La revolución de la información devora a sus propios hijos

POR **JÖRG BECKER**

Entre la reacción al terrorismo, la adecuación a las guerras, los procesos de militarización y globalización combinados, la comunicación y sus políticas internacionales se transforman desde hace años. Su principal víctima reside en los ideales de la ilustración*.

(*) La presente exposición se basa en los resultados del proyecto de investigación auspiciado por la Fundación Alemana de Investigaciones para la Paz (*Deutsche Stiftung Friedensforschung, DSF*) de Osnabrück «Die Informationskriege um den Balkan seit 1991».

Mi reflexión, divida en siete apartados, va pasando de pequeña a gran escala. Comenzaré con un capítulo sobre los medios de comunicación y el terrorismo, a continuación hablaré sobre el papel de los medios de comunicación en las guerras más recientes, en tercer lugar explicaré lo que yo entiendo por militarización de la comunicación, para después continuar con dos capítulos que versan sobre dos dimensiones complementarias de la sociedad de control; en sexto lugar me pregunto sobre las consecuencias de la desaparición total de las fronteras en la comunicación mediática y, tras esta crítica general, en el séptimo y último capítulo, intento rescatar lo que todavía se pueda.

Los medios de comunicación y el terrorismo

Infierno en la Torre de John Guillermin es el nombre de una película de terror de 1974, en la que dos musulmanes dispuestos a suicidarse provocan un gran incendio en un rascacielos. Al final de la película, una frase anticipa el atentado del World Trade Center del 11 de septiembre de 2001: «Esta noche hemos tenido suerte, con casi doscientos muertos, pero llegará un día

Fundación Telefónica
Telefónica

en el que habrá miles de víctimas fruto del incendio de un rascacielos». En la película *Domingo Negro* de 1977 del director John Frankenheimer, una terrorista palestina obliga a un piloto a dirigir un zepelín cargado con 500 kilos de explosivos plásticos hacia un estadio de fútbol americano completamente lleno. Le siguió en 1998 otra película de este género de terror y desastres denominada *Estado de Sitio* (*The Siege*) del director Edward Zwick. En ella, una serie de atentados terroristas de islamistas radicales condujo a la proclamación del derecho de guerra en los EEUU. Los tanques rodaban por el puente de Brooklyn y los americanos de origen árabe eran internados en campos similares a los campos de concentración. En la película de David Fincher *El Club de la Lucha* de 1999, se perfila aún más cerca el atentado del 11 de septiembre de 2001: un grupo de hombres jóvenes fundan una red de células terroristas diseminadas bajo la fachada de un club de boxeo. Esta red ocasiona el desplome de unas torres gemelas. En la película *Independence Day* (1998) de Roland Emmerich, un meteorito alcanza de hecho al World Trade Center, pareciéndose de forma inquietante a las imágenes reales del año 2001. También hay que mencionar la película *Estallido*, del año 1995, que se ocupa de una catástrofe por ataques biológicos letales.

Puede inferirse entonces que ni el atentado terrorista del World Trade Center del 11 de septiembre de 2001 ni la escenificación realizada por los medios de comunicación de masas son nuevos. En cuanto a los ataques con aviones sobre rascacielos, la guerra contra los musulmanes radicales en Afganistán (como en *Rambo III* del año 1987 con Sylvester Stallone) y los prejuicios contra los musulmanes (1), Hollywood, la fábrica de los sueños estadounidense, conoce desde hace mucho tiempo estos tres elementos en su calidad de decoraciones ideológicas. El cine representa muchas cosas a la vez: fantasía, regresión y anticipación, es acelerador y catalizador.

Para poder comprender el aspecto comunicativo del terrorismo, resulta razonable imaginarlo como una relación triangular terrorista-víctima-grupo objetivo. Así, la víctima, que normalmente está asociada al grupo objetivo de alguna forma, constituye un tipo de instrumento para hacer llegar al grupo objetivo un mensaje bastante específico, es decir, para comunicarse con él. La víctima del terrorismo debe traumatizar y desmoralizar al grupo objetivo, y en cualquier caso influir sobre él de alguna manera. Puesto que, por lo general, en un acto terrorista sólo están presentes dos de los tres vértices de esta relación triangular, la comunicación adquiere un significado decisivo. La comunicación es la única responsable de integrar el tercer vértice del triángulo en una interrelación con los otros dos (ver gráfico (1)).

El lenguaje del terrorismo es un lenguaje viejo. Para el revolucionario ruso del siglo XIX, sus bombas eran al mismo tiempo un lenguaje. Mediante este lenguaje oponía resistencia a un orden político injusto e inhumano, sin libertad de prensa ni de reunión. La bomba terrorista del autor de un atentado anarquista o el asesinato de un emperador en el siglo XIX se plasmaban en un periódico intermitente de poca tirada, confeccionado mediante un proceso de impresión manual. En aquella época, este tipo de medios clandestinos podía todavía competir con los medios de comunicación oficiales. Muchos de los periódicos del siglo XIX contaban con tiradas de algunos cientos de ejemplares ?en el mejor de los casos de unos miles?, y a menudo se reducían a unas pocas páginas. Así, un solo orador anarquista haciendo un discurso público en Hyde Park podía plantarle cara a los dos grandes ámbitos de los medios de comunicación y del mercado de lectores.
Esta relación se modificó en el instante en que, por condicionantes tanto económicos como

Fundación Telefónica
Telefónica

tecnológicos, los periódicos de gran tirada ya no sólo se dirigían a unos pocos lectores, sino a millones. Sin embargo, desde el momento en que se emitió un discurso público a través de un medio de comunicación regido por la economía privada ?para el periódico el lector cuenta cada vez menos y la publicidad cada vez más (y por motivos empresariales debe ser también así) (2)?, los terroristas que disponían de medios de comunicación convencionales ya no tenían audiencia. El terrorista que se oponía a la cultura capitalista dominante no podía esperar que los medios de comunicación de masas le prestaran atención, ni que le concedieran un espacio para darse a conocer. En paralelo, los propios medios de comunicación de los terroristas debían mantenerse reducidos; sus medios de comunicación dirigidos a nichos ya no eran percibidos por la opinión pública.

El terrorismo es una forma bastante específica de comunicación.

No hay que decir que esta forma de comunicación se va modificando según las condiciones históricas y culturales del momento. La barbaridad del atentado terrorista del 11 de septiembre dirigido contra el World Trade Center y el Pentágono hizo que EEUU, la única superpotencia que quedaba en el mundo, fuera herida en su propio territorio, en el destacado carácter simbólico de los dos edificios destruidos y en la escenificación mediática directa, global y simultánea de los hechos. Los tres vértices separados del triángulo, el terrorista, la víctima y el grupo objetivo, se fundieron, de forma tanto real como mediática, en un solo vértice. Dicho de otra forma: la televisión, al mostrar sin cesar las imágenes de las dos torres en llamas del World Trade Center, actuó a modo de cómplice secreto, tanto de las espantosas imágenes como de los terroristas.

Cuando los niños se arrancan sus propias cejas, es decir, se comportan de forma autoagresiva, cuando dejan de comer o barajan la idea del suicidio, a menudo estos fenómenos son síntomas de alteraciones de la capacidad de relación y comunicación entre ellos y sus padres. Dichos síntomas demandan una comunicación pública. Pues bien, el fenómeno del terrorismo se comporta de forma muy similar. Ya en 1975 analizó el psicólogo Friedrich Hacker el terrorismo con las siguientes palabras: «El acto terrorista es un llamamiento al mundo para que le preste auxilio, es un reproche drástico a un mundo desinteresado, ciego y sordo, que ignora los deseos y reivindicaciones legítimas de los injustamente tratados y menospreciados terroristas. A través de la acción terrorista, la injusticia relegada a la oscuridad del olvido se ilumina de nuevo y se torna visible de forma fulminante. La señal dada refleja una situación de emergencia no suficientemente percibida y revela que los terroristas ya no están dispuestos a continuar tolerando la desatención actual» (3).

El traslado de una valoración de este tipo a la política de los medios de comunicación resulta obvio. Por ejemplo, Richard Francis, antiguo director de informativos y actualidad de la *BBC*, estableció explícitamente esta relación. Su análisis de la violencia terrorista en el conflicto de Irlanda del Norte de los años setenta reza de la siguiente forma: «La historia de la radiodifusión en Irlanda, y especialmente en Irlanda del Norte, nos demuestra sin lugar a dudas que en los años sesenta la supresión consciente de las voces radicales de las ondas y la preocupación exhaustiva por los objetivos legítimos de los republicanos no hizo más que proporcionarnos el problema que después padecimos durante los diez años siguientes. […] Los profesionales de la radiodifusión debemos por fin comprender que las personas que no pueden hacer realidad

Fundación Telefónica
Telefónica

sus objetivos legítimos dentro de un sistema democrático son personas frustradas que quedarán forzadas fuera del sistema. […] Existe el riesgo de que en el momento en que nadie les preste atención ni escuche las voces radicales, cuando no se sientan aludidos ni comprometidos, sea precisamente cuando estas voces recurran a métodos violentos y se posicionen fuera del sistema democrático para que así se les reconozca finalmente» (4).

Lo que aquí Richard Francis, de la *BBC*, expone como máxima política y periodística alcanzó en Gran Bretaña incluso categoría de ley. En virtud de una modificación legislativa de la Ley de la radiodifusión de 1981 llevada a cabo en 1988, se prohibió a las emisoras británicas de radio y televisión retransmitir entrevistas a miembros del IRA.

En un mundo ciego y sordo, de falta de interés, de exclusión y desatención, los terroristas del 11 de septiembre de 2001 nos comunicaron que se encontraban en un momento evolutivo de desesperación extrema. Su mensaje comunicativo para el mundo era el siguiente: interésense por nosotros, no queremos que nos sigan ignorando, queremos que ustedes por fin nos reconozcan y vean, no queremos seguir siendo ?invisibles?. Podemos comparar así los deseos de los terroristas con el mensaje que el escritor afroamericano Ralph Ellison hizo llegar a la población blanca de EEUU cuando bautizó a su inquieta novela sobre la emancipación con el título *El Hombre Invisible* (1952).

En el desorden mundial de la comunicación internacional, en el que mucho más de la mitad de la humanidad no puede hallar eco alguno en los medios de comunicación de masas, el mensaje comunicativo inusual, singular y radical de los terroristas del 11 de septiembre de 2001 produce un efecto *overkill* de saturación normal y cotidiano de los medios de comunicación en el país más rico del planeta. En EEUU se publican hoy en día 17.000 periódicos y 12.000 revistas, hay 27.000 puntos de alquiler de vídeos, 350 millones de aparatos de televisión, más de 400 millones de aparatos de radio,;se publican al año 40.000 libros nuevos, se hacen 41 millones de fotografías al día, se echan a los buzones 60.000 millones de cartas al año y el país exporta al resto del mundo 150.000 horas de películas a la semana. Esta cantidad representa una capacidad de exportación cinematográfica que se ha multiplicado por 50 en tan sólo veinte años.

Después del 11 de septiembre de 2001, el ámbito internacional de los medios de comunicación demostró sin lugar a dudas que este *overkill* mediático procedente de EEUU resulta eficaz e impotente en la misma medida. Si la guerra de Afganistán fue intencionadamente por parte de EEUU una guerra sin imágenes, por razones de censura, la cadena de televisión árabe *Al Jazeera* se apoderó con los vídeos de Osama bin Laden de la soberanía e interpretación de las imágenes. Precisamente porque sólo existían unos pocos vídeos de Osama bin Laden, porque debido a su estética resultaban tan anticuados, rígidos y patriarcales, y también porque en los países occidentales industrializados se mostraron poco y a menudo sólo censurados, alcanzaron entre el público mundial una significación iconográfica muy superior a la serie de imágenes de la *CNN*.

El papel de los medios de comunicación en las guerras más recientes

Fundación Telefónica
Telefónica

Incluso aunque en todas las guerras se ha dado siempre una formación de corredores en la formación pública de opinión, y este fenómeno sigue vigente en la actualidad, desde la segunda Guerra del Golfo de 1991 ha surgido un nuevo fenómeno en la relación entre la guerra y los medios de comunicación. La novedad reside en que existen sistemas de información controlados por el Estado y las fuerzas militares que construyen una opinión pública mediática ?pagada y pagable? a través de agencias de relaciones públicas regidas por la economía privada, y que aprueban el uso de la estrategia militar (de los ataques) con buenos fundamentos democráticos. Como se trata de un sistema de relaciones públicas entre la guerra y los medios de comunicación iniciado por el Estado pero implementado por la economía privada, logra incluso llevarse a su terreno a algunas ONG, *think tanks*, empresas de consultoría y a parte de la investigación sobre la paz, convirtiéndose la OTAN ?según un ensayo político (5) de Ulrich Beck? de forma rutilante «en el brazo armado de Amnistía Internacional. Por aquí es preciso bombardear con sensatez».

Entretanto, las crónicas bélicas en los medios de comunicación de masas son resultado de las relaciones de mercado entre los gobiernos y las empresas de consultoría que cobran por la manipulación que realizan de los medios de comunicación. La efectividad de la comunicación mediática ya no se mide en función de si un discurso se ha fundado comunicativamente de forma razonable, sino dependiendo de si es congruente con la manipulación de los medios de comunicación acordada por la economía privada y realizada con éxito. Además de la privatización de las crónicas bélicas, existen todavía dos ámbitos más de la estrategia militar moderna que ponen al Estado a disposición privada. Así, junto con la privatización de la comunicación bélica, antes pública, por parte de las agencias privadas de relaciones públicas, nos encontramos, en segundo lugar, con el monopolio de la violencia de Estado que queda privatizado. Pasando por la obligación de aprobación parlamentaria y los acuerdos presupuestarios dentro del presupuesto estatal de defensa, el Estado externaliza su estrategia militar a través de empresas militares privadas (EMP). En tercer lugar, se plasma finalmente en el ámbito de la estrategia de privatización y contratación externa (*outsourcing*), ámbito que antes constituía el dominio propio natural de la política de Estado, es decir, en la diplomacia. El *lobbying* en los centros de una potencia extranjera, la formulación de programas políticos y de resoluciones internacionales, la negociación de contratos internacionales sobre la guerra y la paz a puertas cerradas: con todo ello se comercia ahora también en la dimensión competitiva de la oferta y la demanda. El triángulo de privatización formado por una comunicación sobre la guerra privatizada, un reparto de la guerra privatizado y una diplomacia privatizada modificará de forma fundamental el futuro de la guerra y de la paz, y debe analizarse urgentemente tanto desde el punto de vista teórico como práctico (gráfico (2)).

Según la perspectiva de la filosofía postmoderna francesa, las ?guerras antiguas? de la modernidad y sus discursos correspondientes reflejan el concepto de la sociedad disciplinaria, como ha expuesto Michel Foucault (6), es decir, una sociedad en la que todas las relaciones sociales se rigen por los dos principios de vigilancia y castigo. En esta sociedad disciplinaria, las relaciones con los medios de comunicación durante las guerras se rigen por el principio de la censura (exclusión). Por el contrario, las ?guerras modernas? del postmodernismo (cuyos inicios se encuentran en la segunda Guerra del Golfo y en las guerras de los Balcanes) y sus correspondientes discursos responden al concepto de la sociedad de control, tal y como expuso Gilles Deleuze (7), es decir, una sociedad en la que las personas con intereses propios predeterminados cooperan gustosa y ?voluntariamente? con la policía y las fuerzas militares,

Fundación Telefónica
Telefónica

para poder adoptar medidas contra su propia crisis vital y su miedo estructural permanente. La necesidad del castigo y la vigilancia se ha internalizado. La vigilancia y el castigo se perciben como algo necesario e incluso hermoso. En la sociedad de control, las relaciones entre los medios de comunicación durante las guerras se rigen por el principio de la cooperación (inclusión), hablándose de periodismo, ONG y sociedad civil *embedded* o empotrados.

Para hablar de forma contrastada sobre el papel de los medios de comunicación en las guerras ?antiguas? y ?actuales?, es preciso incluir desarrollos y patrones diferenciados temporales y cualitativos. Normalmente, estas diferenciaciones obedecen a distintas variantes de las teorías evolutivas: la historia y la sociedad se habrían desarrollado de forma lineal, progresiva y civilizadora. Tras estas teorías evolutivas se encuentran hipótesis relativamente simples, por ejemplo, la del desarrollo a partir de una situación anterior más sencilla a una actual más compleja, o la del desarrollo de las fuerzas productivas siempre en orden creciente de complicación, de ahí el determinismo técnico aceptado.

También el postmodernismo francés sigue exactamente esta hipótesis. Paul Virilio lo expresa de forma especialmente nítida cuando habla del papel que desempeñan los medios de comunicación en la guerra. Fascinado negativamente por la calidad técnica de destrucción bélica de las armas de EEUU en la Guerra del Golfo de 1991, en sus ensayos durante esta guerra, deduce apodícticamente el fin de las relaciones recíprocas tradicionales entre la guerra y los medios de comunicación. Virilio habló entonces de forma aventurada de ?guerra nodal?, de la ?primera guerra pura de los medios de comunicación?, etc. Pero más tarde, las posiciones deterministas técnicas del tipo de la de Virilio quedaron silenciadas por las subsiguientes guerras de guerrillas y mercenarios ?normales? de Ruanda, Bosnia y Kosovo. En la guerra de Ruanda la tecnología ?ancestral? de los aparatos de radio desempeñó un papel preponderante, y el odio se diseminó, en lugar de mediante estrategias de manipulación refinadas, de forma muy sencilla mediante estas radios. Asimismo, en la guerra de Kosovo el ejército serbio engañó con éxito a la fuerza aérea americana con trampas hechas con carros de combate de cartón pintados de camuflaje, con la consecuencia de que durante toda la guerra de Kosovo la fuerza aérea americana de alta tecnología sólo pudo destruir 14 unidades de los muchos cientos de carros de combate serbios existentes. También en la actual Guerra de Irak coexiste la lucha ?prehistórica? hombre a hombre en los callejones de los patios traseros de Fallujah en paralelo con la tecnología de satélites y las grandes acciones combinadas de Hollywood y el Pentágono. Lo que formulado según la estrategia militar, significa que la doctrina militar de los EEUU hecha pública en el año 2000 «Joint Vision 2020», con su predominio de empleo de tecnologías informáticas es igual de válida que la «Doctrine for Joint Urban Operations» hecha pública dos años más tarde. La guerra de guerrillas en los precipicios de los rascacielos (8) es también un escenario típico bélico del siglo XXI, al igual que las guerras electrónicas (tabla 1 (3)).

Con los pioneros modernos de la crítica del progreso como Max Weber, Ferdinand Tönnies, Sigmund Freud, Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Günther Anders o Hans Peter Dürr, confluyen la modernidad y la postmodernidad con las ideas de que existe una ?desimultaneidad de lo simultáneo? (9), una ?heterogeneicidad estructural?, y que es constante en la escala de tiempos de la historia, pero que se dinamiza cada vez más rápidamente y de forma más extensa. Entonces, la globalización constituye una fase de este desarrollo especialmente dinámica. En la actualidad, especialmente las inconsistencias y los

Fundación Telefónica
Telefónica

desarrollos heteronómicos se distinguen con más nitidez.

Por supuesto, si se razona de forma monodimensional y evolutiva, se llega a un paralelismo muy simple entre las tecnologías de la guerra y de los medios de comunicación, de estructura con contenido, como muestra la tabla 2 (4). Lo ilustrado en esta tabla muestra las siguientes características: 1º) Para superar una investigación reduccionista, ya que una investigación de imagen y de ?imagen estilizada del enemigo? puramente desde el punto de vista del contenido de la (también crítica) corriente principal postula una congruencia de contenido y de técnica y estructura. ¿Cómo se transmite un contenido mediático u otro relevante para la guerra y con qué técnica mediática relevante para la guerra? 2º) Además, esta tabla supone que existe algo semejante al desarrollo histórico. Esto es importante quizás en la medida en que hay una serie de científicos de la psique que argumenta que nada ha cambiado desde la Antigüedad en la relación recíproca entre la guerra y los medios de comunicación; en aquel entonces, al igual que en la actualidad, sólo había censura y mentiras, y esto tampoco se puede cambiar mientras que resulte comprensible el interés por la seguridad y el secreto de los Estados en tiempos de guerra. 3º) También esta tabla implica que existen suficientes análisis detallados basados en numerosos datos empíricos de guerras anteriores sobre la relación recíproca entre la guerra y los medios de comunicación que conducirían a una generalización como la que mantiene. Los materiales históricos, los textos, los documentos primarios y secundarios (sin hablar de las imágenes, cuya función tan sólo fue tratada insuficientemente) y los intereses políticos de los actores implicados; sin embargo, fueron y son dispares y dinámicamente cambiantes, de tal manera que a la sistemática mostrada en la tabla 2 (4) realmente sólo se le puede atribuir un valor heurístico.

Pero si argumentamos precisamente de forma no evolutiva, sino multipolar, dialéctica y siguiendo el razonamiento de la heterogeneidad estructural autodinamizante, nos topamos entonces con dificultades de representación gráfica de lo recogido en la tabla 2 (4): esta matriz simple debe entonces visualizarse realmente en forma de espiral que gira en torno a sí misma y lo hace cada vez más deprisa.

La militarización de la comunicación

Resulta más que significativo que también en la última *World Summit on the Information Society* (WSIS) de las Naciones Unidas celebrada a finales de 2004 en la Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, por sus siglas en inglés) se haya omitido un tema que debería constituir el núcleo principal de toda discusión sobre la política internacional de los medios de comunicación, es decir, el tema de la militarización de la comunicación. No se trata de un aspecto más, sino del más importante en lo que respecta a la política internacional de los medios de comunicación, puesto que es el sector militar y no el civil el que acapara con creces, para sí mismo y sus propias necesidades militares, la porción más grande de los recursos de los medios de comunicación. El dominio militar sobre el civil se hace especialmente patente si pensamos en la distribución del espectro electromagnético y en las frecuencias de radio para satélites. En estos dos sectores, que son la piedra angular de todas las economías capitalistas, dominan los actores militares y los usos militares sobre los civiles en una proporción evidente. Se estima que la proporción de satélites militares respecto a los civiles es de 2/3 a 1/3, ya que

Fundación Telefónica
Telefónica

los detalles de la relación de usos militares frente a los civiles de todo el espectro electromagnético se desconocen. Cuando Bulgaria se incorporó a la OTAN en 2004, se hizo pública por casualidad la relación entre los usos civiles y militares de las frecuencias de radio. Esta relación era antes en Bulgaria (la cual por cierto en los tiempos del COMECON ya contaba con buenos servicios en el ámbito de las telecomunicaciones y tecnologías de la información) del 32 por ciento de uso militar frente al 68 por ciento de uso civil, por lo que la OTAN exigió con éxito en 2001, en las negociaciones para la incorporación de Bulgaria, un aumento de la porción militar de las frecuencias de radio de un 32 a un 51 por ciento, es decir, una disminución de los recursos civiles del 68 al 49 por ciento.

Sin embargo, las distribuciones de frecuencias de este tipo son por lo general tan desconocidas como la magnitud de la porción perteneciente al ámbito de altas frecuencias importantes cualitativamente para los usos de la comunicación militar. Hasta donde yo sé no hay estudios disponibles sobre estos aspectos. Y no se pueden realizar análisis científicos, ya que se podría comprometer supuestamente la seguridad nacional. Por supuesto, lo que sí es seguro es que, en primer lugar, esta agregación de recursos militares tan predominante tiene lugar a costa del sector civil, y en segundo lugar, que despoja al Tercer Mundo de las frecuencias de radio que necesitan con urgencia (por ejemplo en los Estados de gran extensión).

Si además se compara la cultura política de los años setenta con la cultura actual de discusión reflejada en la denominada *World Summit on the Information Society* (WSIS) de la ITU de finales de 2004, llama la atención la fuerte despolitización de las ONG. Aunque las ONG en los debates de la Unesco sobre un Nuevo Orden Internacional de la Información (NIIO) de los años setenta se centraron al menos en cuestiones sobre la militarización de la comunicación, treinta años después, en la Cumbre Mundial de Ginebra, las ONG ya no se interesaron por este tema en absoluto.

La militarización de la comunicación no significa un análisis posterior sobre los contenidos transmitidos por los medios de comunicación, es decir la producción de ?imágenes estilizadas? ni la militarización del lenguaje (como produjo sobre todo la investigación sobre la paz y la comunicación), significa mucha más estructura, no contenido; significa así el control militar sobre la génesis, el uso, la distribución, el acceso y el control de la técnica de los medios de comunicación de masas, las Tecnologías de la Información y la Comunicación. Y también son muy escasos los trabajos científicos que se ocupan de estos aspectos.

La constatación y el análisis de una militarización de la comunicación en el sentido aquí expuesto a menudo es más sencilla de lo que se piensa, simplemente a escala global ha investigado de forma sistemática estas estructuras hasta ahora. Y traigo aquí a colación un ejemplo tecnológico tan simple como la tecnología de la televisión. Resulta ya indicativo que en el régimen fascista alemán la responsabilidad del desarrollo del moderno medio televisivo hasta 1935 no recaía en el ministerio civil de la propaganda dirigido por Joseph Goebbels, sino en Hermann Göring, en su calidad de general en jefe de las fuerzas aéreas (10), así que es válido constatar escuetamente para el presente que el sector militar dispone en muchos países de un gran aparato propio de medios de comunicación mediante el cual se dirigen a ?su pueblo?. Así, por ejemplo, los militares griegos controlaron el sistema nacional griego de televisión pública desde 1951 hasta 1982 (11), y desde la ley de la radiodifusión de 1955 en Tailandia, el

Fundación Telefónica
Telefónica

ministerio de defensa (armada, fuerzas navales y aéreas) controla 223 de las 524 emisoras de radio, es decir un 42,55 por ciento de las mismas. En Birmania, además del canal de televisión estatal MRTV (conservador) con *Myawady Television*, existe desde 1995 una emisora de televisión propia (moderna) de los militares (12), y en la República Popular China, Liu Chang Le de la Phoenix Satellite Television Holdings Ltd. (una multinacional china de televisión de Hong Kong, en la que tiene participaciones también la multinacional de los medios de comunicación de Rupert Murdoch), un antiguo coronel del Ejército Popular de Liberación chino y corresponsal de guerra para la radio ocupa el puesto de presidente en la cúpula de una cadena de televisión, cuya audiencia alcanza varios billones de personas y que se puede considerar como una de las cadenas de televisión más grandes del mundo.

Por supuesto, la militarización de la Sociedad de la Información actual se puede basar en otros indicadores, de los cuales sólo se mencionarán sucintamente dos de ellos.

Por un lado, se trata en este punto de llamar la atención sobre la influencia creciente de las agencias de relaciones públicas en la comercialización mediática de las guerras por encargo de los gobiernos. Así, por ejemplo, Mira Beham y Jörg Becker pueden demostrar que en las distintas guerras yugoslavas que tuvieron lugar desde 1991 hasta 2002, las agencias de relaciones públicas estadounidenses presentaron de una u otra forma, es decir ?*comme tu veux*? (13), ?a través de 157 contratos con los distintos gobiernos de los Balcanes (Croacia, Bosnia Herzegovina, Eslovenia, Montenegro, Serbia, Macedonia, la República Serbia de Krajina, el primer ministro yugoslavo Milan Pani?, la República de Srpska, la República Federal de Yugoslavia y la República de Kosovo)? el panorama político interno de las guerras de Yugoslavia a los EEUU, y con ello al mismo tiempo la imagen pública mundial de estas guerras, según los intereses de los correspondientes clientes estatales con un volumen de contratación de al menos 12 millones de dólares.

Por otro lado, se trata de resaltar la enorme capacidad personal para el trabajo mediático que existe en los ministerios de defensa. A modo de ejemplo, en el Ministerio Federal de Defensa de Alemania y en el ejército alemán existen unos 2.000 puestos de trabajo a tiempo completo mediáticos, en el sentido más amplio. En el propio ministerio se han contado los muchos cientos de empleados en trabajos sobre la opinión pública, así como los empleados adscritos al ejército para sus propios productos mediáticos y los empleados del Batallón de Información Operativa de *Mayen* en *Eifel*. Si comparamos estos aproximadamente 2.000 trabajadores mediáticos pagados con dinero público adscritos a asuntos defensivos y bélicos con los periodistas que se ocupan de la paz pagados con dinero público, y asimismo para resaltar la descompensación deliberada por parte del Estado, esta relación sería de 2.000:0, puesto que no hay ningún periodista de asuntos de paz. En su lugar, tomemos ahora la comparación con los investigadores en asuntos de paz. En Alemania, los aproximadamente 2.000 puestos en asuntos defensivos y bélicos a tiempo completo pagados con dinero público contrastan con unos 60 (estimados) puestos a tiempo completo pagados con dinero público de la investigación de la paz. Esto quiere decir que por cada investigador que se ocupa de la paz en Alemania hay 35 especialistas de prensa pública para cuestiones defensivas, bélicas y de armamento.

La sociedad de control: tecnología de la información y control desde arriba y desde fuera

Fundación Telefónica
Telefónica

A la vista de la pretendida convergencia tecnológica triple de las tecnologías de la información con la telecomunicación y la televisión (14), el concepto de Gilles Deleuzes de la sociedad de control abarca doblemente tanto al aspecto militar como al civil. El control desde arriba y desde fuera tiene lugar mediante las tecnologías de la información, y el control desde abajo y desde dentro se realiza con la televisión de masas.

El control de la información mediante servicios de noticias y fuerzas militares es en realidad todo menos un fenómeno novedoso; sin embargo, las tecnologías de la información actuales permiten un aumento notable de la calidad precisamente en este ámbito. Hay que citar el proyecto paradigmático ECHELON de finales de los años 90 del siglo XX. Se trata de un sistema de vigilancia y control de escucha rutinaria global de las comunicaciones que se producen por fax, télex, correo electrónico y teléfono, a través del servicio secreto estadounidense. EEUU trabaja en el proyecto ECHELON con las fuerzas de policía y las fuerzas armadas de otros países. El proyecto encomendado tras el 11 de septiembre 2001 a la DAPRA (*Defense Advanced Research Projects Agency*) ?la agencia de investigación del Pentágono? denominado *Total Information Awareness* (TIA) es mucho más poderoso que ECHELON. Mediante este nuevo sistema global de escuchas se rastrean todas las informaciones disponibles buscando indicios de actividades y conexiones terroristas (15). Sólo al margen se hace referencia a una tesis muy interesante formulada por expertos en servicios secretos. Son ellos mismos los que han querido que las comunicaciones se produzcan a través de un medio como Internet, ya que Internet, según ellos, es la respuesta del sistema ante el hecho de que en la investigación básica de reconocimiento de voz apenas se hayan producido avances (16). Como, por el contrario, el reconocimiento de textos es muy sencillo, Internet es el medio ideal para los sistemas de control como ECHELON o TIA.

Como consecuencia de los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001, y de la proclamada preeminencia de los intereses nacionales en seguridad sobre los derechos humanos, se redujeron sustancialmente todos los derechos informativos en muchos países industrializados occidentales, mientras que las medidas de control y represión estatales adicionales abarcan todo el sector de la información. Freimut Duve, hasta hace poco tiempo comisario de la OSCE para la libertad de los medios de comunicación, comentó esta situación con las siguientes palabras: «Poco antes del 11 de septiembre se había terminado el Estado de derecho en los Estados Unidos y en Europa» (17). Algunos ejemplos ilustrativos son los siguientes:

? Además de los nuevos derechos permitidos por el Congreso de los Estados Unidos en cuanto a la escucha de conversaciones telefónicas y la lectura de correos electrónicos, se permite a las autoridades estadounidenses desde mediados de noviembre de 2001 escuchar conversaciones entre cliente y defensor sin autorización judicial cuando existan sospechas fundadas de poder evitar la violencia o el terrorismo.

? Las nuevas leyes antiterroristas de EEUU permiten incluso a las autoridades de procesamiento penal estadounidenses el acceso a los *hackers* informáticos extranjeros cuando éstos ataquen a un ordenador fuera de EEUU. La única condición legal previa que debe existir para las autoridades de los EEUU es que una parte de la operación criminal tenga lugar en EEUU. Para considerarla así basta que el direccionamiento de los datos durante la

Fundación Telefónica
Telefónica

transferencia de los mismos pase a través de EEUU. Pero esto lo cumple exactamente más del 80 por ciento de todas las comunicaciones entre ordenadores del mundo. (Estas nuevas leyes informáticas se enmarcan en una larga y funesta tradición estadounidense de leyes nacionales de alcance extraterritorial).

? En Gran Bretaña se creó una base de datos después del 11 de septiembre de 2001 que almacena todas las comunicaciones telefónicas y por Internet de todos los ciudadanos. En contra de las notables objeciones presentadas por los protectores de datos británicos, mientras tanto, casi todas las autoridades de investigación cuentan con un acceso prácticamente ilimitado a las pistas de comunicación de los sospechosos, no sólo de sospechosos terroristas.

? Desde el *Patriot Act* de otoño de 2001, los EEUU exigen a todos los pasajeros de los vuelos aéreos sus datos personales de viaje. Teniendo en cuenta que la línea aérea americana *JetBlue Airways* dispone de datos personales de unos 5 millones de sus pasajeros que incluso ha entregado al Pentágono, la Comisión Europea accedió en Bruselas a esta demanda estadounidense, mientras que el Parlamento Europeo (en su irrelevancia constitucional) se mostró en contra.

? El Ministerio de Justicia alemán planea desde comienzos de 2005 (precisamente) el almacenamiento anticonstitucional durante tres años de todos los datos de conexión de todos los teléfonos, faxes, SMS, Internet y correos electrónicos para la lucha contra el terrorismo.

Lo que se observa desde el 11 de septiembre de 2001 en forma de represión informativa por parte del Estado es, sin embargo, tan sólo un catalizador de dichas tendencias que también se darían sin este suceso. Podemos citar algunos ejemplos:

? En los países industrializados septentrionales las cámaras de vídeo vigilan en una escala notablemente creciente, cada vez más lugares y espacios públicos. A finales de los años noventa del siglo pasado, Gran Bretaña estaba a la cabeza de la vigilancia por vídeo en las ciudades; había ya 500 municipios que disponían de vigilancia en las calles (18).

? Hace pocos años, en Alemania varias empresas comenzaron a fotografiar todas las casas de algunos municipios escogidos y a almacenar todas las fotografías en bases de datos electrónicas tridimensionales.

? El sistema de peaje por satélite introducido en Alemania en las autopistas llevará no sólo para los camiones, sino también para los automóviles a un sistema de control total de la movilidad.

? Las cámaras de alta resolución con las que van equipados los satélites de vigilancia han alcanzado entretanto un poder de resolución de 1 m a 1 m; es decir, que una cámara colocada en el espacio es capaz de distinguir un punto en la tierra cuando este punto se encuentra a una distancia del siguiente punto de tan sólo un metro. El jardín de nuestro vecino puede observarse desde el espacio exactamente igual que las manifestaciones políticas, los atascos de tráfico o un combate cuerpo a cuerpo en el desierto en una próxima Guerra del Golfo. El uso de cámaras de alta resolución en los satélites de reconocimiento experimentó un incremento notable después de un decreto emitido por del Presidente de los Estados Unidos, que suprimió

Fundación Telefónica
Telefónica

en el año 1994 los privilegios sobre los satélites que poseían los militares estadounidenses. Entretanto, hay cuatro operadores de satélites privados, las empresas *Space Imaging, Earthwatch* y *Orbimage* en EEUU, y *Spot Image* en Francia, las cuales pueden suministrar a cualquier cliente que pueda pagarlo imágenes de todos los puntos que desee de la Tierra. En el año 2005 se piensa que operarán veinte empresas de este tipo; el volumen de ventas de cada empresa fue estimado por algunos expertos en 3.000 millones de euros al año. Pero la liberalización de estas tecnologías para el ámbito comercial tan sólo tiene sentido si se supone que las propias cámaras de alta resolución del sector militar, con las que están equipados los satélites militares, trabajan de forma mucho más precisa: las cámaras incorporadas a los satélites militares estadounidenses *KH* o *Big Bird* pueden trabajar con una resolución de unos diez centímetros, por lo que son capaces de reconocer incluso la nariz en la cara de un individuo. En otoño de 2001, en la guerra de Afganistán, el gobierno estadounidense dio sin duda un giro más que insólito a la política de privatización de la industria aeroespacial. Un poco antes del comienzo de la guerra, lamentamos de golpe la política de privatizaciones introducida en 1994 ya que el Pentágono se aseguró, por un importe de 2 millones de dólares americanos y durante un plazo ilimitado, todos los derechos sobre las imágenes que recoge el mejor satélite comercial del mundo Iconos de la empresa *Space Imaging*. Es decir, se aseguró un monopolio de imágenes exclusivo y eterno, ignorando las leyes del mercado y los conceptos sobre el pluralismo de los medios de comunicación.

La sociedad de control: la televisión y el control desde abajo y desde dentro

El control mediante las tecnologías de la información, y sobre todo mediante la televisión, se produce más allá de la cuestión del dominio por parte del gobierno o de la economía privada, sobre todo en la vida diaria de las personas. En los países industrializados la socialización de comienzos del siglo XXI consistió sobre todo en una socialización de los medios de comunicación. Los medios de comunicación de masas contribuyeron sustancialmente, a modo de agencias de socialización, a que los miembros de la sociedad pudieran cumplir numerosas normas sociales y papeles esperados en sus procesos de aprendizaje social. La integración es un concepto que casi no se puede separar de la socialización. Los medios de comunicación de masas son las agencias más importantes para la integración de la comunicación social. Este aspecto resulta especialmente aplicable a muchos Estados nacionales jóvenes que adquirieron su independencia a partir de los años sesenta del siglo XX.

El control social a través de la televisión se demuestra alarmantemente multifacético. Por un lado, fomenta un desplazamiento en la socialización primaria a secundaria, lo que significa experiencias mediáticas de aumento de alienación; y por otro lado, la oferta de contenidos mediática se demuestra cuestionable desde el punto de vista ético, así como disfuncional para la opinión pública democrática. Así, ya en los años setenta del siglo pasado Luis Ramiro Beltrán, el ?padre? de la investigación sobre comunicación en Latinoamérica, puso de relieve que los siguientes doce elementos son las normas básicas de la oferta televisiva en la mayoría de los países: individualismo, elitismo, racismo, materialismo, deseo de aventura, conservadurismo, conformismo, derrotismo, creencia en el destino, fijación en la autoridad, romanticismo y agresividad (19). Además, el incremento considerable de canales de televisión

Fundación Telefónica
Telefónica

gracias a la televisión por cable y por satélite que se produjo desde comienzos de los años ochenta del siglo pasado produjo una consolidación directa de estas doce ofertas básicas de los medios de comunicación, y no una pluralización de las opiniones. Es desilusionante ver cómo la proliferación de los canales de televisión no ha producido un enriquecimiento de los contenidos, sino más bien una multiplicación de ?más de lo mismo?. Noam Chomsky refleja la función social que cumple la televisión en el título de su película y libro *La Fábrica de Consenso* y con el concepto *consent without consent* que tomó del sociólogo inglés Anthony, lingüísticamente elocuente y concluyente (20).

El control de la información es por definición especialmente difícil de fijar cuando se produce aparentemente con la aquiescencia de los controlados. Pero es precisamente aquí donde se hace patente la idea de la sociedad de control de Gilles Deleuze: los controlados se sienten a gusto dentro del control, les gusta y lo internalizan. En el ámbito de la televisión se puede explicar bien este control interiorizado a través de la serie ?Gran Hermano? iniciada en 1999 en los Países Bajos. En esta serie, 24 cámaras registran durante las 24 horas del día la vida de unos ?voluntarios? tal y como se desarrolla en una casa aislada. A intervalos periódicos la audiencia televisiva obliga a abandonar la casa, por votación telefónica y por Internet, a uno de los participantes que se retira del juego. ¿Los telespectadores controlan el juego? ¿Qué diferencias hay entre jugadores y telespectadores? ¿Cuál de los dos es más cínico?

Si se demuestra que hasta los años ochenta del siglo XX el control social de los medios de comunicación de masas fue resultado, efecto y función de una manipulación política intencionada por parte del Estado y del Gobierno, entonces la desregulación de los medios de comunicación de masas bajo el signo del neoliberalismo pondría fin a este hecho. Pero la política de la desregulación ha sido y es la autodecapitación de la política y la cesión del control de los medios de comunicación de masas exclusivamente al mercado.

Información sin fronteras

La idea de una comunicación sin fronteras temporales ni espaciales no es inherente en absoluto al potencial humanitario, sino que se expresa mucho más en un planteamiento de deseos ?blandos? de dominio y apropiación por parte de la sociedad de control. Al igual que la sociedad disciplinaria antigua se basaba en la guerra brutal, la nueva sociedad de control se construye sobre la información blanda. El concepto tras la desaparición de las fronteras de la información se basa en la ilusión de lo realizable y en los deseos de omnipotencia, y la instrumentalización de la comunicación humana en información concreta. Si la ?hermandad de alcance mundial? se lleva a cabo tan sólo en un mercado de información comercializable (posiblemente también sólo se pueda llevar a cabo en el mercado de los medios de comunicación), entonces la visión de la hermandad se reduce tan sólo a ideología. Según Karl Marx las situaciones se definen como de alienación «cuando el acto propio del hombre se convierte en un poder extraño, contrapuesto, que le subyuga, en lugar de controlarlo él» (21). Sin embargo, son precisamente estos alejamientos de uno mismo los que se forman a partir de las desigualdades y vicios actuales del mercado globalizado de la información (22).

Los esfuerzos por convertir la comunicación en una mercancía más del mercado (23), ya sea

Fundación Telefónica
Telefónica

en las negociaciones del AGCS o en el comisariado de la competencia de la Comisión Europea, constituyen el último paso coherente de un desarrollo económico, el cual no se puede frenar seriamente bajo las premisas políticas existentes. Y los esfuerzos en contra de los intelectuales liberales que todavía desean rescatar el concepto cultural del cerco y del ahogo que ejerce la economía como valor autónomo han quedado condenados al fracaso en el trabajo de la «convención de la Unesco para la protección de la diversidad de contenidos culturales y formas de expresión artísticas» o en las discusiones sobre «la libertad cultural de nuestro mundo de diversidad» del más reciente informe *Human Development* de 2004. En el mejor de los casos, estos esfuerzos serían iniciativas subjetivas y bienintencionadas; pero, visto de forma realista, se quedan tan sólo en retórica de andar por casa y por tanto en producción ideológica.

Dentro del neoliberalismo global, el mercado de la información sigue una estadística alarmista; puesto que los ricos en información, condicionados por el sistema, son inevitablemente cada vez más ricos, mientras que los pobres en información son cada vez más pobres. Y estas coerciones del sistema no pueden suprimirse voluntariamente de forma sencilla, desde luego nunca a través de la denominada Ayuda al desarrollo, estructuralmente deformada desde hace mucho tiempo. El mercado de la información ?becerro de oro de la denominada sociedad del conocimiento? se ha convertido en una especie de instancia divina del destino que juzga si uno lleva una vida que agrade a Dios. Si uno tiene éxito en este mercado dispone de información en abundancia, pero si no lo tiene, le repudian al infierno más lúgubre de la ausencia de información, a la periferia, al margen, a la minoría.

El análisis aquí presentado es diametralmente opuesto a la actual euforia dominante del determinismo técnico de todos aquellos que ven en Internet un potencial para el establecimiento de una democracia interactiva de la comunicación; sin embargo, nos podemos remitir a los precedentes históricos absolutamente notables que existen. Todos los científicos importantes de la disciplina de la ciencia de la comunicación, por aquel entonces todavía joven, como eran Karl Bücher, Otto Groth, Walter Lippmann o Max Weber, coincidieron en una preocupación bien fundada de que el aspecto económico de apropiación privada de los medios de comunicación podría destruir su aspecto público publicista.

Consideraciones sobre la cultura de la paz de los medios

¿Qué nos queda después de un ?desmonte completo? como éste? ¿Qué resulta de un análisis de este tipo? A continuación expongo algunas observaciones finales.

1º: Se puede diferenciar prudentemente entre los conceptos de comunicación e información (24). Por motivos muy variados, que ahora no se pueden exponer con detalle, la comunicación elude la distorsión total en un bien de mercado. Si bien la información actual se ha transformado finalmente en un bien acumulable y comercializable, la comunicación permanece parcialmente al margen de este proceso de transformación. Las personas se comunican también fuera del mercado. Por ello, ahora como antes, pueden rehusar u ofrecer resistencia. Pueden sustraerse, por motivos de peso, de los patrones políticos y mediáticos ordenados ?desde arriba? (se viene haciendo desde hace mucho en Europa occidental) y pueden

Fundación Telefónica
Telefónica

incorporarse de forma activa a la resistencia (se hace también más en el sur que en el norte).

2º: Allá donde la investigación en la paz se haya separado de sus orígenes críticos iniciales en una apreciación práctica falsa, es decir, ideológica, de forma que deje de ser innovadora, punzante, crítica y molesta ?predicadora en el desierto?, sino que por el contrario se transforme bajo mano y pase silenciosamente a convertirse en una ciencia administrativa estatalista para la estabilización del poder; entonces permanecerá ajena a las demandas de una cultura mediática reformada de la paz.

Exactamente en este contexto se contemplan las ocho demandas de la cultura mediática reformada de la paz, tal y como las presenté en un dictamen a la *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* (GTZ) (25) en el año 2002:

· Más publicación de información que permita la solución pacífica de los conflictos.

· Supresión de los prejuicios que demonizan al adversario.

· Sensibilización frente a percepciones erróneas escondidas, especialmente en temas controvertidos.

· Nueva definición de los medios de comunicación de masas como un tipo de sistema de alerta temprana social ante focos potencialmente peligrosos.

· Inclusión del adversario en las propuestas pacíficas para la solución de los conflictos.

· Información periodística reforzada y positiva sobre los agentes de paz.

· Creación de un clima público con espíritu de reconciliación.

· Creación de posibilidades de diálogo y comunicación para los agentes de paz del bando contrario.

Las demandas expuestas no son desacertadas. Por supuesto, su puesta en práctica sólo es posible cuando se incorporan a las estrategias políticas mediáticas, que los medios de comunicación han revertido en bienes públicos desde su composición actual de economía privada. Sin embargo, si se omiten, dichas demandas serían como el famoso ?juego de los abalorios? y uno se puede ahorrar también el asesoramiento afirmativo estatalista dado a una institución estatal como la GTZ, según mi experiencia con este dictamen para tal institución. Por supuesto, la aceptación conlleva una globalización, privatización y eliminación total de fronteras de los flujos de información mediática; con la paradoja de que los medios de comunicación de masas son y siguen siendo el juguete y el cómplice secreto del terrorismo y de la información bélica pagada y manipulada por las agencias de relaciones públicas.

Y precisamente por ello le he dado a esta disertación el título «La revolución de la información devora a sus propios hijos», parafraseando al clásico de Wolfgang Leonhard «La revolución

Fundación Telefónica
Telefónica

echa a sus hijos» (1955) y quiero significar con la palabra ?hijos? el objetivo final de las estrategias de la información, es decir, la ?ilustración?. Las cuatro (complaciendo a los informáticos) revoluciones cognitivas de la Humanidad (la lengua, la escritura, la imprenta y el ordenador) surgieron siempre con la promesa de ofrecer por fin a los hombres más y mejor información, pero cada vez pueden satisfacer menos esta pretensión.

El ?ensuciamiento? de la información, y no la ?ilustración? se ha convertido en la situación normal en la denominada sociedad actual de la información.

3º: A la vista del fracaso obligado de los medios de comunicación pertenecientes a la corriente general en cuanto a la creación de una cultura de la paz, sus protagonistas apelan rápidamente a los medios alternativos, a modo de ritual de compensación sin contenido de su propia impotencia social. Esto no tiene en cuenta que los medios alternativos cumplen desde hace mucho la función social de los ciclos de innovación descritos por Schumpeter en el sistema de procesos de difusión social estabilizados de tipo Everett Rogers, y que con el paso del tiempo, se hacen innecesarios (26); además, comparados con los medios de comunicación establecidos, en sus patrones de tratamiento y percepción de la guerra, la paz y las relaciones internacionales, son más parecidos que distintos a ellos (27). La apelación a los medios alternativos no es errónea y se ha podido incluso demostrar empíricamente entretanto, ya que en la guerra de Kosovo Internet fue un valioso medio opositor de alto valor cualitativo, comparable al *Süddeutsche Zeitung* y al *New York Times* (28). Entonces podrían buscarse, dialogadamente, de nuevo, de forma continuada y tan sólo en el contexto de los movimientos sociales, estrategias alternativas mediáticas de este tipo que renuncien lo antes posible subversivamente a una transformación silenciosa en el control y el dominio.

4º: La comunicación pone en contacto, y el mayor conocimiento de los otros mediante mensajes mediáticos de paz sería útil ?estas dos hipótesis pertenecen a principios que a menudo no se cuestionan en absoluto relativos a la ciencia de la comunicación y a la investigación de la paz?. Existen trabajos empíricos desde hace mucho que refuerzan la sospecha de que los contactos mediáticos entre actores que hasta ahora no habían estado en contacto, lejos de suprimir los prejuicios sobre el otro, incluso los refuerzan y confirman (29). También desde hace mucho, supongo yo, las condiciones sociales de la globalización hacen que exista un exceso de flujo de información internacional, que más bien actúa fomentando la guerra y no mitigándola. En interés de una cultura de la paz no necesitamos más información, sino al contrario, posiblemente menos.

Traducción: Cristina Estrada.

Bibliografía

BARTOSCH, A.: «Das Grünbuch über Konvergenz. Ein Beitrag auf dem Weg in die Informationsgesellschaft»; en *Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht*, núm. 3/1998, págs. 209-220.

Fundación Telefónica
Telefónica

BECK, U.: «Der militärische Euro. Humanismus und europäische Identität»; en *Süddeutsche Zeitung*, 1 April 1999, pág. 17.

BECKER, J.: *Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung. Eine Analyse der internationalen Diskussion und Implementierungsmöglichkeiten mit Empfehlungen für die Technische Zusammenarbeit*, Eschborn: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit 2002 (= Arbeitspapier 1/2002 des Sektorberatungsvorhabens Krisenprävention und Konfliktbearbeitung).

———: «Contributions by the Media to Crisis Prevention and Conflict Settlement»; en *Conflict & Communication Online*, vol. 3, núm. 1-2/2004. En: www.cco.regener-online.de

———: *Information und Gesellschaft*, Viena, 2002.

———: *Communication and Conflict. Studies in International Relations*. Foreword by Johan Galtung, Nueva Delhi, 2005.

BECKER, J. y BEHAM, M.: *Werbung für Krieg und Tod. Die Informationskriege um den Balkan seit 1991. Forschungsbericht für die Deutsche Stiftung Friedensforschung*, Solingen, KomTech-Institut, 2004 [manuscrito no publicado].

BECKER, J.; CARFORA, A.; FLATZ, Ch.; HARTLIEB, M.; LANZINGER, A.; OBERHOFER, T. y PREGLAU-HÄMMERLE, S.: «Das Bild des Auslandes und des Fremden in der Alternativpresse». En: *Evangelische Akademie Iserlohn im Institut für Kirche und Gesellschaft (Hg.), Für eine Kultur der Differenzen. Friedens- und Dritte-Welt-Zeitschriften auf dem Prüfstand*, Iserlohn, Institut für Kirche und Gesellschaft, 2004, págs. 9-76.

BELTRÁN, L.R. y FOX DE CARDONA, E.: *Comunicación Dominada*, México D. F., 1980.

BÜCHER, K.: *Das Zeitungswesen*, Leipzig, 1906/1912.

CHAKRAVARTHI, R.: *Recolonization. GATT, the Uruguay Round and the Third World.* Prefacio de Julius Nyerere, Londres, 1990.

CHOMSKY, N.: *Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung: Medien, Demokratie und die Fabrikation von Konsens*, Munich, 1996.

———: *Profit over People. Neoliberalismus und globale Weltordnung*, Hamburgo y Viena, 2002.

DELEUZE, G.: *Unterhandlungen: 1972 – 1990*, Frankfurt, 1993.

DÖRNER, D.: *Die Logik des Misslingens*, Reinbek, 1989.

EUROPEAN BROADCASTING UNION (EBU): *37th Meeting of the Television Programme*

Fundación Telefónica
Telefónica

Committee, Londres, 1978.

FISCHBACH, R.: «Konvergenz – schwacher Begriff, starke Absicht. Eine Herausforderung demokratischer Medien- und Telekommunikationspolitik»; en *Blätter für deutsche und internationale Politik*, núm. 12/1998, págs. 1479-1488.

FOUCAULT, M.: *Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses*, Frankfurt, 1976.

HACKER, F.: *Terror. Mythos, Realität, Analyse*, Reinbek, 1975.

HABERMAS, J.: *Strukturwandel der Öffentlichkeit*, Neuwied, 1962.

KREMPL, S.: *Krieg und Internet. Ausweg aus der Propaganda?*, Hannover, 2004.

K.U.U.G.E.L. (Hg.): *Bildverbot*, Viena, 2003.

LEIDINGER, Ch.: *Medien – Herrschaft – Globalisierung. Folgenabschätzung zu Medieninhalten im Zuge transnationaler Konzentrationsprozesse*, Münster, 2003.

LOCKE, W. N.: «Translation by Machine»; en *Scientific American*, núm. 1/1956, págs. 29-33.

MARX, K.: *Die Frühschriften*, hrsg. von Friedrich Landshut, Stuttgart 1971.

MOORE, W. E. y TUMIN, M. M.: «Some Social Functions of Ignorance»; en *American Sociological Review*, vol. 14, 1949, págs. 787-795.

OY, G.: *Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik*, Münster, 2001.

PILGER, J.: *Verdeckte Ziele*, Frankfurt, 2004.

PINDER, W.: *Das Problem der Generation in der Kunstgeschichte Europas*, Berlín, 1926.

POPITZ, H.: *Über die Präventivwirkung des Nichtwissens*, Tübingen, 1968.

RAMONET, I.: «Aus einer neuen Welt»; en *Le Monde Diplomatique* (edición alemana), diciembre, 2001.

———: *Die Kommunikationsfalle. Macht und Mythen der Medien*, Zürich, 1999.

REISS, E.: *Wir senden Frohsinn. Fernsehen unterm Faschismus*, Berlín, 1979.

SAID, E. W.: *Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest*

Fundación Telefónica
Telefónica

of the World, Nueva York, 1997.

SCHNEIDER, L.: «The Role of the Category of Ignorance in Sociological Theory»; en *American Sociological Review*, vol. 27, 1962, págs. 492-508.

SHAHEEN, J. G.: *Reel Bad Arabs. How Hollywood Vilifies a People*, Nueva York, 2001.

SMIERS, J.: *Arts under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization,* Londres, 2003.

DE SOLA POOL, I.: «Effects of Cross-National Contact on National and International Images»; en KELMAN, H. C. (Hg.): *International Behavior. A Social-Psychological Analysis*, Nueva York, 1965, págs. 106-129.

THOMAS, P. N. y NAIN, Z. (Hg.): *Who owns the Media? Global trends and local resistances*, Londres, 2004.

TRINQUIER, R.: *La Guerre moderne*, París, 1961.

TUSCHL, R. H.: *Der Informationskrieg der Nachmoderne. Vom Antagonismus der Weltordnung zum permanenten Krieg im kybernetischen Raum*, Münster, 2004.

U KYI WIN: «Massenmedien in Birma. Ein Bericht über die aktuelle Situation» ; en *Internationales Asienforum,* vol. 32, núm. 3-4/2001, págs. 319-336.

ZACHAROPOULOS, T. y PARASXOU, M.: *Mass Media in Greece*, Westport, CT, 1993.

ZEUTSCHNER, H.: *Die braune Mattscheibe – Fernsehen im Nationalsozialismus,* Hamburgo, 1995.

Fundación Telefónica

Telefónica