

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

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

Año 10 – 2ª época - Director: [Dr. José Manuel de Pablos Coello](#), catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](#) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España) -

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

[Investigación pdf](#) – [metadatos 739](#) – [Creative Commons](#)

DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-739-160-169

Cómo citar este artículo / How to cite this article:

Camiñas, T. (2007). Valores en alza: guerras, propaganda mediática, cultura del miedo y “hedocinismo”, en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, páginas - pages 160 a 169

Recuperado el ____ de _____ de _____ de:

http://www.revistalatinacs.org/200713Tasio_Caminas.htm

DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-739-160-169

[**Revisor I:** El artículo reseña diferentes eventos globales de carácter militar, aportando una buena síntesis de fechas, hechos y sus correlaciones con la mitología del terror, como indicadores de una cultura hedocínica que atenta contra los derechos elementales del hombre y sus libertades. Algunas reflexiones sobre el “esteticismo de la política” nos hacen pensar sobre los escandalosos niveles de alineación que están logrando la industria bélica y sus correlatos ideológicos, sean de la ficción cinematográfica o de la propaganda gubernamental. **Revisor II:** Con un extenso análisis de acontecimientos bélicos o terroristas, el autor o autora nos quiere demostrar el poderoso instrumento que son los medios de comunicación para expandir una estrategia del miedo que afianza el conservadurismo de la sociedad frente a reales o ficticias amenazas. Aunque se podría haber aprovechado el artículo para indagar sobre el concreto papel de los medios y sus métodos –en lugar de limitarse a señalar que es portavoz de los intereses gobernantes o de sus propios fines comerciales–, el artículo, como se destaca ya en su título, pretende ahondar más en los valores, es decir, en la simbología nada inocente que se esconde detrás de fotografías, titulares y textos que los medios publican sin reparar en que están convirtiendo la información en propaganda. **Revisora III:** Este artículo analiza y reflexiona, con una visión crítica, la utilización de un acontecimiento (los atentados del 11-S) como plataforma de consolidación de un discurso propagandístico basado en el miedo y que favorece la carrera armamentística y el histórico enfrentamiento entre Oriente y Occidente. Texto bien argumentado y de exposición elocuente, ofrece una reflexión sobre el “esteticismo de la política” y la alienación lograda por los intereses gubernamentales y la industria bélica.]

Valores en alza: guerras, propaganda mediática, cultura del miedo y “hedocinismo”

Rising bonds: wars, media propaganda, culture of fear and “hedocynicism”

Artículo recibido el 27 de marzo de 2007

Sometido a pre-revisión el 29 de marzo de 2007

Enviado a revisión el 5 de abril de 2007

Devuelto a su autor tras primera revisión externa el 1 de junio de 2007

Sometido a segunda revisión el 6 de junio de 2007

Aceptado el 10 de junio de 2007

Galeradas telemáticas a disposición del autor el 1 de julio de 2007

Visto bueno del autor el 2 de julio de 2007

Publicado el 5 de julio de 2007

Dr. Tasio Camiñas Hernández © [C.V.]

Profesor del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad

Universidad de Málaga

tasio@uma.es

Resumen: Este artículo es una reflexión crítica basada en el estudio de los acontecimientos derivados del 11-S vistos a través del discurso de los expertos reflejado en la prensa española de referencia. En este análisis se ha observado la evidencia de un discurso propagandístico oficial que es diseminado a diario por las empresas de comunicación globales y los poderes político y económico para imponer una cultura del miedo y de guerra permanente en una sociedad sumergida en dos valores en alza: el cinismo y el hedonismo (“hedocinismo”). Los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 iniciaron esta nueva era de “guerra contra el terrorismo”, que ha provocado un nuevo enfrentamiento entre Oriente y Occidente, un choque de fanatismos religiosos (cristianismo radical frente a islamismo radical), y que puede desembocar en una tercera fase de la globalización basada en una nueva etapa de disuasión armamentística a escala mundial.

Palabras clave: guerra; terrorismo; 11-S; propaganda; miedo; medios de difusión.

Abstract: This article is a critical reflection based on the study of the events of September 11, 2001 as presented by experts in the Spanish press of reference. This analysis shows evidence of an official propagandistic discourse imposed by the global media companies as well as by the political and economic powers to promote the culture of fear and war within a society deeply rooted in two rising values: cynicism and hedonism (henceforth "hedocynicism"). The September 11 events initiated a period of "war on terrorism" characterised by a new conflict between the East and the West, the clash of religionism (radical Christianity versus radical Islamism) and a third phase of the globalization, this time based on global armament deterrence.

Keywords: war; terrorism; September 11, 2001; propaganda; the culture of fear; commercial media.

Sumario: 1. Introducción. 2. Los medios comerciales de difusión y el imperio del cinismo. 3. La mitología bélica estadounidense. 4. El espectáculo / negocio del miedo y el terror. 5. Conclusión. 6. Bibliografía y fuentes.

Summary: 1. Introduction. 2. Commercial media and the empire of cynicism. 3. The USA war mythology. 4. The performance/ Fear and terror business. 5. Conclusions. 6. Bibliography and sources.

1. Introducción

El acontecimiento que propulsó la maquinaria propagandística global hacia el siglo XXI fue el de los atentados terroristas del 11 de septiembre (11-S) de 2001 en Washington y New York. Tras ese suceso se produjo, el 7 de octubre de 2001, el bombardeo de Afganistán por parte del Ejército estadounidense y la posterior caída del régimen talibán, tras la llamada operación “Justicia Infinita”/ “Libertad Duradera” y, meses después, el ataque de las fuerzas aliadas contra Bagdad y la ocupación de Irak, en el marco de la llamada “guerra contra el terrorismo”. Ésta fue organizada y puesta en marcha por expertos del Pentágono, el Departamento de Defensa y asesores de marketing y relaciones públicas de empresas que trabajan para el Gobierno estadounidense con el fin de expandir la “democracia americana” y el libre mercado en Oriente Próximo y en otras zonas del planeta. Tal estrategia, si bien había sido ideada con bastante antelación a los hechos del 11-S, quedaría ratificada con la aprobación de la Estrategia para la Seguridad Nacional puesta en marcha por el Gobierno de Bush, en 2002. Incluso, el New York Times ya había advertido que representantes políticos republicanos señalaron estar dispuestos a usar la excusa del terrorismo para desarrollar una agenda política radical de derechas (Chomsky, 2003: 217).

Esa guerra “preventiva”, contestada por millones de ciudadanos en todo el mundo, contó desde el principio con el apoyo de líderes europeos como el británico Tony Blair, el español José María Aznar o el italiano Silvio Berlusconi. Esta alianza se plasmaría y recordaría por la foto de la cumbre de las islas Azores, en la que aparecían junto al presidente George W. Bush el ahora presidente de la Comisión Europea, José Manuel Durao Barroso, Tony Blair y el propio Aznar. Éste, imbuido de la gracia de todo estadista que aspira a pasar a la historia, llegaría a decir entonces, y lo recalcaría después, que España, con su nueva alianza con Estados Unidos, dejaba de estar, por fin, en el “rincón de la historia”.

La guerra contra Irak, motivada en la falsedad propagandística de las “armas de destrucción masiva” que albergaba el régimen de Saddam Hussein, sigue su curso, aunque oficialmente terminó con “victoria” estadounidense tras la llegada de Bush al portaaviones Abraham Lincoln, ubicado en aguas del Golfo Pérsico, a primeros de mayo de 2003. Aquel performance publicitario no fue sino una mala representación, igual que lo había sido el torpe derribo de la estatua de Saddam en la plaza del Paraíso de Bagdad, el 9 de abril del 2003, actos de mero simbolismo mediático puestos en marcha por el aparato de propaganda de Bush. Uno de sus referentes era la propia cadena de televisión árabe Al Jazeera, que, según Charlotte Beers, la encargada por Bush de vender al mundo la “guerra contra el terrorismo”, sabía presentar los acontecimientos con una mezcla elegante de emoción y drama (Snow, 2003: 90). Ya advirtió Walter Benjamín que toda guerra lleva implícito el concepto de “victoria”, que es lo que simbólicamente interesa a Estados Unidos a la hora de ejercer la violencia sobre otros Estados. “Es reprobable toda violencia mítica, que funda el derecho y que se puede llamar dominante. Y reprobable es también la violencia que conserva el derecho, la violencia administrada, que la sirve. La violencia divina, que es enseña y sello,

nunca instrumento de sacra ejecución, es la violencia que gobierna” (Benjamín, 1991). Y quizás, basándose en esta creencia, es por lo que George W. Bush ha sido definido por los medios de comunicación estadounidenses como un “cristiano redimido” y, en virtud de su cargo de presidente del país más poderoso del mundo, el país elegido por Dios, es el encargado de liderar las huestes del bien contra las del mal en el mundo (Galtung, 1999).

Pero volviendo a la acción del 11-S y sus consecuencias hay que hacer alusión inequívoca al efecto dominó que ese hecho concreto ha tenido después en el escenario global de la “guerra contra el terrorismo”. La versión española del 11-S tuvo su réplica en los atentados de la estación de Atocha en Madrid, el 11 de marzo del 2004 (11-M), un hecho que se produjo tres días antes de unas elecciones generales, las del 14 de marzo, que desembocaron en un “castigo” de la mayoría silenciosa a Aznar y su Gobierno por apoyar la guerra iraquí y enviar soldados españoles a la misma. Aunque también influyó, al parecer, en ese resultado favorable a José Luis Rodríguez Zapatero, el líder del PSOE, la forma en que el Gobierno popular gestionó la crisis provocada por los atentados, atribuidos en principio a la organización terrorista vasca ETA. Esta estrategia de la conspiración ha sido sostenida hasta la actualidad por elementos implicados entonces en el gobierno conservador español y ha contado con el apoyo explícito de algunos medios de comunicación conservadores, como *El Mundo*, *Abc* o *La Razón*.

El espectáculo mediático de esa guerra política de bandos entre populares y socialistas en España sigue vigente hoy día, una lucha repleta de acusaciones e injurias y que pone en duda el alcance real político y social de la democracia española. Además, se “espectaculariza” ante la opinión pública por televisión un juicio que enfrenta a los supuestos autores e ideólogos de los atentados de Madrid y a la justicia española, mediatizado por declaraciones políticas sobre el terrorismo, los terroristas y, en menor medida, sus víctimas. En este periodo, como ha ocurrido desde la etapa de la Transición, el debate esencial de la política española sigue siendo el terrorismo, sea éste de carácter nacionalista o islamista. Entretanto, ETA y su brazo político Batasuna promueven una tregua que busca un rearme social del entorno abertzale en las elecciones municipales del 27 de mayo de 2007, y ante el fracaso de ese proceso, ETA decide, el 5 de junio de ese año, romper dicha tregua y volver a la lucha armada. La política española es un bucle perfecto y el hecho terrorista es el que mueve de su silla a los altos cargos de la Administración cuando llegan las elecciones.

Aún así, los métodos informativos empleados por los principales medios de comunicación para difundir las secuelas del terror en España fueron y han sido similares a los usados cuando sucedieron los atentados de Estados Unidos: confusión y manipulación oficial de la información, censura y autocensura de los medios, guerra informativa y dialéctica que sirve como cortina de humo de la hipotética realidad. De esta situación se aprovechan tanto el poder político como los propios medios comerciales de comunicación. Asimismo, se difundió un discurso por parte de los medios y los expertos que emanaba sobre todo emotividad, miedo, drama y patriotismo cara a la opinión pública, en lugar de presentar cuestiones claves y una visión crítica sobre la realidad internacional, exactamente igual que los medios trataron los hechos derivados del 11-S (Camiñas, 2003).

No le ocurriría lo mismo que a Aznar a Tony Blair en Gran Bretaña, un país que, como Estados Unidos, tiene arraigado en la memoria colectiva el recuerdo de la guerra, debido a su pasado colonialista. Pese a las disputas parlamentarias y los enfrentamientos con algunos medios de comunicación, como la BBC, por cuestiones relacionadas con la guerra de Irak, Blair ganaría de nuevo unas elecciones generales. No obstante, cuando estaba en su mayor cuota de popularidad y celebraba en Escocia con los representantes del G-8 su liderazgo europeo y se hablaba de la posibilidad de condonar parte de la deuda a los países del Tercer Mundo, tuvieron lugar los atentados del metro de Londres, el 7 de julio de 2005 (7-J).

Posteriormente, se volvieron a producir nuevos atentados fallidos en el metro londinense el 21 de julio, que crearon a su vez una psicosis de atentados terroristas en otras ciudades europeas. Y el día 22 de julio la policía británica abatía a tiros a un ciudadano brasileño, Jean Charles de Menezes, a quien confundía, según la versión oficial, con un terrorista, en una estación de metro londinense.

2. Los medios comerciales de difusión y el imperio del cinismo

El terrorismo de carácter islamista y la “guerra contra el terrorismo” volvían a estar de nuevo en el primer lugar de la agenda política internacional con el apoyo incondicional de los medios comerciales de difusión occidentales. Estos irían desvelando día a día las historias personales de los nuevos terroristas islamistas de Leeds –de ascendencia pakistani–, la existencia de posibles nuevas células terroristas escondidas en el Reino Unido y en otros países europeos, y la supuesta facilidad con que algunos ciudadanos atraviesan las fronteras y los controles de los aeropuertos (donde todos somos vigilados y cacheados) sin ser detectados por las fuerzas de seguridad, pese a ser “todos sospechosos y mensajeros de una conversación preventiva del Estado que tiene como último fin nuestro control” (De Pablos, Mateos, 2004).

Posteriormente, en agosto de 2006, los medios oficiales volverían a alertar a la población sobre el miedo terrorista, cuando dijeron haber frustrado un supuesto atentado múltiple que un grupo islamista se disponía a acometer con explosivos líquidos en varios aviones de la línea Londres-New York. Tras esta noticia se reforzarían de nuevo las medidas de seguridad en los aeropuertos de Occidente, justo en pleno periodo vacacional, y el presidente Bush aparecería en la prensa acusando a los grupos islamistas de “fascistas”, recordándonos de nuevo que Estados Unidos estaba en guerra contra el terrorismo y para

defender la libertad. Y en pleno mes de junio del 2007 se anunciaba otro intento de un grupo terrorista islamista radicado en Estados Unidos de atentar contra los tanques de combustible del aeropuerto John F. Kennedy de New York, en lo que sería, se dijo, un atentado de mayor repercusión incluso que el 11-S, según especificaban los medios.

Todo un discurso emotivo e interesado para desplegar la estrategia del miedo y la desconfianza que va calando en las conciencias del ciudadano medio, que cree y sospecha, como si fuera un policía orwelliano, que cualquier vecino puede ser un terrorista. Esa era una de las claves que pretendían enseñar a la ciudadanía las diferentes leyes antiterroristas (del tipo de la USA Patriot Act estadounidense) puestas en marcha en casi todos los países occidentales tras el 11-S. Por ello, como ha expresado el filósofo Emilio Lledó, la globalización de los mensajes manipulados sobre terror e inseguridad que fluyen por los medios de comunicación sirven para globalizar las noticias y el terror, para incorporar el terror a nuestra mente poco a poco, para “aterorismarnos”, y permitir la existencia y el imperio de los imbéciles y su cólera. Por esa razón, “la creación del terrorismo, como peligro universal, es una de las fuentes más lucrativas para mantener encendido el fuego de la guerra”, así como la propaganda y la obsesión por la seguridad que la acompaña, basadas en el lenguaje del miedo (Lledó, 2005:15).

Todos estos hechos, que se han convertido en la imagen cotidiana que repiten y reflejan los medios comerciales de difusión desde los atentados del 11-S, ponen de manifiesto que esos global media, como empresas multinacionales que son, ostentan un poder extraordinario en el mundo actual, mayor si cabe que el que nunca han tenido. Configuran, en definitiva, un único poder global que no tiene contrapoder, quizás sólo comparable al que disponen hoy en día el resto de las multinacionales que gobiernan el llamado mercado global. Hoy, los medios comerciales de difusión se han liberado de las ataduras del servicio público, e incluso han logrado que el derecho de información deje de ser legítimamente un servicio público, pues cada vez con mayor evidencia sirven a causas políticas y económicas representadas por los intereses de las grandes corporaciones, como han señalado Edward Herman y Robert McChesney (Herman, 1997), que, a su vez, casi siempre coinciden con los intereses de las élites gobernantes en el poder.

Y ese es el caso de George W. Bush (o su padre y alter ego, George Bush) y su equipo de Gobierno, cuyos miembros pertenecen desde muchos años atrás a organizaciones y empresas relacionadas con el negocio del petróleo, la industria de la guerra o los lobbys financieros, como el vicepresidente Dick Cheney, el ex Secretario de Estado de Defensa Donald Rumsfeld, la Secretaria de Estado Condoleezza Rice o el defenestrado (por nepotismo hacia su pareja) presidente del Banco Mundial, Paul Wolfowitz, por citar sólo algunos casos. Éstos y otros altos cargos de la Administración estadounidense durante los últimos cuarenta años han sido discípulos de Henry Kissinger, el “rey de los cínicos”, como definen a este arquitecto de la política exterior norteamericana algunos de sus biógrafos. Esta clase política cuenta además con el apoyo constante de innumerables fundaciones privadas y de “expertos”, pues, como diría Norman Birnbaum, “gran parte del mundo universitario estadounidense, en las áreas de las ciencias naturales y sociales, está integrada en la maquinaria imperial” (Birnbaum, 2007:18).

Por todo lo señalado, podemos establecer que con la representación icónica en directo del 11-S se inició desde Estados Unidos una estrategia de persuasión emotiva de carácter global que perdura hasta hoy. Por vez primera, la retórica de la “violencia terrorista” fue usada como una estratagema no sólo de confrontación política (el llamado choque de civilizaciones o de fundamentalismos, como han pretendido definir la situación actual distintos analistas) sino como ritual pseudo-religioso y emotivo de escala planetaria. No en vano, se dio a conocer el acontecimiento en un directo globalizado y con toda la simbología icónica y de exorcismo social capaz de perpetuarse en el imaginario colectivo de unas masas cautivas por el espectáculo mediático.

El hecho terrorista visto como una representación suprema de la violencia social, -que sucede ante las cámaras de televisión y se consume como cualquier otro producto en el mercado cultural planetario del miedo-, se ha exhibido sistemáticamente en múltiples escenarios y con distintas pautas, que se asemejan a los propios escenarios de las zonas de guerra mediáticas. Asimismo, se ha puesto en escena otro capítulo más de la historia y la mitología estadounidenses basadas en el argumento de “la lucha del pueblo elegido”, encarnación religiosa del Bien, contra cualquier tipo de barbarie interior o exterior, el enemigo común, representado primero por el enigmático Bin Laden y su red Al-Qaeda de islamistas radicales y posteriormente por el Eje del Mal y todos sus correligionarios terroristas. Aunque, tanto las representaciones del redimido George W. Bush en este teatro del mundo, como las actuaciones de los “demonios” Bin Laden o Saddam, configuran un reparto más propio de las películas creadas en Hollywood sobre el agente James Bond o el maligno Fu Manchú.

Pero no debemos olvidar la otra realidad. Cuando los actuales dirigentes instalados en la Casa Blanca y el Pentágono elaboraron el Proyecto para el Nuevo Siglo Americano, en 1997, ya explicaban con todo detalle la importancia que tendrían las guerras futuras y el Ejército estadounidense para consolidar y extender la hegemonía americana tan lejos como fuera posible. Asimismo, como explicaba el escritor William Rivers Pitt, señalaban el papel que debían desempeñar las grandes corporaciones de medios, que no era otro que “vender la guerra permanente como algo beneficioso, yendo por todo el mundo mostrando cada combate” (Rivers Pitt, 2003: 7). En suma, lo que se había gestado con anterioridad y se puso en marcha el 11-S, además de una nueva campaña bélica y de dominio geopolítico y económico de gran relieve, por parte de Estados Unidos y sus aliados occidentales, era otra guerra propagandística y de manipulación de la verdad y del lenguaje de tal magnitud que habría que buscar un precedente histórico semejante en los acontecimientos previos a la I Guerra Mundial. Tras

los atentados del 11-S, en la respuesta dada por Estados Unidos, primero en Afganistán y luego en Irak, se trataba, además, de quedar por encima del enemigo no sólo en el ámbito bélico y disuasorio sino en el plano espectacular, como ha apuntado el escritor Sánchez Ferlosio (Ridao, 2007: 56-57).

No en vano, como diría Sami Nair, todo hoy desde el poder se mide en metáforas, por eso el lenguaje es un comportamiento que crea pensamientos y, por tanto, es totalitario, ya que siempre sintetiza una relación de fuerzas del “yo” o el “nosotros” frente al “otro” o los “otros”, nuestros supuestos enemigos. Y de eso saben lo necesario en los medios de difusión masiva cuando recogen los mensajes del poder político y los repiten sistemáticamente, tal es el caso de ideas como “choque de civilizaciones”, “guerra preventiva” o “guerra contra el terrorismo”, conceptos que están cargados de estereotipos e intencionalidad engañosa. Ahora bien, si todo se desarrolla como pronosticaba en la década de los ochenta el ideólogo conservador Samuel Huntington, ahora estamos viviendo el periodo de las “guerras musulmanas” (Huntington, 1997), que durarán unos treinta años, y después es muy probable que el mundo entre en otro estadio que se parecerá mucho a una nueva “guerra fría” o periodo de disuasión atómica entre Estados Unidos y otra de las potencias emergentes, que puede ser Rusia o la China renacida como potencia comercial de primer orden.

Quizás, por eso, en estos años ha empezado a cobrar protagonismo en los medios de comunicación occidentales un nuevo discurso de la disuasión y el miedo, derivado de la apuesta de Estados Unidos de instalar un escudo antimisiles en la República Checa y Polonia y que enfrentó a las potencias aliadas con Rusia en la cumbre del G-8 celebrada en Alemania en junio de 2007. Este discurso -atemperado al final de esa cumbre tras la propuesta de Vladimir Putin de utilizar un escudo antimisiles conjuntamente con Estados Unidos en Azerbaiyán- iba unido a otro, que recogían los medios de comunicación, relativo al cambio climático y que, supuestamente, ya ha puesto a China en clara oposición frente al resto de países industrializados, salvo Estados Unidos. Esos países, con Alemania a la cabeza, pretenden reducir las emisiones de gases de efecto invernadero, sobre todo el dióxido de carbono (CO₂), y hacer valer los preceptos del Protocolo de Kioto más allá incluso de la fecha de expiración del mismo, en 2012. Pero Estados Unidos impone introducir en el debate el ámbito comercial de las tecnologías ambientales para favorecer a sus industrias y China dice haber apostado por el desarrollo industrial, aunque para ello proponga la construcción de centenares de centrales nucleares en su territorio (Reinoso, 2007). No obstante, el discurso del cambio climático puede llevar adosado un nuevo desarrollo a escala planetaria de la energía atómica, lo que unido al supuesto papel que están desempeñando dos Estados “parias” como Irán y Corea del Norte con sus programas nucleares, podría conducir a las potencias nucleares a entrar en un nuevo periodo dominado por el discurso interesado del miedo a la guerra nuclear.

Como señalaba Noam Chomsky en una de sus obras recientes, los proyectos para mantener los arsenales nucleares y realizar pruebas en este ámbito reciben en la actualidad cinco veces más presupuestos de las arcas del Estado en Estados Unidos que los programas derivados del control de este tipo de armas. Incluso, antes de anunciar la Estrategia para la Seguridad Nacional, Bush impulsó programas para el desarrollo de armas nucleares ofensivas que sirvieran para alentar a la industria militar y “para derrotar decisivamente a sus oponentes”. En mayo de 2003, el Congreso norteamericano aprobó estos programas abriendo la puerta al desarrollo de una nueva generación de armas nucleares que, posiblemente, renueve la carrera de armamentos, ya que otras potencias querrán igualar o contrarrestar la capacidad de Estados Unidos. Esos síntomas se pusieron de manifiesto en la cumbre del G-8 celebrada en junio de 2007 en Alemania, donde el presidente ruso Putin se opuso al escudo antimisiles que Estados Unidos pretende situar en Polonia y la República Checa. Y ya se ha debatido en numerosas ocasiones que la militarización del espacio supondría un serio peligro para la destrucción tanto de Estados Unidos como de otros países (Chomsky, 2003: 222).

Y por si estos avisos no fueran lo suficientemente potentes, los medios de comunicación se hacían también eco de una nueva guerra de espías y mafias, al estilo de las mejores historias recreadas durante la “guerra fría”. Las noticias sobre la muerte del antiguo espía y disidente ruso Alexandr Litvinenko, asesinado en noviembre de 2006 en Londres, tras ser supuestamente envenenado con un isótopo radioactivo por otro espía ruso, Andréi Lugovói, se sucedían en los medios occidentales y ponían en evidencia un conflicto diplomático entre Londres y Moscú, en pleno proceso de abandono del poder por parte del principal aliado de Bush, el primer ministro británico Tony Blair (Gómez, Fernández, 2007:3).

3. La mitología bélica estadounidense

A la hora de hacer un análisis de la historia de Estados Unidos hay quienes ven la presencia permanente del mito de la guerra en esa sociedad como una necesidad. Según el escritor británico Ziauddin Sardar y la antropóloga Merryly Wyn Davies, “América surgió de la guerra, se consolidó y se construyó como nación mediante la guerra, se expandió y emergió como imperio por medio de la guerra y ahora mantiene su hegemonía global gracias a la guerra. Incluso antes del 11-S ya había hecho la guerra a casi la mitad de las naciones del planeta, pues su economía es una economía de guerra”. Las imágenes y metáforas de la guerra impregnan cada aspecto de la vida social y cultural, sus películas, los programas de televisión, los videojuegos, la moda, los juguetes de los niños, los programas sociales y la retórica política. Y, en estos momentos, se ha impuesto el concepto de “guerra preventiva” y la doctrina Monroe del siglo XIX, que promueve la guerra como un hecho prioritario para dominar el hemisferio en el nuevo contexto globalizado. Por ello, “para América la guerra es más que una necesidad, es su razón de ser” (Sardar, 2001: 25).

Por eso, el 11-S, que se quiso mostrar al mundo como un hecho extraordinario y único en la historia por su repercusión mediática/propagandística y por sus consecuencias, tampoco fue tal, pues si bien presentó algunas características técnicas y psicológicas de impacto totalmente novedosas, su implementación en el ánimo social tuvo sin duda reminiscencias simbólicas y emotivas de hechos parecidos ocurridos no mucho tiempo atrás. Además, la industria mítica y cultural norteamericana de Hollywood se venía encargando sistemáticamente de recordarnos en sus películas y series comerciales, desde hace años, que Estados Unidos estaba siendo acosado y amenazado por un “enemigo exterior” (las escenas de aviones y helicópteros chocando contra grandes torres de edificios y provocando explosiones de fuego han sido una constante).

Ese enemigo ya no era el agente comunista de los países del Este dispuesto a dejar en cualquier ciudad americana una bomba nuclear, como ocurría en tiempos de la “guerra fría”. Ahora, el nuevo enemigo común, el terrorista global que utilizaba las autopistas de la información e internet con total impunidad para establecer contactos, tenía cara de rasgos árabes y portaba un arma (de destrucción masiva) que amenazaba con utilizar para crear el terror entre la población americana. Ese mensaje de ficción repetido de forma sistemática, en una especie de replay, se parecía a veces demasiado a los hechos ocurridos en la realidad-ficción del 11-S.

Como explicaba Jesús González Requena, los acontecimientos del 11-S nos dejaron a todos una sensación de dejá-vu cuyo referente eran las pantallas de cine y películas como Armagedon, Independence Day, Deep Impact, Godzilla o El Club de la Lucha, por citar algunas de las más comerciales (González Requena, 2002: 7). Estas películas y otras más polémicas como The Siege (Estado de Sitio) del director Edward Zwick, mostraban una narración fílmica que se detiene en la fascinación por el caos, y donde el Apocalipsis aparece como una posibilidad inmediata, pero desligado de toda redención externa. En ese mundo de pesadilla, la imagen espectacular y violenta adquiere todo su significado y ya no hacen falta ni las palabras (esa parece ser la intención). Y eso es porque, como dice González Requena, “en la sociedad occidental los individuos, cuando reclaman su ración de goce, sólo pueden buscarlo ya de espaldas a las palabras, es decir, del lado de la aniquilación”. Lo que explica, también, que el lugar de los héroes esté siendo ocupado en nuestra sociedad por los psicópatas, a pesar de que aún hubo héroes, todos ellos ciudadanos americanos, el 11-S. Y hubo también héroes anónimos y mediáticos en los atentados de Londres o los de Madrid.

No obstante, para que el ciudadano medio entienda que apenas hay ya diferencias entre la realidad y la ficción, el Gobierno estadounidense y los de sus aliados occidentales han seguido con sus maniobras periódicas de sensibilización provocando angustia y desconcierto entre la población civil. Para ello, después del oscuro episodio del ántrax (carbunco), Estados Unidos decidió, a través de su ministro de Seguridad Nacional, Tom Ridge, poner en escena diversos ejercicios propagandísticos (“pseudo-acontecimientos”) al más puro estilo cinematográfico y simulacros de catástrofes en medio de grandes ciudades, además de tener encendida la alerta máxima de seguridad en las calles en periodos lúdicos y festivos para la población, siempre, se decía oficialmente, por el peligro de una amenaza terrorista inminente.

Así, coincidiendo con la reaparición de nuevos grupos islámicos integristas, supuestamente vinculados a la red Al Qaeda, que perpetraron atentados en Arabia Saudí y en Marruecos, a mediados de mayo de 2003, con decenas de muertos y heridos, Estados Unidos preparaba la defensa de su territorio con varios simulacros gigantescos de atentados terroristas.

Uno de ellos consistió en la supuesta explosión de una bomba atómica en medio de la ciudad de Seattle, en el Estado de Washington, acción llevada a cabo por el grupo terrorista Glodo. Toda la población americana pudo ver por televisión decenas de “muertos” en el asfalto, autobuses volcados, coches abrasados y gente gritando desesperada, mientras las fuerzas de seguridad y sanitarias actuaban con precisión y se atendía especialmente a la operatividad de los sistemas de comunicación. Sin duda, todo un espectáculo de pánico y horror al más puro estilo “realista” de Hollywood para refrescar la memoria ciudadana.

Se trataba, al parecer, de que nadie se olvidara de los acontecimientos del 11-S y de su significado. Este simulacro incluía también la introducción en territorio estadounidense de “armas de destrucción masiva” por la frontera de Canadá, por medio del mismo grupo terrorista. Además, en Chicago, los hospitales se veían inundados por pacientes con una extraña gripe, que, en realidad y en la ficción, era un patógeno genéticamente manipulado por “bioterroristas”. Estos simulacros, bien representados en los medios de comunicación, contaron con la aportación de más de 8.500 efectivos de la policía, los bomberos y el personal sanitario, se prepararon durante un año y medio y costaron a las arcas federales unos 15 millones de dólares, según explicaba *El País* (Townsend, 2003: 4). Y todo ello se puede dar por bien empleado si se cumplen los objetivos de sensibilizar a los ciudadanos para que apoyen en las urnas la política de rearme y de seguridad nacional en Estados Unidos, impuesta por el Gobierno de Bush, igual que se hizo en anteriores etapas y durante el largo periodo de la “guerra fría”.

Estos simulacros de atentados terroristas son un ejercicio más de la técnica propagandística de la “guerra contra el terrorismo” y se producen cada vez con más frecuencia en ciudades occidentales. Así ocurrió no hace mucho tiempo con un simulacro de atentado que se hizo junto al Coliseo de Roma, un escenario realmente cinematográfico y popular, y que levantó airadas protestas contra el anterior Gobierno italiano de algunos grupos de ciudadanos. Éstos deploran este tipo de actos por la manipulación emocional e ideológica que representan para la opinión pública y porque defienden que no es de justicia, ni

ético ni moral, hacer simulacros circenses sobre el terror. Pues es obvio que el terror y el caos que produce es ya un hecho cotidiano en nuestras vidas, tal como ha podido observarse recientemente en ciudades como Londres, Moscú o Madrid. Pero aún así, conviene seguir hablando de tramas terroristas escondidas o de grupos incontrolados que preparaban supuestos atentados en aeropuertos o secuestros aéreos, lo que conlleva siempre al fortalecimiento de unas normas de seguridad en los aeropuertos o en las calles y a una reducción de las libertades civiles.

A veces, incluso, se hace un paralelismo sensacionalista e intencionado desde la política y en los medios de comunicación con el caos y el terror que producen algunas catástrofes naturales, como el huracán Katrina tras su paso por la costa sur oriental de Estados Unidos -Bush fue el primero en hacer mención de la “guerra contra el terrorismo” mientras se despreocupaba en un principio por la situación creada por el Katrina en New Orleans- o el tsunami del océano Índico que arrasó las costas de varios países en el sureste asiático, sobre todo en Indonesia, y que provocó la muerte de más de 200.000 personas en 2004. Otras recientes catástrofes, ocurridas a primeros de octubre de 2005, como los terremotos de Pakistán y la India o las inundaciones en México (Chiapas), Guatemala o Bolivia, con miles de muertos y desaparecidos, nos traen imágenes que registran en nuestro imaginario colectivo, configurado a base de “tele-realidad”, que las guerras son también historias de nuestra naturaleza catastrófica, si bien nos recuerdan siempre que la tragedia está habitualmente del lado de los desheredados de la tierra. Y eso, en el fondo, nos reconforta. Sólo despertamos de ese letargo cuando el terrorismo nos sacude cerca de nuestros cómodos hogares. Pero entonces, en vez de actuar, corremos el peligro de “aterrorismarnos” (sentirnos paralizados por el terror cotidiano que actúa como amenaza emocional persistente).

4. El espectáculo/negocio del miedo y el terror

Como dirían, entre otros, Walter Benjamín o Guy Debord, todos los esfuerzos dirigidos al esteticismo político culminan en un solo punto: la guerra. Y eso es porque la humanidad es hoy más que nunca un espectáculo de sí misma y su autoalienación ha alcanzado un grado tal que le permite vivir su propia destrucción como un goce estético (Debord, 2005: 9). De forma más pragmática, el historiador estadounidense Howard Zinn señalaba poco después del 11-S que la extraña lógica de la guerra nos muestra que cuando las naciones no saben muy bien qué hacer ante una situación que se les escapa de las manos lo que suelen hacer (los gobernantes) es declarar la guerra, ya sea contra las drogas o contra el terrorismo. Pero en esas circunstancias, “lo que deberíamos hacer”, decía Zinn, “es no ir a la guerra, cualquiera que sea la conjura que nos hagan los políticos o los medios de difusión, porque la guerra en nuestro tiempo es siempre indiscriminada, es contra los inocentes y contra los niños, y la guerra es terrorismo magnificado cientos de veces” (Zinn, 2001).

Bien es cierto que el 11-S tuvo unas connotaciones como acontecimiento mediático que lo hicieron único: el supuesto colapso de los símbolos americanos (militar y económico) en vivo y en directo, el altísimo número de víctimas en un mismo lugar, la trágica espectacularidad de los hechos, -como señalaron y mostraron hasta la saciedad todos los medios de comunicación occidentales-, y la mezcla de una serie de elementos ritualizados que convirtieron este performance en la gran noticia sensacionalista del siglo, en “el acontecimiento absoluto y sin apelación”, que diría Jean Baudrillard (Baudrillard, 2002: 17).

La “realidad” mostrada en dicho caso se parecía a la ficción televisiva o cinematográfica, y la puesta en escena mediática se asemejó bastante a los relatos del cineasta Orson Welles, en 1938, por la cadena NBC, cuando narró la invasión de Estados Unidos por los extraterrestres, en una versión radiofónica de la obra del escritor británico H. G. Wells, La guerra de los mundos. No en vano, como señalaba el sociólogo Barry Glassner, “los presentadores y narradores profesionales desempeñan un rol importante también en la transformación de algo inverosímil en algo creíble”. Por eso, dice Glassner, “la afirmación de alarmas por parte de los medios y la glorificación, a menudo, de expertos poco razonables son dos de los trucos utilizados dentro del negocio del pánico y el terror” (Glassner, 1999: 207).

Y resulta un tanto paradójico que este sociólogo estadounidense, dos años antes de los acontecimientos del 11-S, igual que hemos citado a la industria de Hollywood, al referirse a la cultura del pánico y el temor extendida en Estados Unidos a través de los medios de comunicación, señalara que para superar esos miedos, casi siempre infundados, tal vez los estadounidenses deberían vivir un shock comparable al ataque de Pearl Harbor por parte de los japoneses, en 1941, en los prolegómenos de la II Guerra Mundial. Tal vez así “nos convenzamos de que debemos estar unidos como una nación y hacer frente a todos esos problemas que nos llenan de negativas presunciones sobre nuestros propios conciudadanos y las instituciones sociales. En tiempos de elecciones”, concluía Glassner, “debemos elegir a aquellos candidatos que nos presenten programas en lugar de temores. De lo contrario, seguiremos creyendo en la invasión de los marcianos” (Glassner, 1999: 210).

La utilización de los medios americanos para crear estados de ánimo eufóricos o angustiosos entre la población es tan antigua como los propios medios y en tiempos de conflicto han sido movilizados siempre por los gobiernos con ese propósito y para servir a las tesis propagandísticas del momento. Glassner, precisamente, es uno de los teóricos que han puesto en el debate el concepto de la “cultura del miedo” que pretende hacer necesarias políticas y actuaciones inadmisibles para los ciudadanos y justificar, por ejemplo, cualquier tipo de intervención bélica, como en Irak. En definitiva, la política y la “cultura del miedo”, auspiciada por los medios de comunicación oficiales, no hacen sino vaciar de contenido la sociedad democrática y mutarla en una sociedad de riesgo donde predominan dos grandes valores occidentales que parecen estar en alza, el hedonismo y el cinismo, es decir, el “hedocinismo”. Se trata, cómo no, de inventar conceptos y nuevas estructuras de ideas que actúen como

estereotipos de la realidad cotidiana.

Ciertamente, hoy día, los medios de comunicación han cobrado un nuevo protagonismo a escala mundial, sobre todo la televisión, y no sólo como inductores del consenso social uniformizado sino como creadores de ese consenso, que algunos llaman “pensamiento único”, ya que nos muestran su visión parcial de la realidad como mensajeros permanentes del miedo. En esta línea discurren, también, las reflexiones del sociólogo Enrique Gil Calvo, para quien los medios están necesitados de identificar a los buenos de la película con su propia audiencia mediática, a la que dicen representar y de la que se benefician. Y es, precisamente, en la “paranoica invención de unos amenazantes villanos de la película y no en su presumible alarmismo, donde los medios de comunicación incurren en su mayor riesgo de peligrosidad social” (Gil Calvo, 2004).

Hoy día, la información espectáculo y la difusión unidireccional de los hechos, supeditadas al nuevo orden global político y mediático, resulta algo cada vez más irreal y ficticio. El actual reality show parece asemejarse cada vez más a la “realidad cuántica” explicada por el científico alemán Erwin Schrödinger en su famosa teoría del gato vivo y muerto a la vez. Como decía John Gribbin, el sentido común ha sido sometido a prueba para explicar la “realidad cuántica” y no ha resultado apropiado. “Lo único que se sabe con seguridad sobre el mundo cuántico es que no hay que fiarse del sentido común y que sólo hay que creer en lo que se puede observar directamente (...)” (Gribbin, 1986:182). Y, en ocasiones, ni eso siquiera. Ahora bien, esto es lo que ocurre con preocupante asiduidad en el mundo desarticulado y descontextualizado que nos muestran los medios. No parece imperar en ellos la reflexión o la búsqueda de la verdad a la hora de mostrar la realidad de los hechos, de manera que éstos aparecen como encerrados en una caja oscura, y cuando se abre esa caja (la televisión) no sabemos si el gato de Schrödinger está vivo o muerto, si es negro o blanco, todo parece ya una cuestión de fe. También, en esta fase de la realidad mediática, convendría analizar el trabajo colectivo de los “nuevos intelectuales”, que han creado un clima favorable al retraimiento del Estado y a la sumisión a los valores de la economía del nuevo mercado global, como señalaba Pierre Bourdieu (Bourdieu, 1999:19).

5. Conclusión

Hoy, la situación mundial está presidida por las escasas noticias de Afganistán o Pakistán, salvo para hablar de los muertos habidos en recientes terremotos; las estudiadas apariciones mediáticas de Bin Laden o sus lugartenientes, con sus supuestos mensajes amenazadores; la guerra de guerrillas, atentados y secuestros en Irak; la guerra, la pesadumbre y el odio en Oriente Próximo; y la incertidumbre económica (aunque las bolsas occidentales disfrutaron de una gran bonanza) y política en otras latitudes, con distintos frentes bélicos abiertos, sobre todo en África.

Pero el llamado “nuevo orden mundial” se parece demasiado al viejo orden establecido a mediados del siglo pasado y reforzado tras el final de la “guerra fría”, aunque ahora muestre una cara más global, neoliberal y economicista, gracias, en parte, a la manipulación sistemática y la propaganda. Decía Nancy Snow que la guerra de propaganda es la parte más inseparable de la nueva “guerra contra el terrorismo”; es quizás la parte más oculta pero a su vez la más omnipresente. Pues, en realidad, lo que sucede es que tenemos acceso a una gran cantidad de información comercializada que beneficia a quienes la promueven, a la desinformación y a la ignorancia (Snow, 2004: 23).

Pero, haciendo un largo bucle en el tiempo, antes incluso del ataque de las tropas inglesas a Washington, en 1812; del Álamo, en 1836; de Pearl Harbor; de la I y la II guerras mundiales, de Vietnam e Indochina y de las actuales “guerras musulmanas”, que diría Huntington, ya el cuarto presidente de Estados Unidos, James Madison, que tuvo que vivir tiempos belicosos y de conflictos, había avisado de los peligros de la guerra, a la que llamó “el más temible enemigo de la libertad”. Madison escribió, en 1793: “De todos los enemigos de la libertad pública la guerra es, quizás, el más temido, porque comprende y desarrolla el germen de todos los demás. La guerra es el padre de los ejércitos y de éstos provienen las deudas y los impuestos; y los ejércitos, las deudas y los impuestos son los instrumentos utilizados para hacer que la mayoría vivan bajo el dominio de unos pocos. En la guerra, además, se amplía el poder discrecional del Ejecutivo, y su influencia para repartir cargos, honores y emolumentos se multiplica; y todos los medios para seducir a las mentes se unen a aquellos para sojuzgar por la fuerza, a la gente... Y se producen también desigualdades y oportunidades para el fraude en un estado de guerra, y depravación de las costumbres y de la moral... Por tanto, ninguna nación puede preservar su libertad en medio de un estado de guerra continuo...” (Leonard, 2002: 327).

En el largo devenir histórico, el lema de las guerras siempre ha sido el mismo, la lucha por la libertad y la democracia. Ahora, en los nuevos tiempos, lo que se impone es el poder simbólico de las victorias y de la hegemonía, utilizando el espectáculo permanente creado por los medios de comunicación. Pero, aunque millones de personas en todo el mundo ya no se crean esa clase de mensajes y aspiren a una paz indefinida, la guerra sigue su avance impasible como el principal estandarte de los negocios y de las civilizaciones. Será, como decía Norbert Elías que “el proceso civilizador está aún en una fase de desarrollo” (Elías, 2000), o, parafraseando al filósofo francés del siglo XVIII, Dietrich Holbach, que “la civilización de los seres humanos aún no ha terminado”. Dado el camino meramente mercantilista por el que actualmente discurre el mundo, aún estallarán múltiples guerras hasta que tal quimera civilizadora pueda llegar a suceder.

No en vano, tras la guerra está siempre la posibilidad de la “victoria” y el dominio sobre los otros, planean los negocios y las

conquistas económicas y, sobre todo, está la posibilidad de seguir haciendo creer a la ciudadanía que “nuestro avanzar dormido entre todo tipo de escenarios y ante todo tipo de barbarie, nos asegura un futuro incierto a la par que cruento y en un entorno deteriorado. Pero es un futuro y ello implica una posibilidad, tal vez un cambio, una metamorfosis” (Consuegra, 2007:32). Esa es, quizás, la única esperanza de los necios y los desposeídos en un mundo dominado por la ideología y el imperio del cinismo.

6. Bibliografía y fuentes

Ahmed, Nafeez M. (2002): *The War on Freedom. How and Why America was Attacked, September 11, 2001*, Joshua Tree, California, Tree of Life Publications, passim.

Baudrillard, Jean (2001): “L’esprit du terrorisme”, en *Le Monde*, 3 - 11 - 2001, cfr. en «Á chacun son 11 septembre ?», coordonné par Daniel Dayan, en *Dossiers de L’Audiovisuel*, nº 104, Juillet- Août 2002, París, p. 17.

Benjamim, Walter (1991): *Para una crítica de la violencia y otros ensayos*, Madrid, Taurus, passim.

Birnbaum, Norman (2007): “Lo arcaico y lo moderno”, en *El País*, Andalucía, 7- 06 - 2007, pp. 17-18.

Boorstin, Daniel J. (1992): *The Image: A Guide to Pseudo-Events in America*, New York, Vintage Books, passim.

Bourdieu, Pierre (1999): *Contrafuegos: Reflexiones para servir a la resistencia contra la invasión neoliberal*, Barcelona, Anagrama, passim.

Camifias Hernández, Anastasio (2003): *Los medios de comunicación como soporte de la propaganda: el caso del 11-S en la prensa diaria española de referencia a través de los expertos*, Málaga, Tesis doctoral de la Universidad de Málaga.

Consuegra, Cristina (2007): “La era del somnífero”, en *Paradigma, Revista universitaria de cultura*, Universidad de Málaga, mayo, p. 32.

Chomsky, Noam (2003): *Hegemony or survival. America’s quest for global dominance*, London, Penguin, p. 217.

Debord, Guy (2005): *La sociedad del espectáculo*, Valencia, Pre-Textos, p. 9.

De Pablos, José Manuel y Mateos, Concha. (2004): “Información, comunicación y control social”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, 86, mayo. Fundación Manuel Buendía, México DF (<http://mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/RMC/rmc86/informacion.html>).

Elías, Norbert (2000): *The Civilizing Process*, Oxford, Blackwell, passim.

Galtung, Johan (1999): *Fundamentalismo USA*, Barcelona, Icaria, passim.

Gil Calvo, Enrique (2004): *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*, Madrid, Alianza, passim.

Glassner, Barry (1999): *The Culture of Fear*, New York, Basic Books, pp. 207-209.

Gómez, Lourdes y Fernández, Rodrigo (2007): “Choque diplomático entre Londres y Moscú”, en *El País*, Andalucía, 23 - 05 - 2007, p. 3.

González Requena, Jesús (2002): “11 de Septiembre: escenarios de la Posmodernidad”, en *Trama y Fondo* 12, Universidad Complutense de Madrid, pp. 7 - 18.

Gribbin, John (1986): *En busca del gato de Schrödinger*, Barcelona, Biblioteca Salvat, p. 182.

Herman, Edward & McChesney, Robert (1997): *Global Media. Missionaries of International Capitalism*, London, Cassell.

Huntington, Samuel (1997): *El choque de civilizaciones*, Barcelona, Paidós Ibérica, passim.

Leonard, John (2002): *Backword: Where would we be without our wars?*, New York, Tree of Life Publications, p. 327.

Lledó, Emilio (2005): “Aterrorismar”, en *El País*, Madrid, 6 - 09 - 2005, pp. 15 - 16.

Reinoso, José (2007): "China antepone su desarrollo al clima", en *El País*, Andalucía, 5 - 06 -2007, p. 3.

Ridao, José María (2007): "Nunca se convence a nadie de nada", entrevista a Rafael Sánchez Ferlosio, en *El País*, Andalucía, 22 - 05 - 1007, pp. 56 - 57.

Rivers Pitt, William (2003): "The Project for the New American Century", en <http://www.truthout.org>, 25 - 2 - 2003; pp. 7 - 8.

Sánchez Ferlosio, Rafael (2007); *Sobre la guerra*, Barcelona, Destino, passim.

Sardar, Ziauddin y Wyn Davis, Meryll (2004): *American Dream, Global Nightmare*, London, Icon Books, p.25.

Snow, Nancy (2004): *Information War: American Propaganda, Free Speech and Opinion Control Since 9/11*, New York, Seven Stories Press, p.23.

Taylor, Philip (2004): "Desinformación y mala información en la guerra de Irak de 2003", en AA. VV. *Estrategias de la desinformación*, Valencia, Generalitat Valenciana, p. 70.

Townsend, Rosa (2003): "EE UU realiza un gigantesco simulacro de atentado terrorista ", en *El País*, Madrid, 14 - 05 - 2003, p. 4.

Vidal, Gore (2002): *El último imperio*, Madrid, Síntesis, pp. 283 - 318.

Zinn, Howard (2001): "Violence Doesn't Work", en *The Progressive*, September 15, 2001.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Camiñas, T. (2007). Valores en alza: guerras, propaganda mediática, cultura del miedo y "hedocinismo", en *Revista Latina de Comunicación Social*, 62, páginas - pages 160 a 169 Recuperado el ____ de _____ de _____ de:
http://www.revistalatinacs.org/200713Tasio_Caminas.htm
DOI: 10.4185/RLCS-62-2007-739-160-169