

Desinformación tras el 11-S

DR. PEDRO PANIAGUA
Profesor Asociado de Periodismo
UCM

RESUMEN

Las estrategias de comunicación puestas en marcha por el gobierno norteamericano tras el 11-S con el fin de difundir información, verdadera o falsa, fuera de su territorio se han visto frenadas por dos efectos no deseados pero previsibles: la falta de credibilidad de esa comunicación y la imposibilidad material de mantener a los medios de su país aislados de la intoxicación. Pese a todo, la política informativa del Pentágono se ha visto beneficiada por el clima favorable encontrado tanto en los medios de EEUU como en buena parte de los europeos.

PALABRAS CLAVE: desinformación, intoxicación, comunicación, credibilidad, aislacionismo, colaboración, estrategia informativa, medios.

ABSTRACT

DISINFORMATION AFTER SEPTEMBER 11th

The communication campaigns that the American government has developed after September 11th with the objective of disseminate true and false information abroad has been stopped by to unwanted but predictable effects: the absence of credibility of that communication and the inability to keep the American media away from the disinformation. Anyway, the atmosphere founded in the media of the USA and Europe has favoured this communication campaigns.

KEY WORDS: Disinformation, credibility, communication, campaigns, media.

La noticia de que el gobierno norteamericano había decidido cerrar la Oficina de Defensa Estratégica (OIE) -creada después del 11-S para intoxicar a la prensa mundial- fue recibida con sorna en alguna tertulia de radio española como el primer “trabajo” de la propia OIE. Seguramente el Pentágono, ante el revuelo que levantó su osadía de confirmar sin tapujos la existencia de tan misteriosa agencia, quiso echar marcha atrás pero, claro, como en el cuento del lobo, era tarde... y ya nadie le creyó.

Bromas aparte, esa noticia y sobre todo la que la originó, la creación de la oficina mediática supuestamente antiterrorista, son dignas de un análisis puramente informativo. Sin duda lo más interesante para nosotros del mega-atentado que dio origen a las dos es que de él se pueden extraer conclusiones que afectan específicamente a la comunicación. Lo cual -sin entrar en consideraciones morales, políticas o de cualquier otro tipo- supone hacer justicia. Porque ese hecho no sólo fue *probablemente la más devastadora masacre humana instantánea de la historia fuera de una guerra* (Chomsky, 2002:1), sino también una de las noticias de mayor impacto en la historia de la televisión: *La atrocidad de Nueva York es tan especial porque los medios de comunicación nos lo mostraron como nunca se había mostrado hasta ahora este tipo de desastres.* (Steiner, 2001:43).

Podemos pensar en otros acontecimientos quizá de mayor trascendencia, incluso en algunos cuyo alcance para la humanidad hoy sólo podemos vislumbrar. Pensemos, por ejemplo, en la llegada del hombre a la Luna. En las imágenes televisivas de Armstrong dando botes por aquella superficie llena de cráteres, incluso admitiendo que fueran reales (hay quien lo dudó en su momento), no había calidad, ni sorpresa. Pero, sobre todo, en ellas no se daba la capacidad de fascinación de la violencia, siempre superior a la de la ciencia.

Puede objetarse que el 11-S no fue enteramente en directo. Es cierto, el impacto del avión contra la primera torre sólo fue grabado por un canal de televisión local de Nueva York. Pero a partir de ahí, todo lo que vino después sí fue transmitido en directo a todo el mundo. Incluso las primeras imágenes que se dieron también ofrecían, en tiempo real, una torre en llamas, alternadas con planos grabados del impacto. Lo cual tuvo un efecto mayor, si cabe, que un directo total. Además, cuando nadie se había repuesto aún de ese efecto vino la segunda colisión, ésta ya sí completamente recogida en vivo. Y con ella, el desconcierto, la incredulidad, la incertidumbre, el asombro... provocados por la nitidez de una visión tan espectacular que para sí quisieran muchas películas. Nunca se había visto una acción de esas dimensiones ejecutada con tal perfección visual. Los terroristas, dice Aira (2002:24), tuvieron suerte. Les salió “diabólicamente bien”.

Visto así, como acontecimiento televisivo, es justo, como decíamos, que intentemos evaluar las consecuencias que de él se han derivado en términos que afecten a los medios, a las fuentes, a los periodistas... en definitiva, a la

comunicación. Después de todo, cualquier aspecto relacionado con este asunto, en los meses transcurridos desde entonces, ha influido, o se ha visto influido, por ella.

La primera noticia sobre la creación de la OIE la dio *The New York Times* el 19 de febrero de este año. La prensa en nuestro país la recogió al día siguiente (*El País*, p.6). Su principal objetivo era -o sigue siendo, quién sabe- el de *colocar noticias favorables a los intereses de Estados Unidos en medios informativos internacionales. Esas noticias podrán ser verdaderas o falsas y afectar a países amigos o enemigos. Sólo importa que ayuden a crear un ambiente propicio para las operaciones bélicas estadounidenses.* Y para ello la Oficina utilizará todas las posibilidades, *desde lo más negro hasta lo más limpio.*

Las actividades de la agencia exceden lo puramente periodístico, pues van, seguía diciendo el diario, *desde el envío de noticias por correo electrónico a periodistas y dirigentes extranjeros en las que se camufla la procedencia, hasta el bloqueo de redes informáticas hostiles.* Todo ello *pasando por la propaganda bélica más típica, como la efectuada en Afganistán mediante octavillas y altavoces.* Puestas así las cosas, quizá no sea difícil en un futuro no muy lejano ver el paquete de comida que sucede a las bombas y el comunicado de prensa en un mismo *pack.* De hecho, varias organizaciones humanitarias internacionales calificaron los lanzamientos aéreos de alimentos de EEUU sobre Afganistán como instrumentos de propaganda que perjudicaban, más que beneficiaban, a sus destinatarios. Pero vayamos con las consecuencias:

CREDIBILIDAD

En realidad, combinar prensa con propaganda militar no es nada nuevo. La CIA lo viene haciendo desde hace décadas. Igual que el KGB lo hizo en tiempos. Como lo hizo Goebbels, o Lenin... Aunque quizá aquí sea conveniente introducir el matiz que se refiere al diferente concepto que la CIA y el KGB tenían de la desinformación. Mientras la primera lo aplicaba más a actividades que tuvieran que ver con la prensa, el espionaje soviético lo centraba en el ámbito militar o en otras esferas del Estado. Álvarez y Secanella (1991:365-375) recogen las versiones de las dos agencias. Para la CIA, desinformación era *información falsa, incompleta o sesgada, que es pasada, alimentada o confirmada hacia un grupo, un individuo o un país.* El KGB, en su manual de entrenamiento, decía:

La desinformación estratégica ayuda a la ejecución de las tareas del Estado y se dirige a despistar al enemigo en lo concerniente a las cuestiones básicas de política de Estado, de situación económica en lo militar y en los logros científico-técnicos de la URSS; tiende también a despistar en la política de ciertos países imperialistas respecto a sus relaciones de unos con otros y a despistar también sobre las operaciones especiales de los órganos de seguridad del Estado.

Que la CIA no aplicara el concepto a operaciones más claramente bélicas o de Estado no quiere decir, obviamente, que no las practicara. Simplemente, que prefería no decirlo abiertamente, como corresponde al carácter de estas actividades. Quizá lo único nuevo en la actual OIE radique en la falta de pudor, en esa osadía a la que nos referíamos antes. Puede que este rasgo sea el más característico de lo que es la desinformación no sólo tras el 11-S, sino, en general, después de la guerra fría. El haberse quedado como única potencia, sin un enemigo de su tamaño que le contrarreste, ha hecho que Estados Unidos ponga menos cuidado en las formas con las que actúa en el mundo y se comunica con él.

La abierta confirmación de la existencia de la oficina por parte del Departamento de Defensa, así como la descripción minuciosa de sus funciones, ha creado inquietud incluso dentro del propio gobierno norteamericano. Éste, con innumerables organismos no siempre coordinados, se ve seguramente atrapado entre el inicial entusiasmo patriótico de las barras y estrellas, en el que todo vale, y el miedo a atentar contra la lógica de la comunicación.

En nombre de la citada lógica, ¿es posible crear una oficina con las funciones descritas, airearlo abiertamente y pretender tener credibilidad? Se podrá pensar que, una vez destapada la noticia por el diario neoyorquino, era mejor no negarla. Y probablemente así es, pero de no negarla a difundirla detalladamente a los cuatro vientos para acabar negándola días después va un abismo desde el punto de vista de la eficacia de la comunicación. Una eficacia que depende en gran medida de la credibilidad.

Si consideráramos las prácticas de la Oficina como una estrategia de comunicación abierta, no camuflada como era la de la CIA, su propia existencia supondría un paso perverso en la evolución de la canalización de información hacia los medios. Aunque aquí estaríamos cruzando la delgada línea que en ciertos casos separa la desinformación de las relaciones públicas. (El premio Nobel de la Paz a Gorbachov fue visto desde algunos sectores en su momento como la culminación de una gran campaña de relaciones públicas de Moscú). Pero sigamos por ese supuesto, dejando de momento de lado la desinformación clásica.

Hace unas décadas a cualquier medio le hubiera parecido por lo menos extraño que una fuente que no fuera estable como una agencia de prensa le diera un texto casi listo para publicar. Hoy es algo relativamente frecuente. Puede que dentro de unos años lo sea más, e incluso que cada gobierno tenga organismos parecidos a la OIE. Quizá muchos lo tengan ya. Todo lo que estamos tratando no es sólo propio de Estados Unidos. Si hablamos principalmente de él es porque su papel hegemónico mundial hace que en él el fenómeno se dé con más intensidad. Además, él fue el epicentro del 11-S. Pero la desinformación también era algo propio, como hemos visto, de otros regímenes y podemos decir que lo es de cualquier

gobierno en la medida en que se lo permita su poder. Pero, por la cuenta que le trae, ningún gobierno aireará nunca esas prácticas de forma abierta.

Independientemente de esas prácticas, siempre inciertas, lo que sí es cierto es que la canalización de información hacia los medios ha protagonizado la relación periodista-fuente desde la década de los setenta (Fagoaga, 2001:127-128). Desde entonces, *sin dejar de lado la consideración de los factores, ha sido la teoría del sesgo de la fuente - la canalización de hechos hacia los medios- la que tomó las riendas de la teorización*. A partir de los ochenta las estrategias de comunicación contemplan no sólo prensa, sino también, de forma conjunta, publicidad y, como hemos visto, relaciones públicas. Ahora, en el supuesto que estamos tratando, contemplarían también, de forma abierta, la propaganda y la desinformación. Llegamos al mismo sitio pero partiendo de la canalización, no del espionaje y contraespionaje militar.

La canalización de la información hacia los medios no es, en efecto, una cuestión de oportunismo político. Se enmarca en un proceso histórico del periodismo que abarca desde la teoría del *gatekeeper* hasta los criterios, o factores, de selección y valoración de la información: El fenómeno ha sido ampliamente tratado en el campo teórico. Cabe reseñar la extensa nómina de autores citados por Fagoaga que se han ocupado bien de la canalización en sí o bien de algún aspecto anterior del proceso: Galtung y Ruge, Smith, Sande, Rosengren, McQuail y Windahl, Cohen y Young, Staab, Bell, Luhmann, MacDougall, Johnson y Harris, Warren, Itule y Anderson.

Irónicamente, los cinco primeros autores publicaron sus trabajos, entre 1965 y 1974, en el *Journal for Peace Research* (“Diario de investigación para la paz”). Y los cinco abordaban el tema basándose en “noticias del extranjero” o “internacionales” (*foreign news, international news*): *The structure of foreign news*, en el caso de Galtung y Ruge; *On the structure of foreign news*, en el de Smith; *The perception of foreign news*, en el de Sande; e *International news*, en el de Rosengren. Esta coincidencia nos lleva a la segunda conclusión.

AISLACIONISMO

El aislacionismo, aplicado a lo que estamos tratando, se puede definir como *la costumbre de contemplar el mundo desde el pináculo del Capitolio para juzgar de qué modo el planeta puede afectar a la autosuficiencia americana* (Martínez Gorriarán, 2002:7). En el caso de la OIE se manifiesta en su limitación geográfica: no podrá actuar dentro de Estados Unidos. Pero el propio Pentágono ya ha advertido, según recogió *The New York Times*, que ésa es una medida inútil: *una falsa noticia recogida por un medio europeo de importancia tiene muchas posibilidades de ser recogida por la prensa estadounidense*. Este fenómeno, añadía el diario, “ya ocurrió con algunas campañas de desinformación exterior lanzadas por la CIA en los años setenta. La Oficina se convierte así en inoperante, no sólo por carecer de credibilidad, sino porque el aislacionismo no parece funcionar.

Para que el aislacionismo funcionara se tendrían que dar dos premisas evidentes. La primera ya ha sido apuntada por el Pentágono. La segunda va en sentido inverso: que la agencia “avisara” a los medios norteamericanos para que no se vieran contaminados por una intoxicación realizada en el exterior y que ese “aviso” no trascendiera al extranjero. Tanto en uno como en otro sentido hay que tener en cuenta no sólo lo que publican los diarios influyentes de Estados Unidos y Europa, sino toda la extensa red de agencias, corresponsales, internautas y demás fuentes de todo tipo que hacen que la información circule. Además de las vías más o menos estables y conocidas siempre hay otras que no lo son tanto, ni para el gran público, ni, en muchos casos, para los propios profesionales. En el caso de la radio se pueden citar, por ejemplo (Cebrián,1998:133):

Unos servicios específicos de escucha impulsados por las emisoras fuertes. Son servicios que se centran en la escucha de emisoras extranjeras con un buen gabinete de traducciones permanente, con el objeto de grabar las noticias difundidas por las emisoras de otros países para refundirlas por el resto del mundo. El interés se concentra sobre todo en aquellos países que pasan por unas circunstancias especiales: bélicas, golpes de Estado o catástrofes en los que las autoridades cierran las fronteras e interrumpen las comunicaciones con el exterior.

Cabe pensar en procedimientos análogos en televisión, por no hablar de los medios digitales, globales por definición y, por lo tanto, no aislables. Además, nos estamos refiriendo al país con más medios de comunicación del mundo y al que tiene más tentáculos distribuidos por los cinco continentes, lo que ciertamente hace del aislacionismo un objetivo difícil.

Pero si no bastara la dificultad material, siempre podemos contar con la independencia de los medios norteamericanos, que no parecen dispuestos a colaborar con agencias como la OIE. Buena prueba de ello la tenemos en la propia noticia de la existencia de la Oficina, destapada, como hemos visto, por *The New York Times*. Aunque aquí, y sin que ello menoscabe su independencia, habría que hablar -otra vez- de que no están dispuestos a colaborar de forma abierta, en el sentido de conscientemente.

COLABORACIÓN

En efecto, aunque no lo hagan abiertamente, y aunque muchas veces no sean conscientes de ello, los medios americanos y muchos de los europeos colaboran con la política informativa del Pentágono. Si la OIE, como hemos visto, no tiene credibilidad, ni puede dejar aislados a los medios de su país, la tercera consecuencia hace referencia a que la agencia no es necesaria porque el clima a favor de sus tesis hace que la comunicación que quiere difundir se propague sola.

El sentimiento patriótico que el atentado despertó en todos los americanos, incluidos los periodistas, y el de solidaridad o interés estratégico que afloró en muchos de los

países aliados no tiene que ver, como hemos dicho, con falta de independencia de los medios. Tiene que ver más bien con el hecho de pertenecer todos a un mismo bloque, a Occidente. Y este hecho influye en el baremo con que se miden las informaciones que se difunden en EEUU y en Europa. Esto es cuantitativamente evidente, en el plano de la prensa, cuando encontramos, por ejemplo, que se le dedica una columna a cuatro mil muertos afganos, y cuatro columnas en la misma página a un muerto estadounidense. Y todos lo vemos normal.

Este baremo no quiere decir tampoco que el sentimiento proamericano sea unánime en Europa. Con frecuencia vemos artículos de opinión o comentarios en radio y televisión en los que se critican, incluso duramente, aspectos de la política exterior norteamericana. Pero por encima de eso, el peso de una cultura o una civilización actúa como un criterio más de valoración de la información y hace que muchas veces ésta se seleccione de acuerdo con él. Sin que por ello se pueda hablar siempre de desinformación, o, por lo menos, de desinformación consciente. No es desinformación en el sentido de información falsa, pero es algo parecido porque ha sido obtenida y relacionada interesadamente, aunque ese interés no siempre sea consciente. Ello se traduce en los hechos que se publican o emiten, en la ubicación que se les da y en los datos que se manejan dentro de los textos. Más que de falsedad habría que hablar de una percepción limitada o parcial de la realidad, lo cual nos lleva igualmente a una realidad distinta. Steiner, unas semanas después del 11-S, decía (2001:43):

Casi no conocemos nada sobre lo que ocurre en Afganistán y los medios de comunicación están creando sus propias realidades, y estas realidades puede que no siempre estén conectadas con los hechos reales.

Quizá el criterio clásico con el que mejor se puede identificar ese sentimiento de pertenencia a un misma percepción de la realidad sea el de proximidad. Desde Warren ésta ha sido entendida no sólo en el sentido geográfico, sino también en el psicológico o en el afectivo. Se podría añadir el cultural, el político, el religioso... Pero siempre será conveniente distinguir -aunque a veces la diferencia vuelva a ser inapreciable- entre un criterio de selección y lo que es pura y simplemente parcialidad. Que esa parcialidad se derive de estrategias de desinformación es algo indemostrable. La desinformación en este caso no consistiría en difundir información falsa, sino en difundir información verdadera pero con arreglo al citado baremo, una forma de manipulación tan antigua como el propio periodismo y que estaría más cerca de la canalización que de la propaganda militar. La OIE, de hecho, se ha visto asesorada por la agencia de relaciones públicas Rendon Group, una agencia que *curiosamente* asesora también a la familia real de Kuwait y al Congreso Nacional Iraquí, un grupo opositor a Sadam Husein financiado por Washington (González, 2002:6). Aquí nos encontramos con la dificultad añadida de la “invisibilidad” consuntancial a ambos conceptos. El criterio de selección se puede

considerar al valorar una información pero no se puede “ver” en el texto. En el mismo sentido, la influencia de la canalización nunca es evidente. Y todos los casos de desinformación documentados son casos fallidos; si no, la desinformación no hubiera sido desenmascarada (con la excepción lógica de los casos históricos en los que salir a la luz no implica riesgos). Pero pese a esa dificultad, es posible encontrar ejemplos que se mueven entre una aplicación amplia del criterio de proximidad y una parcialidad provocada por canalización o desinformación. Chomsky nos ofrece varios (2001:1-6).

Quizá sea preciso aclarar aquí que este autor ha sido acusado de practicar un chovinismo parecido al de su gobierno pero de sentido contrario. Martínez Gorriarán, por ejemplo (2002:7), lo incluye, igual que al Pentágono, entre los que contemplan el mundo bajo el prisma del aislacionismo. Sus críticas, dice, parecen *más preocupadas por desautorizar la política exterior de su país que por la tragedia de las víctimas del terrorismo en cualquier otro lugar del mundo*. Sin embargo, en los ejemplos que nos ofrece, Chomsky no es insensible ante la miseria de la población afgana. Y aunque fuera en verdad aislacionista, siempre será mejor contemplar el campo bajo dos efectos que se contrarrestan que bajo la influencia de uno solo. En cualquier caso, podemos olvidarnos de su curriculum de látigo del *establishment*, y apreciarle sólo como ilustrador de la frágil frontera que intentamos describir.

Los cuatro casos que vamos tomar de él, de los muchos que nos ofrece y de los muchos que se podrían coger a diario en la prensa occidental, son de mediados de octubre. Habían pasado cinco semanas desde el 11-S y llevábamos una de bombardeos “aliados”:

- El día 15 el gobierno talibán ofrece a Bin Laden a cambio de que cese la ofensiva norteamericana. Ningún diario publica nada.
- El día 16 el *New York Times* informaba de que ante el inminente del invierno y ante la imposibilidad de recibir ayuda humanitaria debido a los bombardeos, siete millones de afganos estaban a punto de morir de hambre. El diario publicó el hecho a una columna, en una de las últimas páginas y dentro de una información que trataba de otro tema.
- Unos días después las organizaciones humanitarias y la ONU hacen un llamamiento para socorrer a esa población hambrienta. El *New York Times* no publica nada. Sólo lo hace el *Boston Globe*, que da unas líneas en una historia sobre otro tema.
- El día 18 el *Christian Science Monitor* dice en el principal artículo de su portada que el mundo entero respalda la guerra de su gobierno contra el terrorismo. Para corroborarlo pone el ejemplo de Argelia. El intento de atraer hacia su coalición también a países árabes le merece a Chomsky el siguiente comentario: *...estamos muy orgullosos*

porque uno de los peores Estados terroristas del mundo saluda ahora con entusiasmo la guerra de EEUU contra el terror.

Estos casos no se ciñen a los medios impresos, ni al ámbito norteamericano. La óptica occidental bajo la que se aprecia el mundo afecta también a los audiovisuales y a los europeos, y, dentro de éstos, a los españoles. Sin pretender hacer aquí tampoco un análisis exhaustivo, sí que se puede ofrecer algún caso que creemos representativo de esa óptica dominante. Como por ejemplo el del célebre vídeo de Bin Laden que la administración norteamericana tradujo del árabe manipulándolo como ella misma tuvo que reconocer sólo unos días después. Otro vídeo de Bin Laden, o quizá el mismo, pues aquí la información -o desinformación- es confusa, también es representativo de cómo el Pentágono impone su política informativa en todo Occidente. Esta imposición se hace sin que el que impone lo diga y sin que aquellos a quienes se impone lo reconozcan, pero es cierta, real y evidente a diario en cualquier medio. Los intentos por llevarla a cabo no se ciñen exclusivamente a Occidente. También en Oriente, aunque con menos éxito, se puede sentir la mano invisible -a veces burdamente visible- de la política informativa norteamericana. Se siente por ejemplo en los repetidos intentos de impedir la emisión de éstos y otros vídeos del líder talibán a través de *Al Jazeera*, la única televisión que opera desde y para el mundo árabe que no es una mera caja de resonancia de la todopoderosa *CNN*. Como se siente también en los intentos de crear una cadena en árabe que contrarreste a la anterior en su mismo idioma.

Ese otro vídeo del líder integrista, decíamos, es representativo de esta imposición. Su emisión vino precedida de una campaña de cierto “suspense” por parte del Pentágono. La cinta -según decía el vicepresidente norteamericano, Dick Cheney, a mediados de diciembre- fue encontrada por las tropas de su país en un domicilio particular tras la toma de Jalalabad, lo cual es, por lo menos, sorprendente. Cuesta creer que un grupo armado, del que en tres meses no se había conseguido ni una sola prueba de su participación directa en los atentados del *World Trade Center*, vaya dejando por ahí esas pistas. (La única prueba que surgió en esos meses sólo fue vista por Blair, que confirmó su existencia a todo el mundo pero nunca dijo de qué se trataba). En el vídeo, según fuentes oficiales estadounidenses, Bin Laden reconocía expresamente la autoría de los atentados. En un principio no estaban seguros de hacer llegar estas imágenes a los medios (no se sabe muy bien por qué. Seguramente, en una estrategia comunicativa perfectamente estudiada, para rodear a la noticia del halo siempre atractivo del secreto militar). Por fin las hicieron llegar y, naturalmente, fueron difundidas con profusión en todo Occidente. Pero lo realmente llamativo es que en todas las cadenas -desde luego en las cinco españolas de ámbito nacional y en varias internacionales citadas por éstas- repitieron sin variar ni una coma la consigna: que Bin Laden reconocía *expresa y claramente*, por primera vez, su implicación en el 11-S. Exactamente lo mismo que había dicho Cheney días antes. Pero al repasar las imágenes varias veces llama la atención

la ausencia de ese reconocimiento. El dirigente de *Al Qaeda* en ningún momento reconoce el crimen, y, desde luego, nunca de forma *expresa y clara*.

Esto no es una mera cuestión de matiz. A la administración Bush le interesaba sobre manera que se difundiera que el reconocimiento se había hecho de forma expresa pues nunca hasta entonces había hecho pública una sola prueba contra los talibanes. Cuando el gobierno de Kabul le había pedido pruebas de la implicación de Bin Laden en los atentados, a mediados de octubre, Estados Unidos se ofendió. La *Justicia infinita*, claro está, no necesita pruebas. La *Libertad duradera*, por lo visto, tampoco. Y la *Cruzada* contra el terrorismo, menos aún. (Curioso término, reminiscencia de una época que Estados Unidos no conoció y los que la conocieron parecían haber olvidado. Hoy la *Cruzada* resurge imperfecta pues permite que el infiel en Tierra Santa mate tanto a otros infieles musulmanes como a cristianos. Pero al nuevo Corazón de León nunca le importó la historia. Tan sólo, la propaganda). Quizá los medios deberían respirar hondo, estar un día entero sin publicar o emitir, y preguntarse ¿de qué estamos hablando? Si no, la audiencia lo hará por ellos. En cierta forma, ya lo está haciendo.

BIBLIOGRAFÍA Y HEMEROGRAFÍA

- AIRA, César (2002): “El dandi con un solo traje” en Babelia, *El País*, 2 de febrero.
- ÁLVAREZ, Jesús Timoteo y SECANELLA, Petra María (1991): “Desinformación” en *Diccionario de ciencias y técnicas de la comunicación*, Madrid, Ediciones Paulinas.
- CEBRIÁN, Mariano (1998): *Información audiovisual: concepto, técnica, expresión y aplicaciones*, Madrid, Síntesis.
- CHOMSKY, Noam (2001): “La nueva guerra contra el terror”, en *Le Monde Diplomatique*, nº 73, noviembre.
- FAGOAGA, Concepción (2001): *Proyecto docente*, inédito.
- GONZÁLEZ, Enric (2002): “El Pentágono crea una agencia para “intoxicar” a la prensa mundial”, en *El País*, 20 de febrero.
- MARTÍNEZ GORRIARÁN, Carlos (2002): “Terrorismo e internacionalismo”, en *Abc Cultural*, 16 de febrero.
- STEINER, George (2001): declaraciones en *El País*, 26 de octubre.

(Artículo recibido el 8 de abril de 2002. Aceptado el 10 de mayo de 2002)