atribución de responsabilidades y valoración de la respuesta del gobierno—, se puede considerar que pesa más su estrategia empresarial de buscar públicos diversos ampliando la cobertura de los temas sociales —una manera también de disputar y/o relativizar la etiqueta «progresista» a El País captando a los lectores simpatizantes de Izquierda Unida, maltratados en la peculiar interpretación que hace este periódico de la agónica crisis interna con la tan aireada nueva izquierda de C. Almeida y D. López Garrido a lo largo del periodo 1994-2000—.

No obstante, también se apuntó que este diario manejaba el marco más étnico de contraposición entre el «espíritu idílico de la generosidad» de las ONG y la «falta de ética» de los políticos, donde la búsqueda de la autopromoción mediante su apoyo a las primeras parece rebasar el campo de lo comercial, ya que se arroga una representatividad social de difícil legitimación desde un punto de vista normativo. La «revolución solidaria» y la «fiebre de la cooperación» lleva a este periódico a promover una sección especial sobre ONG en octubre de 1997, con maquetación propia dentro de la sección de sociedad, desde la que se pone en evidencia la situación de precariedad en la que trabajan estas entidades, abocadas a cubrir agujeros de bienestar desatendidos por la irresponsabilidad de los políticos, nombrados muchas veces como *clase política*.

La variable ubicación de la noticia en el periódico parecía mostrar la naturaleza dual de las noticias que informan sobre iniciativas sociales: el

alojamiento mayoritario (62%) en secciones serias (nacional, internacional o de opinión) parece indicar su legitimidad informativa. No obstante, que el 48% de la información se encuentre en páginas irrelevantes políticamente (sucesos, religión, televisión o suplementos), es un buen indicador de su instrumentación mediática en la dirección de las soft news —cercanas a la curiosidad o entretenimiento— y, por consiguiente, de un tipo de promoción de estas entidades que se mueve dentro de una lógica acrítica y promocional, rayana a lo comercial.

Las variables promotores y fuentes se muestran coherentes con las variaciones derivadas de la lógica de la alianza político-mediática en las distintas campañas, premiando las iniciativas de su aliado mediático según posiciones de gobierno y oposición, realzando / desgastando la imagen del aliado / rival. No obstante, lo más llamativo del análisis de estas dos variables es la autopromoción de los propios periodistas y la generalizada utilización de noticias de agencia (sobre todo en el caso de crisis «humanitaria» de Mozambique). Más allá de estas cuestiones vinculadas a unos rasgos ideológicos derivados de rutinas profesionales, también es destacable que el ABC vincula al desarrollo a la Casa Real (con doce apariciones, respecto a las 4 de el Mundo y ninguna de El País).

Lo más llamativo en términos de tendencias en la variable atribución de responsabilidades es que el 48% de las noticias carecen de la misma, por lo que se puede decir que el problema de Desarrollo apuntado no es expresamente relacionado con ninguna agencia o cargo institucional —sea de carácter nacional o internacional— en una de cada dos noticias que promueve el movimiento.

Algo similar sucede respecto a la variable evaluación del posicionamiento gubernamental en la problemática objeto de información: el 39% de las informaciones no mencionan o no califican la posición del gobierno. Es decir, que casi en dos de cada cinco noticias sobre el movimiento se ha mencionado su iniciativa «social», pero no su posición política —cuestión que en buena medida confirma la valoración de la CONGDE, cuando consideraba que el tratamiento informativo del que son objeto las ONG permite al público saber «qué hacen, pero no por qué lo hacen»—.

Posiblemente la variable causas estructurales del problema denunciado por el movimiento descubre un factor explicativo de dicha valoración: en la gran mayoría de los casos, en el 72%, la información aportada sobre el problema no señala ningún tipo de causa estructural. Es decir, en casi tres

de cada cuatro noticias, se pone de manifiesto que la problemática denunciada no tiene la mínima contextualización para poder comprender sobre qué y cómo está originada.

Lo que vuelve a suceder en cierta medida en relación a las «consecuencias» del problema, donde se incardinaría la variable soluciones propuestas. Los porcentajes de las categorías «soluciones no señaladas» (20%) y «las soluciones son las que están» (19,4%), pone de manifiesto que en dos de cada cinco noticias no se menciona solución alternativa alguna —que normalmente es donde se ubican las que propone el sector no gubernamental—. También es destacable que la solución más indicada en la submuestra de Mozambique sea la de «donativos para la ayuda humanitaria» y el propio sistema de ayuda de emergencia; lo que parece indicar, en cierta medida, que los periodistas y las empresas mediáticas comparten el «orgullo» de las instituciones en el despliegue de medios técnicos y humanos de la constelación humanitaria, en la que ellos recalcan su papel como protagonistas.

4. A MODO DE CONCLUSIÓN: CONSECUENCIAS DE LAS TENDENCIAS INFORMATIVAS SOBRE LA ESFERA PÚBLICA Y LA SOCIEDAD CIVIL

Los datos aportados por los distintos tramos de la investigación empírica hacen patente las tendencias que pesan sobre la información periodística de los problemas sociales: dramatización, espectacularización, fragmentación, descontextualización e instrumentación en la disputa político-mediática. La responsabilidad sobre estas limitaciones informativas se reparte, en distintas proporciones, entre las entidades sociales, los medios de comunicación y los responsables políticos.

En lo que respecta a las entidades sociales, se ha apuntado como la estrategia de comunicación elegida conforma un factor estructural y estructurante: transformando inicialmente el sistema de financiación, termina transformando la vida interna de la organización. Los datos aportados por la investigación doctoral de Pepe López Rey

(Universidad de Coruña) sobre el desarrollo organizativo y comunicacional de las ONG son significativos en este sentido: las organizaciones ligadas a instituciones públicas (100% en «oficiales» y «universitarias»), iglesias (87%) y sindicatos-partidos (85%) cuentan en su inmensa mayoría con departamentos de comunicación o gabinetes de prensa profesionalizados. Resulta un dato significativo si se considera la escasa presencia de recursos comunicativos en las ONG catalogadas como «solidarias» (55%) y que carecen de nexos institucionales fuertes⁹.

En términos de tendencias, por tanto, pueden plantearse cuatro grandes apartados:

1. El progresivo cierre mediático a las estrategias de movilización que en el campo de la cooperación al desarrollo y la solidaridad internacional impulsan los actores menos institucionalizados, aglutinados en campañas de movilización y sensibilización ciudadana. Ese cierre mediático se acentúa cuanto mayor resulta el contenido de crítica, denuncia y protesta. La pérdida de visibilidad de la iniciativa movilizadora de las distintas redes del movimiento a lo largo de las tres campañas pone de manifiesto la relación inversa entre visibilidad (aumento) y contenidos críticos (reducción) en la información sobre los problemas sociales. De hecho, a medida que el movimiento se politiza tanto en términos de análisis como de propuesta, cruzando el umbral tolerado de crítica y denuncia al utilizar los conceptos de neoliberalismo y capitalismo, va siendo sustituido por otras noticias de Desarrollo de carácter más consensual-promocional. Por tanto, las iniciativas del tejido social corren el riesgo de resultar marginadas y recluidas en esferas públicas periféricas, desconectadas de los principales centros de debate y toma de decisión (Sampetro, 2000).
2. Como ya se apuntó, estas tendencias están reforzadas por la estrategia adaptativa de las ONG particularmente de aquellas entidades institucionalmente más dependientes (las ligadas a Iglesias, partidos, sindi-

⁹ La explicación de esta diferencia residiría en que las instituciones madre que respaldan a las ONG oficiales y universitarias buscan sin ambages la proyección pública dentro de los parámetros del marketing (llamado con causa). Destinan gran parte de sus recursos humanos e institucionales para aumentar su recaudación y poder cuantificar la presencia en los medios, de modo que así justifican la recepción presupuestos y donaciones, tanto ante la institución madre como frente a otras ONG, lo que al mismo tiempo se vuelve a convertir en un recurso de marketing que subraya la respuesta social a la entidad.

catos, empresas), que construyen departamentos de marketing y promueven un tipo de marketing con causa. Con esta estrategia, estas entidades no logran ampliar los marcos explicativos que motivan su acción ni ganar un apoyo público que vaya más allá de la contribución monetaria, y sin embargo impulsan una reubicación de recursos internos de cada organización que termina fomentando un aumento de la competitividad interna (y también desconfianza) del sector en su búsqueda de recursos externos.

Las entrevistas realizadas con los distintos responsables de comunicación ponen de manifiesto las dudas —y también las tensiones— que existen al interior del sector sobre estas estrategias comunicativo-financieras. Se sospecha que dificultan la incorporación de las dinámicas participativas que se consideran propias de estas entidades, al promover un tipo de relacionamiento social —exclusivamente monetario— que termina reforzando una especialización de las juntas directivas, indudablemente de tendencia oligarquizante.

3. En este cierre selectivo, no obstante, las «ONG» se han convertido en un tema de interés periodístico que ha ido ganando progresivamente espacio en los periódicos. En las coordenadas de la «fiebre de la solidaridad» y de la promoción internacional de la «ayuda humanitaria», las informaciones promocionales y consensuales ganan intensidad (número de noticias), espacio (extensión) y relevancia (lugar en el periódico).

Se «despolitiza» así una actividad de crítica y denuncia que en los años precedentes a 1994 eran mayoritaria en este tipo de noticias, y mostraban al menos una potencialidad conflictiva al desafiar la perspectiva gubernamental. Aquí no tenemos la posibilidad de teorizar con la profundidad que se merece las consecuencias sociales y políticas de estas tendencias, aunque es necesario recalcar que la capacidad de llevar a cabo este desafío intelectual a la interpretación oficial es clave para el funcionamiento de la esfera pública de las sociedades democráticas.

4. Finalmente es necesario apuntar que se está produciendo una situación en la cual los actores mediáticos disponen de un creciente margen para elaborar «buenas noticias», eventualmente tranquilizadoras respecto a salvaguardar una imagen de «sociedad solidaria e integrada». En la medida en que no es difícil cuestionar la labor de los políticos y las instituciones oficiales en este campo de la «solidaridad», y en general en el retroceso de las políticas de bienestar que se está produciendo en las coordenadas de la globalización neoliberal, es fácil para los medios presentarse así mismos como los más receptivos, incluso promotores, de este tipo de demandas de la sociedad civil activa.

Habría que estudiar detenidamente las consecuencias de esta tendencia mediática sobre la cultura política y la percepción de la política que tienen los ciudadanos. Porque estas dinámicas informativas no son exclusivas de la información sobre los actores sociales, sino que se combinan con otros factores que inciden en el declive de la información pública. La lógica empresarial y las rutinas informativas insertas en un ámbito laboral de creciente desregulación, prima de una actualidad mediática que se alimenta del miedo al crimen, a la catástrofe y al terrorismo (Bennett, 2002). La dramatización de la vida social aleja a la ciudadanía de la reflexión sobre las causas sistémicas subyacentes.

En definitiva, con los datos arrojados en esta investigación se puede afirmar que con la información periodística aportada por los medios convencionales, la ciudadanía tiene dificultades para comprender los problemas sociales y sus dinámicas políticas e institucionales constitutivas. Por tanto, queda difuminado y, aún más, relegado el papel de la sociedad civil y la participación ciudadana en la resolución de dichos problemas en un contexto de creciente mercantilización. Tal como sintetizó tan ilustrativamente el ya comentado pasaje de la CONGDE: se sabe qué hacen las ONG, pero no por qué lo hacen, ni que diferencia existe entre estas entidades y una empresa.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUIRRE, M. (1999), «Los medios periodísticos y el espectáculo humanitario» en VV.AA *Los desafíos de la acción Humanitaria*, Barcelona: Icaria/Unidad de estudios Humanitarios.
- BENNET, L. (2002) «La globalización, la desregulación de los mercados de los medios de comunicación y el futuro de la información pública» en Vidal Beneyto (ed.) *La Ventana Global*, Madrid; Taurus.
- CALLE, A. (2000), *Ciudadanía y solidaridad. Las ONG de Solidaridad Internacional como Movimiento Social*, Madrid; Icpala.
- CASTELLS, M (1998) «La política informacional y la crisis de la democracia», en *La era de la información. Economía, sociedad y cultura. Vol 2: El poder de la Identidad*, Madrid; Alianza.
- COTARELO, R (1995) *La Conspiración. El golpe de estado difuso*. Madrid; Ediciones B.
- DAYAN, D. y KATZ, E. (1992) *Media Events, The Live Broadcastings of History*, Cambridge, Mass; Harvard Universty Press.
- DIANI, M. (1998), «Las redes de los movimientos: una perspectiva de análisis.» en Ibarra y Tejerina, *Los movimientos sociales. Transformaciones políticas y cambio cultural*, Madrid; Editorial Trotta.
- HIRSCHMAN, A. O. (1986), *Interés privado y acción pública*, México; F.C.E.
- JIMENEZ, M. y ALCALDE, J. (2003) «Seis meses de lucha. La construcción de la identidad pública del movimiento antiglobalización en la prensa durante la Presidencia Española de la UE en 2002», en Sampedro (ed.) *La pantalla de las identidades. Medios de comunicación, políticas y mercados de identidad*, Barcelona; Icaria.
- ROMERO PEREZ, A. (1995), «Tramando solidaridades. El 0,7 es mucho más», *Sistema n.º 127-128*.
- SAMPEDRO, V. (1997) *Movimientos sociales: debates sin mordazas. Desobediencia civil y servicio militar obligatorio (1970-1996)*, Madrid; Centro de Estudios Constitucionales.
- SAMPEDRO, V. (2000) *Opinión pública y democracia deliberativa. Medios, sondeos y urnas*, Madrid; Istmo.