

facilité par Internet a été l'émergence d'un nouveau secteur des services — le secteur de la dissension. Et il existe un centre de l'activité commerciale — appelons-le *dissension.com* — exploité de manière très efficace par un noyau d'ONG dirigé par une nouvelle race d'entrepreneurs dans le domaine des politiques. Il importe de souligner que l'industrie de la dissension est en grande partie le produit de la révolution d'Internet. Un réseautage peu coûteux, sans frontières et en temps réel, fournit aux ONG qui défendent des causes des économies d'échelle et également de vaste portée en reliant des groupes très disparates au moyen d'un thème commun. Comme c'est le cas de toutes les innovations, il existe aussi d'importantes boucles de réaction positives. Un réseau d'ONG établi au Sommet de Rio en 1992 a été utilisé par des groupes américains, canadiens et mexicains de défense d'intérêts opposés à l'ALENA, et cette expérience a été d'une importance déterminante pour mobiliser la lutte contre l'Accord multilatéral sur l'investissement (AMI). On a mis les leçons de l'AMI à contribution dans les préparatifs de Seattle, et l'expérience de Seattle a été utile aux fins de la planification de Washington, de Prague et de Porto Alegre, de Davos, de Québec et de Gênes, et ainsi de suite. Les éléments d'actif clés de *dissension.com* sont la capacité de se servir des médias pour transmettre le message. Étant donné que les réseaux sont si divers de par leur mission et leur emplacement, le message doit véhiculer un thème simple et commun, par exemple, à Seattle, « Fix It or Nix It » (Réparez ou rejetez); à Washington, « De-Fund the Fund! Break the Bank! Dump the Debt! » (Abolissez le Fonds! Brisez la Banque! Annulez la dette!). Même si le message et les médias sont conjugués à une campagne de financement (dans le cas des ONG qui parviennent à faire une utilisation massive des services postaux et à obtenir des fonds de fondations — principalement américaines), la viabilité de cette nouvelle « entreprise » dépend non seulement des 3M (message-media-money), mais, en dernière analyse, de la possibilité de vente de son « produit » : la lutte contre la mondialisation ou, comme certains préfèrent dire, la lutte contre une mondialisation assurée par les entreprises.

À Gênes, le Forum social de Gênes, chargé de coordonner les manifestations et les discussions, n'a pas été en mesure de contrôler la violence des groupes extrémistes à la fois de gauche et de droite. La réaction de la police a aggravé la violence et le chaos. Même avant Gênes, un certain nombre d'ONG grand public ont cherché à se distancer des manifestations, craignant