

Los nuevos resortes de la información globalizada: Del “poder simbólico” al “terror emocional”

Tasio Camiñas Hernández¹

En la actualidad, la cultura mediática del consenso y la integración social configura un poder casi absoluto que no sólo está vinculada a la transmisión de ideas, emociones e ideología, sino que impone modos de representación, en forma de imágenes y formas narrativas, que transforman la reproducción del mundo real en espectáculo de sesión continuada (Imbert, 2002: 19-30). Este tipo de representación estaría ligada a dos importantes operaciones: *hacer ver* la construcción de una cierta realidad a través o por los medios de comunicación y *hacer creer* a los espectadores la esencia de esos discursos comunicados. Ambas operaciones se basarían en el poder de la imagen, y también de las palabras manipuladas del discurso, que privilegian lo emotivo sobre lo intelectual, y la inmediatez, las cosas más primarias, sobre todo aquello que es más distanciado, reflexivo o crítico.

En este sentido, Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1977: 20-21) ya había advertido que estos modos de representación y de imposición de los discursos conllevan una “violencia simbólica” que es ejercida por un “poder simbólico”, poder sobre las conciencias más que sobre los cuerpos, que es “poder de constituir el dato mediante la enunciación, de hacer ver y hacer creer, de confirmar o transformar la visión del mundo y, por ende, la actuación sobre el mundo, o sea, del mundo, poder casi mágico que permite obtener lo equivalente a lo que se obtiene mediante la fuerza (física o económica)”. En realidad, Bourdieu parece estar definiendo la esencia del poder que ejercen hoy día las elites políticas y económicas, pero también las intelectuales, a través de los medios de comunicación y de propaganda, configurando así e imponiendo lo que pudiéramos llamar una forma pérfida de “terror emocional” que no destruye las mentes, sino que las aturde, amedrenta e integra para el proceso social

de consenso o “pensamiento único” en marcha.

También, en esta línea argumentativa, Imbert nos hace partícipes acertadamente de su hipótesis de los discursos “eufóricos” y “disfóricos” que plantean los medios actuales, y sobre todo la televisión, y que nos traen a la memoria figuras arcaicas comunes sobre las fobias, las obsesiones y los fantasmas que entroncan con un imaginario postmoderno de la violencia que trata de trivializar a ésta hasta hacernos insensibles ante su espectáculo. Igualmente, al trivializarse las figuras del mal, vuelven a éste inofensivo, e incluso anulan su carga subversiva y lo naturalizan. Esto es lo que está sucediendo con las últimas guerras llevadas a cabo por las fuerzas militares de la potencia estadounidense y sus aliados, tal como nos las quieren representar los nuevos medios globales de comunicación y propaganda, y lo que ocurrió también con el 11-S y la posterior campaña de “guerra contra el terrorismo”. En general, no hay víctimas visibles, ni civiles ni militares, en unas guerras que también son en gran medida invisibles, al menos las que caen dentro del lado que representa a Occidente. Las víctimas se han vuelto opacas, de ahí que algunos analistas (Baudrillard, 1992; Ignatieff, 2000; Virilio, 2000) se hayan preguntado sobre la “existencia real” o el “espacio virtual” o “territorial” de las guerras actuales.

En todas estas guerras “invisibles” libradas en las últimas décadas pareciera que no ha habido víctimas mortales, -salvo las de algunos periodistas occidentales, ampliamente publicitadas desde los propios medios de comunicación-, cuando, en realidad, se han contabilizado cientos de miles. Por eso, Joane Smith se pregunta por qué nadie en Europa o en Estados Unidos se ha preocupado hasta ahora de hacer públicas las listas de las víctimas civiles que ha habido en Bosnia, Irak o Afganistán, mientras que las víctimas que han sido

provocadas por grupos terroristas como Al Qaeda han sido rápidamente publicadas en varios países. Así ocurrió con las víctimas de la *zona cero* de Nueva York, tras el 11-S, y otro tanto ha ocurrido con las víctimas del 11-M de Madrid. Smith sólo encuentra una razón para ello, pero de peso y de índole propagandística, y es que con las víctimas del 11-S, anglohablantes y con nombres familiares, era muy fácil que los ciudadanos europeos y americanos se identificasen rápidamente con ellas (Smith, 2002: 196). Con eso, se lograba aumentar el sentimiento de ira y odio hacia los agresores y sus semejantes étnicos. Precisamente, a lograr ese propósito estuvieron enfocadas muchas de las acciones emprendidas por los servicios de propaganda de la Administración Bush tras los atentados del 11-S. En el caso de los atentados de Madrid, atribuidos en principio a ETA por el Gobierno de Aznar, las claras muestras de manipulación informativa ejercidas por el Ejecutivo español y sus medios de propaganda esos días previos a las elecciones provocaron, en parte, una reacción de indignación de parte del electorado “desencantado de los partidos políticos”, que acabó por votar contra la mentira del Estado y el Gobierno para otorgarle el triunfo en los comicios generales del 14 de marzo de 2004 al Partido Socialista Obrero Español².

Por ello, quizás, convendría reflexionar más detenidamente sobre el rol de los medios de comunicación en este nuevo orden mundial y, por supuesto, sobre cuál debería ser su papel en la cobertura de los conflictos globales o la “guerra contra el terrorismo”, que no es otra cosa que la cobertura actual de los medios de la propia cotidianidad contemporánea y su repercusión social y política.

Retrocediendo en el curso de la historia nos encontramos ya con los efectos de la propaganda en la I Guerra Mundial. Tal vez no sea la propaganda otra cosa que el triunfo de la emoción sobre la razón dentro de una burocratizada maquinaria de poder para controlar a los individuos, teniendo en cuenta, además, que el culto a la guerra es mucho más antiguo que el culto de la paz (Taylor, 1998:183-186). Ya decía el escritor romano Vegetius, en el siglo IV, que quien deseara

la paz debía estar preparado para la guerra. Esta máxima sigue vigente hoy día en el proyecto global americano, por eso, mantener el miedo y un clima de terror emocional a través de la propaganda y los mensajes de los medios de comunicación es algo esencial y sirve, a su vez, para seguir alimentando la carrera de armamentos. A su vez, se frenan las libertades y reducen los gastos sociales, esa utopía europea llamada sociedad del bienestar.

Este es un hecho cada vez más acuciante en Estados Unidos, y también en otros países, pues no en vano “entre 1949 y 1999 Estados Unidos invirtió 7,1 billones de dólares en la defensa nacional, de modo que la deuda estadounidense ascendía entonces a 5,6 billones de dólares, de los cuales 3,6 billones se le debían al ciudadano y 2 billones a los fondos fiduciarios de la Seguridad Social y el seguro médico del Estado” (Vidal, 2002:257). Igualmente, se ha apuntado que más de la mitad del gasto federal discrecional se destina a fines militares, una de las razones de que Estados Unidos se enfrente a problemas económicos estructurales y sociales de gran magnitud, a la vez que presenta, según diversos estudios, mayores tasas de mortalidad infantil, analfabetismo, desnutrición y pobreza que cualquier otro país industrializado (Chomsky, 1996:21-33).

Tal situación se ha reforzado notablemente con los últimos presupuestos presentados por la Administración Bush, los que hacen referencia al año fiscal 2003³. El Gobierno de Estados Unidos ha vuelto a lanzar a sus ciudadanos el mensaje de que el país está en guerra y todos deben pagar ese esfuerzo para luchar y vencer. Como se están encargando de propagar los expertos orgánicos del sistema, el país está dispuesto a utilizar todo su poder en los ámbitos económico, militar, diplomático, de la inteligencia, la justicia y la información para derrotar al terrorismo, el nuevo gran enemigo, que está representado no sólo por los regímenes díscolos, como era el de Sadam Husein, sino por el integrismo islámico y musulmán. Resulta paradójico que dos modelos fundamentalistas, como pueden ser el integrismo islámico y el cristianismo bíblico anglosajón, representado por los actuales dueños del poder en Estados Unidos,

en otras ocasiones aliados, aparezcan ahora como “enemigos irreconciliables”.

Pero sostener una maquinaria bélica que mantiene de forma permanente unos 250.000 soldados en el extranjero y 1.100.000 más en territorio estadounidense es realmente una ardua tarea. Así, por ejemplo, el presupuesto prevé una partida de casi 4.000 millones de dólares para apoyar económica y militarmente a aquellos países que estén en primera línea de la lucha antiterrorista; y otros 173 millones de dólares para asistir y entrenar a miembros de otros países en la lucha contra el terror. En este sentido, se ha pensado en crear un Centro de Entrenamiento para la Seguridad y el Antiterrorismo (CAST) que prepararía anualmente a unos 7.500 especialistas, tanto estadounidenses como aliados, en todo tipo de medidas antiterroristas y de seguridad. Estados Unidos pretende así mantener y renovar esa enorme academia militar que ofrece múltiples servicios de especialización a los ejércitos del mundo, lo que, a su vez, le reporta no pocos beneficios económicos, informativos y de inteligencia.

Asimismo, se invertirán otros 1.500 millones de dólares en programas “científicos para la paz”, con el propósito de reducir el riesgo de que grupos terroristas puedan acceder a cualquier tipo de armas de destrucción masiva. Estos programas tendrán como principal objetivo ayudar a Rusia y a las antiguas repúblicas soviéticas a controlar y desmantelar sus arsenales de armas químicas, nucleares y biológicas “para que no caigan en las manos equivocadas”. También se invertirán unos 60 millones de dólares para que medios oficiales de propaganda como la *Voz de América* o *Radio Free Europe/Radio Liberty* aumenten sus programas y difundan, en zonas como Afganistán y Oriente Próximo, la versión oficial acerca de la naturaleza de los grupos terroristas y las intenciones de Estados Unidos en la “guerra contra el terrorismo”.

Otro de los avances en la lucha antiterrorista que han tenido una oportuna divulgación por parte de la Administración Bush ha sido la apuesta decidida para controlar las finanzas de los grupos terroristas. Aunque esto no deja de ser un episodio más de propaganda, pues los grupos terroristas disponen de todos los mecanismos reservados

que posee el sistema monetario para funcionar, como las cuentas ocultas o los paraísos fiscales. No obstante, el 23 de septiembre de 2001, Bush firmó la Orden Ejecutiva 13224 según la cual otorgaba al Departamento del Tesoro la potestad de congelar las cuentas y los activos de cualquier grupo terrorista o sus financiadores. Desde el 11-S y hasta el final del año 2001, la Administración americana dijo haber congelado 33 millones de dólares pertenecientes a seguidores o miembros de Al Qaeda, los talibanes, Hamás y otras organizaciones terroristas de Oriente Próximo⁴.

En consecuencia, el presidente Bush ha pedido un 12 % de aumento con respecto al año anterior en los presupuestos para defensa y seguridad, lo que supone un total de 369.000 millones de dólares. El informe del Departamento de Defensa que valora los presupuestos del 2003 concluye que “siempre, a lo largo de los últimos cien años, los tiranos del mundo han cometido el mismo error: subestimar el carácter, la resolución y la fuerza de Estados Unidos, de forma que han buscado la guerra para aumentar su poder, aunque lo que han logrado ha sido su propia destrucción”. En esta línea, algunos autores (Sardar y Davies, 2002:68) sostienen que, durante la “guerra fría”, los americanos alcanzaron una media de 1,29 intervenciones por año en otros países, cifra que se ha incrementado hasta 2 intervenciones anuales desde la caída del Muro de Berlín, lo que viene a demostrar su política hegemónica e imperialista. Además, mientras Europa recortaba sus presupuestos de defensa, Rusia se colapsaba en ese apartado y China los revisaba, Estados Unidos ha llegado ya a casi 400.000 millones de dólares en sus presupuestos militares, lo que supone la mitad de todo lo que se invierte en el mundo en ese capítulo.

Pues bien, haciendo un poco de memoria, cuando Estados Unidos entró en apoyo de Gran Bretaña en la I Guerra Mundial se formó en aquel país el llamado Comité de Información Pública, que estaba bajo la dirección de un periodista, George Creel. Este comité llegó a tener más de treinta oficinas en otros tantos países, comandadas todas ellas por periodistas. Entre sus funciones básicas

estaba la de reafirmar los valores de la república y la democracia americana y promocionar su ideología para cohesionar al país dentro de sus fronteras. Así, lanzaban proclamas y panfletos en los que señalaban que el Kaiser alemán era el diablo y que los soldados alemanes eran violadores de mujeres inocentes y asesinos de niños. Este comité se encargó de “vender” la intervención americana en la guerra como una necesidad para llevar la democracia a Europa, y crear una fuerte conciencia nacionalista americana.

Esas técnicas propagandísticas son las mismas que utilizaron el ejército americano y sus encargados de relaciones públicas a finales de los años noventa, durante la guerra del Golfo. En esa guerra los medios de comunicación demostraron ya un alto grado de patriotismo e incluso militarismo pro-americano. Se comentaron los posibles peligros procedentes del “fundamentalismo árabe” y las amenazas que éste suponía para Israel. Sadam Husein era señalado también como el mismo diablo (Satán), y los soldados iraquíes que entraron en Kuwait, además de perpetrar una agresión militar injusta, eran violadores de mujeres y asesinos de niños recién nacidos que eran extraídos de sus incubadoras en los hospitales y abandonados en el suelo. Estos mensajes propagandísticos fueron puestos en circulación por la compañía estadounidense de relaciones públicas Hill & Knowlton que, al parecer, trabajaba entonces para el Gobierno de Kuwait en el exilio (Taylor, 1995:292). Otra de las agencias americanas que más se ha señalado en la tarea de elaborar mentiras para los servicios de propaganda del Gobierno americano ha sido la firma Rendon Group⁵.

No obstante, esto puso de manifiesto que los medios utilizaron entonces una cierta agresión simbólica e incluso xenófoba (McQuail, 1992: 243) contra Irak y el pueblo árabe, en general. Algunos investigadores (Gandy Jr., 1998) han reflexionado sobre las representaciones negativas, en creencias y opiniones, que promueven los medios estadounidenses sobre las minorías y que, de manera continuada, van sembrando en la conciencia social. Estas representaciones negativas, de acuerdo con los planteamientos que también han propuesto otros autores (Said, 1990, 1996, 1997; Ahmad, 2001),

refuerzan los prejuicios sociales, que los medios se encargan de construir y mantener mediante sus retratos sociales de la realidad y a través de medios poderosos y de probada influencia como la televisión, la prensa o el cine. En estos casos, y como señala Said, en los diversos discursos occidentales se representa a menudo al Islam y Oriente Próximo como algo absolutista, fatalista, patriarcal, antimoderno o patibulario, lo que significa que cultural y psicológicamente los árabes y musulmanes serían primitivos, prisioneros de sus emociones -como buena parte del electorado español que decidió castigar al Partido Popular en el Gobierno tras los atentados del 11-M-, y estarían encadenados a la *yihad*, con estrechos lazos con grupos extremistas que santifican la violencia sangrienta contra los occidentales.

El discurso estereotipado y despectivo de las diferencias sería, asimismo, alimentado por los medios de comunicación de forma alarmante, hasta el punto de ser hoy día predominante (Karim, 2000; Shaheen, 1997, 2000: 22-42), como señalan diversos trabajos de investigación que perciben como en los medios de comunicación americanos los musulmanes son vistos casi exclusivamente como una comunidad monolítica y étnica. Esta visión sesgada que tienen los occidentales, en general, del mundo árabe y musulmán estaría basada, según Said, en una perspectiva ideológica que plasma sus raíces en un contexto histórico de conquista y dominación, que tiene que ver sobre todo con los planteamientos de la época colonialista.

Y esos planteamientos entran de lleno en el contexto de la propaganda de integración ejercida por el sistema neoliberal de libre mercado que se pretende implantar en el mundo globalizado. Pues, como dijera el historiador Fred Inglis (Taylor, 1995: 261), en relación con los usos propagandísticos en la época de la II Guerra Mundial: “La combinación de la pasión popular, los apañes legislativos y la complicidad histórica de la prensa llevó al Estado (Estados Unidos) hacia un liberal-capitalismo que no era sino una versión del totalitarismo”. Y si nos atenemos a la definición que hacía Hannah Arendt del totalitarismo a mediados del siglo pasado, éste sería a menudo una simplista y consumada ideología que “deniega los derechos del

individuo, los subordina a un Estado y sus propósitos y postula un estado de guerra permanente entre las fuerzas del bien y del mal” (Arendt, 1958: 420-479).

Esta definición nos desvela que, en cierta medida, hoy asistimos a un escenario muy semejante. Tras los atentados del 11-S y las posteriores guerras de Afganistán e Irak, la maquinaria mediática y propagandística estadounidense ha ocupado la vanguardia en la defensa de los valores patrios, los únicos universales, y en la recuperación del orgullo nacional herido. Y quien no ha actuado dentro de esos términos ha sido tachado de antiamericano y antipatriota desde los ámbitos del poder sin ningún tipo de prejuicio. El bien, de connotaciones bíblicas y fundamentalistas cristianas, ha sido definido desde el propio Gobierno estadounidense y personificado en George W. Bush, salvador de América, mientras que el mal, el nuevo enemigo de Occidente y de los valores universales, es el integrismo musulmán y los Estados “canallas” que lo cobijan. Y este es, esencialmente, el mensaje mayoritario que se traduce de los medios de comunicación estadounidenses y occidentales, unos medios cada vez más globalizados e imbricados en un mercado mundial de la información que está siendo controlado por una serie de familias elitistas anglosajonas que conocen el verdadero poder económico y político de la información y que luchan a diario por aumentarlo.

José Luis Martínez Albertos advierte que en el periodismo norteamericano se está produciendo un déficit en algunos aspectos propios del derecho a la información, como es la ausencia de un debate de ideas y una preocupante autocensura reflejada en el miedo a emitir opiniones discrepantes respecto al pensamiento único gubernamental. Este hecho podría conducir a un resultado nefasto, como es que el periodismo en Estados Unidos no sea capaz de brindar a los ciudadanos una imagen fiable de la sociedad en la que viven (Martínez Albertos, 2002: 13-27). También es un ejemplo reciente de lo anterior la curiosa ola de censura y puritanismo que recorre el mundo de la cultura y el espectáculo en Estados Unidos, justo en un año electoral.

Una situación también sospechosa sobre los lazos ocultos entre el poder y la prensa

se está viviendo en otros países democráticos, como Gran Bretaña, Italia o España. En el Reino Unido ha tenido una gran repercusión el caso del científico David Kelly, experto en armas de destrucción masiva y asesor del Ministerio de Defensa británico, que apareció muerto en un bosque tras ser acusado por el Gobierno de Tony Blair de filtrar información confidencial a un periodista de la *BBC*, acerca de un informe “maquillado” de los servicios secretos sobre la capacidad de Irak para atacar con armas biológicas. Tras un largo proceso, llevado a cabo por el juez Brian Hutton, se puso en entredicho la credibilidad no sólo del Gobierno de Blair, sino la de los medios de comunicación, en este caso la cadena pública de televisión “*BBC*”. Pero lo cierto es que el informe final, filtrado al periódico sensacionalista *The Sun*, propiedad del magnate neoconservador Rupert Murdoch, exculpaba a Blair y su Gobierno y ponía todo el acento acusatorio en el propio Kelly, que se dijo se había suicidado, y en la dirección de la *BBC*, cuyos máximos directivos pidieron disculpas y presentaron su dimisión, lo que fue interpretado en algunos círculos como una inmolación de la cadena pública de televisión ante el poder político⁶.

Este suceso ha puesto de manifiesto, además, otro problema que ha sido abordado recientemente en un informe del Consejo de Europa, acerca de las presiones políticas y la falta de libertad de los servicios públicos de televisión en Europa. Según ese informe, la *BBC* ha sido atacada por el Gobierno británico debido a su cobertura sobre la guerra de Irak. En Grecia, Italia, Portugal y España existe un claro “clientelismo político”, un “paternalismo estatal” y una especie de “partitocracia” que impiden la emancipación de los servicios públicos de televisión del control político directo, señala el informe⁷. Un ejemplo puesto por el Consejo de Europa fue la grave manipulación llevada a cabo en *TVE* sobre la cobertura informativa de la huelga general que tuvo lugar en España en junio del 2002. Tras ese hecho, la organización sindical Comisiones Obreras denunció a los servicios informativos del ente público español y a su director Alfredo Urdaci, que fueron condenados por la Audiencia Nacional, pero, en realidad, *TVE*

no sólo no tomó ninguna postura en contra de este periodista, un auténtico empleado del sistema orgánico gubernamental, sino que le ha otorgado si cabe aún más protagonismo dentro del “ente público”, como han demostrado los hechos derivados del 11-M y las elecciones generales en España del 14 de marzo del 2004.

En el actual contexto en que se desarrolla la libertad de prensa en las democracias occidentales, y dado el estado de “guerra permanente” al que Estados Unidos parece haber conducido a la sociedad globalizada, cabría preguntarse si tienen derecho los Estados y los medios de comunicación, es decir, quienes ostentan el poder, a manipular de forma sistemática la realidad y a mentir a los ciudadanos, con cuyos impuestos se financian y se llevan a cabo toda clase de campañas ideológicas y propagandísticas, incluidas las campañas bélicas. Hoy día, los medios están cada vez más en manos privadas interesadas y si son públicos, como se pone de manifiesto con demasiada frecuencia, son sometidos a presiones y controles desde el poder político y económico, por lo que han dejado de ser un verdadero servicio público para convertirse en sistemas de propaganda. Además, los más influyentes, participan activamente en grandes grupos multimedia y obtienen mayores beneficios a través de los sistemas financieros y bursátiles, por lo que poseen un alto valor añadido en el mercado libre mundial de productos relacionados con la información, el ocio y la cultura oficial.

Lo cierto es que las noticias perciben y construyen la realidad de acuerdo a la ideología institucional dominante, como ha

puesto de manifiesto en distintos trabajos el Glasgow University Media Group (GUMG, 1976, 1985, 1993, 2000). En el mismo sentido, Michael Parenti señalaba que lo que se entiende por objetividad dentro de los medios de comunicación es la aceptación de una realidad social determinada por las fuerzas dominantes de esa sociedad, sin ningún tipo de análisis crítico sobre las agendas ocultas de esa realidad, sus intereses de clase o sus sesgos ideológicos (Parenti, 1993: 52). Y en esa línea difusa trazada entre el profesionalismo y la objetividad, que pasa casi siempre por el tamiz de la censura o la autocensura, los medios no hacen sino dar crédito a un punto de vista consensuado que nada tiene en común con la objetividad ni con la imparcialidad, y muy poco que ver con la verdad (Pilger, 2001: 254-265).

Esta situación, que se viene poniendo de manifiesto más que nunca desde la liberalización de las telecomunicaciones en todo el mundo, ha dado paso a la llamada información globalizada en directo y en tiempo real, una especie de pseudo realidad disfrazada de falsas emociones que llega a todos los rincones, propiciada principalmente por la irrupción de los satélites de comunicaciones. Pero, a su vez, junto a ese avance meramente tecnológico, se han venido ensayando viejos y nuevos tipos de censura y propaganda como los empleados en las últimas guerras mediáticas que han puesto en cuestión el verdadero papel de los medios en la sociedad actual, el sentido más noble de la libertad de expresión y el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz, plural e independiente de los poderes públicos.

Bibliografía

Ahmad, Eqbal, *Terrorism: Theirs and Ours*, *Open Media Pamphlet Series*, Seven Stories Press, New York, 2001.

Arendt, Hannah, *The Origins of Totalitarianism*, Meridian, New York, 1958, pp. 420 - 479.

Armitage, J., (2000, october, 18) CTheory interview with Paul Virilio: *The Kosovo war took place in orbital space*, *CTheory: Theory, Technology and Culture*, 23, April 19 (<http://www.ccc.de/mirrors/cryptome.org/virilio-rma.htm>).

Baudrillard, Jean, *La Guerra del Golfo no ha tenido lugar*, Anagrama, Barcelona, 1992; del mismo autor, *La transparencia del mal*, Anagrama, Barcelona, 1991.

Bourdieu, Pierre, "Sur le pouvoir symbolique", en *Annales*, nº 3, París, 1977.

Chomsky, Noam, *Cómo se reparte la tarta. Políticas USA al final del milenio*, Icaria, Barcelona, 1996, pp. 21- 33.

Gandy Jr., Oscar, *Communication and Race: A Cultural Perspective*, Oxford University Press, New York, 1998.

Glasgow University Media Group (GUMG), *Bad News*, Routledge & Paul Kegan, London, 1976.

GUMG, *War and Peace News*, Milton Keynes, Open University Press, Philadelphia, 1985.

GUMG, *Getting de Message. News, Truth and Power*, John Eldridge (Ed.), Routledge, London, 1993.

GUMG, *Market Killing. What the Free Market Does and What Social Scientists Can Do About It*, Greg Philo y D. Miller (Eds.), Longman, London, 2000.

Ignatieff, Michael, *Virtual War: Kosovo and Beyond*, Metropolitan Books, New York, 2000.

Imbert, Gerard, "Azar, conflicto, accidente, catástrofe: figuras arcaicas en el discurso posmoderno (entre lo eufórico y lo disfórico)", en *Trama y Fondo*, nº 12, Universidad Complutense de Madrid, 2002, pp. 19 - 30.

Karim, K. H., *Islamic peril: Media and global violence*, Black Rose Books, Montreal, 2000.

Martínez Albertos, José Luis, "La opinión en los periódicos norteamericanos después del 11-S: el derecho a una información discrepante", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 8, 2002, pp. 13 - 27.

Mcquail, Denis, *Media Performance: Mass Communications and the Public Interest*, Sage, London, 1992, p. 243.

Parenti, Michael, *Inventing Reality: The Politics of the News Media*, 2ª Ed., St. Martin's Press, New York, 1993, p. 52.

Pilger, John, *Heroes*, Vintage Books, London, 2001.

Said, Edward, - *Orientalismo*, Libertarias-Prodhufi, Madrid, 1990; *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How we See the Rest of the World*, Vintage Books, New York, 1997; *Cultura e imperialismo*, Anagrama, Barcelona, 1996.

Sardar, Z. y **Davies**, M. W., *Why Do People Hate America?*, Icon Books, Sydney, 2002, pp. 68 y 111.

Shaheen, J. G., *Arab and Muslim stereotyping in American popular culture*, Georgetown University Center for Muslim-Christian Understanding, Washington D. C., 1997; "Hollywood's Muslim Arabs", en *The Muslim World*, 90, 2000, pp. 22 - 42.

Smith, Joane, *Moralities: How to End the Abuse of Money and Power in the 21st Century*, Penguin, London, 2002, p. 196.

Taylor, Philip M., *Munitions of the Mind. A History of Propaganda from the Ancient World to the Present Day*, Manchester University Press, Manchester, 1995.

Vidal, Gore, *El último imperio*, Síntesis, Madrid, 2002.

Virilio, P., *War and Cinema: The Logistics of Perception*, Verso, New York, 1984.

¹ Universidad de Málaga.

² FLORES D'ARCAIS, Paolo, "Esperanza para Occidente", en *El País*, 18 - 03- 2004, p. 16.

³ DEPARTMET OF ENERGY, "Winning the War on Terrorism Abroad", en *The Budget for Fiscal Year 2003*, September, 2002, pp. 13 - 30 (<http://www.mbe.doe.gov/budget/>).

⁴ La lista “negra” de organizaciones terroristas que el Departamento de Estado de Estados Unidos mantenía en sus registros, en octubre del 2001, era la siguiente: Abu Nidal, Abu Sayyaf, Grupo Islámico Armado (GIA), Aum Shinrikyo, Patria Vasca y Libertad (ETA), Yama Islamiya de Egipto, Hamás, Harakat ul-Mujahidín (HUM), Hezbolá (Partido de Dios), Movimiento Islámico de Uzbekistán, Yamaa Islamiya (Yihad Islámica de Egipto), Kahane Chai (Kach), Partido de los Trabajadores del Kurdistán (PKK), Tigres de Liberación de tamil Ealam (LTTE), Organización Mujaidin-e Khalq (MEK), Ejército de Liberación Nacional (ELN), Yihad Islámica Palestina, Frente Palestino de Liberación, Frente Popular para la Liberación de Palestina (FPLP), Comando General del FPLP (CG-FPLP), Al-Qaeda, IRA Auténtico, Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC), Núcleo Revolucionario, Organización Revolucionaria 17 de Noviembre, Frente-Ejército Revolucionario de Liberación Popular, Sendero Luminoso y Autodefensas Unidas de Colombia. (CHOMSKY, N., *11/09/2001*, RBA Libros S. A., Barcelona, 2001, pp. 132 - 133). De estos 28 grupos, a los que al parecer se ha unido el grupo vasco Herri Batasuna, una gran mayoría pertenecen a países islámicos o árabes y buena parte del resto a Latinoamérica, curiosamente las zonas donde mayores intereses políticos y económicos ha mantenido Estados Unidos en las últimas décadas.

⁵ Sin duda, una de las agencias de relaciones públicas más conocidas por trabajar para el Pentágono y el Gobierno americano es Rendon Group. Esta empresa es propiedad de John Rendon,

un individuo que se considera a sí mismo “un guerrero de la información y un empresario perspicaz”, y fue contratada por la Administración americana, por 100.000 dólares al mes, para hacerle creer al mundo árabe que la guerra contra Afganistán, tras los ataques del 11-S, era contra el terrorismo y no contra el Islam. Esta agencia ha participado en múltiples trabajos “sucios” para el Gobierno estadounidense, el Pentágono y la CIA, en países como Panamá, Haití, Kuwait e Irak (durante la guerra del Golfo) y también ha trabajado para compañías comerciales en Arabia Saudí, Indonesia o Sri Lanka, bajo patrocinio oficial estadounidense. Esta compañía ofrece un notable apoyo al 4º Grupo de Operaciones Psicológicas del Ejército americano, que tiene su sede en Fort Bragg, y que suele llevar a cabo campañas de propaganda en las zonas donde interviene Estados Unidos, como es el caso de Afganistán o Irak. Uno de los eslóganes de Rendon Group es que ayudan a la gente y a las organizaciones a “vencer” en el ámbito de la comunicación y en el mercado global.”SILVERSTEIN, Ken, “Selling the Afghan War”, en *The Nation*, 7-11 - 2001, [<http://www.thenation.com/docPrint.mhtml?i=special&s=silverstein20011107>].

⁶ OPPENHEIMER, Walter, “El juez Hutton exculpa a Blair de la muerte del doctor Kelly”, en *El País*, 29 - 01 - 2004, pp. Portada, 2 - 4.

⁷ COUNCIL OF EUROPE, “Public service broadcasting”, Doc. 10029, 12 - 01 - 2004 (<http://www.coe.int/T/E/Human-Rights/Media>, 27 - 01 - 2004).