



• [DOSSIER](#)

• [EL GRAN ZOO](#)

• [PUEBLO MOCHO](#)

• [CARTELERA](#)

• [BUSCADOR](#)

• [LIBRO DIGITAL](#)

• [GALERÍA](#)

• [LA OPINIÓN](#)

• [LA CARICATURA](#)

• [LA CRÓNICA](#)

• [MEMORIAS](#)

• [PÍO TAI](#)

• [EL CUENTO](#)

• [EN PROSCENIO](#)

• [LA FUENTE VIVA](#)

• [Otros enlaces](#)

• [Mapa del Sitio](#)

PRESENTACIÓN DEL LIBRO *PROPAGANDAS SILENCIOSAS* DE IGNACIO RAMONET.

Ricardo Alarcón de Quesada* | La Habana

Dueño de extensa y sólida cultura y de un pensamiento riguroso, independiente y creador, Ignacio Ramonet nos ha entregado numerosos libros y artículos, indispensables para comprender el mundo en que vivimos. Súmase a ello la labor sistemática de *Le Monde Diplomatique* prestigioso y eficaz espacio alternativo frente a los grandes medios dedicados a desinformar y embrutecer. Él viene de Porto Alegre, donde acaba de participar en el segundo Foro Social Mundial, que tanto debe a su iniciativa y tenaz esfuerzo y constituye la esperanza cierta de que es posible articular en un movimiento

amplio, multicolor y a la vez coherente, todas las fuerzas que en el mundo entero se oponen al neoliberalismo para lograr derrotarlo.

Propagandas silenciosas se inscribe en ese contexto. A partir de su reconocido dominio sobre los temas que examina y de una copiosa información manejada con pericia e imbuido de la actitud comprometida de su autor, su indagación es integral e incluye aristas que lo enriquecen y hacen su lectura particularmente atrayente. Penetrante y lúcido es su estudio acerca de la televisión y el cine como instrumentos de propaganda comercial y política. Una propaganda que si en sus inicios era más bien ingenua, explícita y directa, progresivamente fue empleando técnicas cada vez más sutiles que operan sobre la mente del receptor, y la condicionan, sin que él se de cuenta. El libro ofrece una visión abarcadora y crítica del cine occidental, certeramente relacionada con las circunstancias políticas, económicas y sociales y desentraña su papel como medio para influir en las mentes del auditorio. La guerra de Viet Nam y su reflejo en el cine y la televisión le permite presentarnos un ejemplo insuperable de manipulación. Las películas-catástrofes, los westerns italianos y las comedias sobre la guerra nos hacen regresar, con pupila más alerta, a las salas de proyección.

Especialmente revelador es el análisis que hace respecto a la cada vez más estrecha simbiosis entre el cine y la televisión y la disección de los seriales policíacos con Kojak y Colombo al frente. Incisivo su estudio sobre los spots televisivos, y la lógica específica de su técnica y su injerencia en los mecanismos mentales del receptor con efectos decisivos en todos los aspectos de la vida desde la elección de un Presidente a la selección de una marca de cigarrillos.

Desde el comienzo del libro Ramonet expresa su desconfianza respecto a la "industria cultural" y a su "silenciosa propaganda" porque aprecia en ellos tres evidencias: la reducción de los seres humanos a masas manipuladas, "incapaces de discernir y de decidir libremente", la introducción de "un conformismo y una pasividad peligrosamente regresivos" para llevarlos a "olvidar, por un instante, el mundo absurdo, cruel y trágico en que viven". Subraya el peso enorme que tiene al respecto la industria norteamericana que "exporta cada año doscientas mil horas de programación, lo que representa aproximadamente el 75% de la totalidad de las exportaciones mundiales de emisiones televisadas" y son las únicas que "gozan de una difusión mundial". Señala que "en la misma trama de las imágenes se difunde la americanización" y hace que ya muchos europeos sean "una especie de seres 'transculturales', híbridos irreconciliables, que poseen una mentalidad norteamericana en un cuerpo europeo."

El libro es anterior al 11 de septiembre de 2001 y obviamente no puede cubrir las consecuencias del atroz acto terrorista y su reflejo en la información y la propaganda. Los más notorios predicadores evangelistas de la nueva derecha, explicaron el ataque en términos de un castigo divino a las pecaminosas

conductas que ellos perciben en esa sociedad.

El presidente Bush tan cercano a la mentalidad de esos teleclérigos, convocaba a una apocalíptica cruzada del Bien contra el Mal, ambos con mayúsculas. Para él, sin embargo, la sociedad norteamericana es esencialmente virtuosa, la encarnación del Bien y su suprema virtud la resumió en un verbo, "consumir", que pronto se plasmó en un spot televisivo que tiene al inquilino de la Casa Blanca como actor principal y que persigue a los norteamericanos día y noche. Por las razones ya dichas, la misma consigna, "consumir", atosiga con su irónico mensaje a centenares de millones de personas en todo el mundo, incluyendo a los argentinos que reclaman su dinero secuestrado en el "corralito".

Para despojar a las gentes de su capacidad de pensar y decididos a evitar explicaciones profundas -que llevarían inevitablemente a descubrir un orden internacional injusto e insostenible- empleando técnicas idénticas a las del spot televisivo, los grandes medios norteamericanos han inventado una nueva manera de aludir a la tragedia: después de machacar las referencias al "once de septiembre", como una fecha única, como si nunca antes atrocidades terroristas hubieran causado miles de víctimas como ocurrió en Chile en 1973, para recordar una coincidencia jamás mencionada por esos medios. Ahora es suficiente repetir "*nine eleven*". Este ejemplo de hipersimplificación ilustra una técnica que sustituye el razonamiento por estereotipos y fórmulas reduccionistas convenientemente repetidas hasta volverse imágenes que provocan emociones y reflejos automáticos. Es la consagración del spot televisivo convertido ya en modo de expresión habitual de los programas informativos.

Se ha vuelto algo natural una suerte de militarización de los servicios noticiosos de las televisoras norteamericanas de alcance global -CNN, MSNBC y Fox- donde hace cinco meses que el lugar de los analistas lo ocupan generales, almirantes y coroneles a quienes se identifica como "retirados" aunque curiosamente hacen análisis semejantes, con una jerga idéntica, esencialmente destinada a reproducir la línea oficial. Ésta, además, es omnipresente, sobre todo con las casi diarias conferencias de prensa en las que el Jefe del Pentágono actúa como simpático profesor.

En esos encuentros, varias veces Ronald Rumsfeld ha definido el período actual como una nueva "guerra fría", ha reiterado que no se trata sólo de bombardear Afganistán ni de contentarse con operaciones militares contra las próximas víctimas que decidan atacar, sino de la batalla prolongada, tanto como lo que duró el enfrentamiento con la Unión Soviética, del que se suponía Washington había emergido victorioso, una lucha en la que los componentes políticos, económicos y propagandísticos tienen tanta o más importancia que los militares.

Una guerra fría sin una potencia adversaria, cuando el capitalismo se globaliza y convierte todo el planeta en su mercado, desatada contra un enemigo que

está en todas partes, incluyendo los propios Estados Unidos y cuyo propósito es tratar de liquidar los movimientos contra la globalización neoliberal. El sentido de esa ofensiva del gran capital es evidente en la llamada Ley Patriota, verdadero inventario de las metas y aspiraciones de los cuerpos represivos estadounidenses, presentada al Congreso una semana después del 11 de septiembre y aprobada por ambas Cámaras con inusitada rapidez, amplísima mayoría y casi total ausencia de discusión. Para que nadie dude que se regresa a la guerra fría, vuelven otra vez las amenazas a los intelectuales con acusaciones macartistas y "listas negras" como en un reciente documento significativamente emitido por Lynn Cheney, esposa del actual Vicepresidente y Joe Liebermann, frustrado candidato a ocupar el cargo que hoy ostenta el marido de su amiga, aficionados los tres a la cacería de brujas. El objeto de su ira son los profesores y estudiantes que se han manifestado contra la guerra en más de cien universidades norteamericanas en actos sobre los que los grandes medios han guardado hermético silencio. Porque la manipulación mediática no se traduce sólo en los textos y las imágenes que son diseminadas por todo el mundo, sino también en lo que es censurado y ocultado. Pensemos en el caso más cercano a los cubanos, el de nuestros cinco héroes sometidos a un régimen carcelario perverso y cruel, tras un proceso judicial arbitrario y fraudulento en el que fueron sentenciados injustamente a condenas que allá no imponen a los peores criminales, por autoridades corruptas y que son cómplices de los más notorios terroristas del Continente. ¿Cuándo se darán por enterados de ese caso y permitirán al pueblo norteamericano conocer del vergonzoso contubernio entre las autoridades de Miami y los asesinos que alegremente se pasean por sus calles?

Para enfrentar lo que Ramonet llama "la nueva ofensiva cultural norteamericana" puede resultar útil recordar algunos antecedentes. La afirmación de Henry Kissinger acerca de que la historia de los Estados Unidos es la historia de la realización de la libertad, es, en el mejor de los casos, una broma en la que no cree ni su autor. Pero lo importante es que con esa definición coincide plenamente la mayoría de los blancos anglosajones protestantes (los wasps) y una buena parte de los pobladores de Estados Unidos. De poco sirve que la contradiga la historia verdadera, la del genocidio de la población aborigen, la de un sistema esclavista que se mantuvo y se extendió a nuevos territorios durante un siglo de vida republicana, la del racismo y la violencia étnica que aún perdura, la del expansionismo y las intervenciones militares en este Continente, y en otros lugares tan numerosos entre los que sólo cabría recordar a Viet Nam y Chile a las que no fue ajeno el prolífico autor y ex-asesor de Nixon.

Este distanciamiento entre la realidad del mundo y la visión que de ella tienen los ciudadanos del país que ejerce una discutida hegemonía planetaria es algo como para alterar el sueño a toda la humanidad. Que ello ocurra, además, allí donde hay un muy elevado desarrollo tecnológico en materia de información y

comunicación y en una sociedad que todavía es percibida por muchos como abierta y liberal, es para transformar el sueño en pesadilla y obligarnos a despertar.

La verdad es que en Estados Unidos existe lo que Chomsky denominó "una forma de totalitarismo autoimpuesto". A él se llega mediante "la fabricación del consentimiento", empresa en la que los ingenieros son los grandes medios y un destacamento especial de investigadores y analistas que arrojan ese totalitarismo con el manto de la libertad.

El singular sistema no surgió de un golpe de estado ni como consecuencia de la derrota ante una tiranía extranjera. Es una construcción de cimientos muy profundos que reposan en los orígenes mismos de la nación norteamericana y no es poco lo que debe a sus "padres fundadores". Es posible identificar algunas de sus raíces en los ochenta y cinco ensayos publicados entre octubre de 1787 y mayo de 1788 en El Federalista. La república naciente tendría un claro sentido de clase, establecería un sistema representativo elitista, con límites precisos a la participación democrática. Para John Jay "quienes poseen el país deben gobernarlo", puesto que la responsabilidad del gobierno, según James Madison sería "proteger a la minoría rica de la mayoría", lo cual requería, de acuerdo con Alexander Hamilton, "domesticar" al pueblo.

Para Walter Lipmann, reconocido como gran teórico de la democracia liberal y apologista de su variante norteamericana, el conflicto entre las elites privilegiadas y las masas populares había aparecido en los primeros tiempos de la república y la habían acompañado a todo lo largo de su historia. Recordemos lo que escribió en 1947: "Esta oposición apareció cuando Washington aún vivía y se ha acentuado durante los últimos ciento cincuenta años. En nuestro tiempo ha alcanzado su clímax y su crisis. Si queremos entender a Washington y apreciar la importancia universal de su ejemplo ¿qué tenemos que hacer? Creo que tenemos que negarnos a identificar la causa de la libertad, la justicia y el buen gobierno de la mayoría".

Estas palabras fueron pronunciadas en solemne ocasión, al ser develada la estatua del primer Presidente en la catedral de la capital bautizada con su nombre.

Lipmann, el gran liberal, no se andaba con medias tintas cuando se trataba de defender los intereses de las clases dueñas del país y del gobierno. Le preocupaba especialmente la insistencia de las masas, para él carentes de educación, en intervenir en la vida pública. Ellas "tienen que ser puestas en su lugar", sólo así los ilustrados miembros de los grupos dominantes podrán evadir "las patadas y el bramido del rebaño salvaje", o sea, el pueblo, que debe conformarse con su papel de "espectador".

A reducir al pueblo a esa condición, a domesticarlo, ha dedicado la oligarquía norteamericana, más tiempo y más recursos que los que ha destinado a satisfacer sus derechos básicos -educación, salud, cultura, empleo, seguridad social- en dos siglos. Lo ha asumido, además, como la esencia misma de su

sistema político.

Es difícil superar a Edward Bernays en el reconocimiento explícito de la manipulación de las conciencias como sustancia fundamental del modelo norteamericano. Y no será fácil hallar a alguien más autorizado pues su larga carrera de propagandista la inició asesorando al presidente Wilson y la culminó como jefe de relaciones públicas de la *United Fruti Company* y de su campaña en 1954 para justificar la agresión de la CIA contra la indefensa Guatemala. Por ello vale la pena citarlo: "La manipulación conciente e inteligente de los hábitos y opiniones de las masas es un elemento importante en la sociedad democrática". Para Bernays eso implicaba "regimentar la mente del público hasta el último detalle" lo cual definía como "la esencia del proceso democrático".

Brzezinski explicó con franqueza la reconversión de las instituciones académicas en "tanques pensantes" articulados al sistema de poder y la transformación de ciertos intelectuales en lo que él denominó *house ideologues* del imperio.

Así se ha llegado a lo que Ramonet describe con estas palabras: "en múltiples campos Estados Unidos se las arregló para obtener el control del vocabulario, de los conceptos y del sentido; obliga a enunciar los problemas que crea con las palabras que propone; proporciona los códigos que permiten descifrar los enigmas que ella misma impone, y dispone para ello de gran cantidad de instituciones de investigación y de tanques pensantes (*think tank*) con los que colaboran miles de analistas y expertos. Estos producen información sobre cuestiones jurídicas, sociales y económicas desde una perspectiva favorable a las tesis neoliberales, a la globalización y a los medios de negocios. Sus trabajos, generosamente financiados, se difunden y divulgan a escala mundial".

Brzezinski definió también, hace algo más de treinta años, la esencia de esa manipulación: "Explotando efectivamente las últimas técnicas de la comunicación, manipular las emociones y controlar la razón".

Hace tres décadas nadie imaginaba muchas de las técnicas hoy en boga que permiten afirmar a Ramonet:

"Gracias a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, los mecanismos de americanización a través de la imagen son hoy mucho más temibles; los satélites de difusión directa, en particular, propician sobremanera la expansión universal de las imágenes emitidas desde los Estados Unidos; estimulan vigorosamente los equipos de violencia simbólica que apenas encuentran resistencia en muchas de las actuales culturas. Ahora más que nunca conviene meditar sobre la advertencia de Herbert Schiller, 'Una nación cuyos medios masivos de difusión están dominados por el extranjero no es una nación'".

Y Ramonet nos ofrece su propia advertencia: "la americanización nos penetrará por los ojos con la temible eficacia de una silenciosa propaganda. De ahí la urgencia de aprender a desconfiar de las imágenes reiterativas y machacadas que nos suelen dar el cine y la televisión para que las mastiquemos y las rumiemos, como si se trataran de una especie de caramelo dirigido a la mente o un chicle visual".

Al terminar la lectura el lector quedará meditando sobre problemas que gravitan sobre todos cada día y que requieren su respuesta urgente.

¿Qué hacer?

Debo concluir regresando a Brzezinski. La eficacia perfecta que él atribuye a la tecnología moderna en el control del pensamiento, tiene como premisa su actuación sobre el individuo aislado, víctima indefensa del narcótico que le reserva la pantalla grande o chica y del poder oculto que se lo envía. Es el individuo aislado sin sindicato, sin partido, sin periódicos ni libros, que nada puede hacer por sus propios medios frente a un poder ilimitado. Por eso esas instituciones, edificadas laboriosamente a lo largo de los tiempos, tienden a ser eliminadas o vaciadas de sentido en esta época de capitalismo desenfrenado.

El ser humano organizado, será siempre más fuerte que cualquier técnica.

"Agrupémonos todos", pedía la hermosa canción que con tanta saña se ha tratado de hundir en el olvido. Volverla a entonar, despojada de todo sectarismo, es el camino. Otro mundo es posible si somos capaces de animar una nueva solidaridad, sin exclusiones, que incluya a todos bajo la común bandera de salvar la vida y la libertad. La tiranía globalizada conduciría a la hecatombe la civilización, un planeta arrasado por la codicia suicida sería el hábitat del último hombre que caería, finalmente descerebrado, entre las ruinas.

Otro mundo es posible y se hará realidad. El porvenir no quedará en las manos de Wall Street y sus ideólogos. El futuro se anuncia, esperanzador, allá lejos, en el sur. ¿Quién no lo escucha ya avanzando luminoso y seguro desde Porto Alegre?

*** Palabras del Presidente de la Asamblea Nacional del Poder Popular en la presentación de *Propagandas Silenciosas*, efectuado en el Teatro Carlos Marx el 10 de febrero del 2002.**



La Habana, Viernes 18 de Septiembre de 2015

[Inicio](#) [Nuestra organización:](#) [Perfil](#) [Funcionamiento](#) [Estatutos](#) [Código de Ética](#) [Círculos](#) [Premios](#)
[Distinciones](#) [Instituciones](#)

10 de febrero

- 1952.-Asamblea de fotograbadores, convocada por la Unión Sindical de Artes Gráficas, para oponerse a proyecto de las empresas Información y Avance de introducir en sus talleres maquinarias que iban a provocar el desplazamiento de obreros de esa rama. Al cabo de los meses fue derrotado el intento patronal.
- 2002.-Presentado en el teatro Karl Marx el libro Propagandas Silenciosas, del periodista francés Ignacio Ramonet. Al acto asistió Fidel Castro. Una nutrida representación de los periodistas cubanos estuvo presente en esta actividad.
- 2003.-Granma Internacional presenta página Web en italiano.

El quinto poder

Ignacio Ramonet

La prensa y los medios de comunicación han sido, durante largos decenios, en el marco democrático, un recurso de los ciudadanos contra el abuso de los poderes. En efecto, los tres poderes tradicionales -legislativo, ejecutivo y judicial- pueden fallar, confundirse y cometer errores. Mucho más frecuentemente, por supuesto, en los Estados autoritarios y dictatoriales, donde el poder político es el principal responsable de todas las violaciones a los derechos humanos y de todas las censuras contra las libertades.

Pero en los países democráticos también pueden cometerse graves abusos, aunque las leyes sean votadas democráticamente, los gobiernos surjan del sufragio universal y la justicia -en teoría- sea independiente del ejecutivo. Puede ocurrir, por ejemplo, que ésta condene a un inocente (¡cómo olvidar el caso Dreyfus en Francia!); que el Parlamento vote leyes discriminatorias para ciertos sectores de la población (como ha sucedido en Estados Unidos, durante más de un siglo, respecto de los afro-estadounidenses, y sucede actualmente respecto de los oriundos de países musulmanes, en virtud de la “Patriot Act”); que los gobiernos implementen políticas cuyas consecuencias resultarán funestas para todo un sector de la sociedad (como sucede, en la actualidad, en numerosos países europeos, respecto de los inmigrantes “indocumentados”).

En un contexto democrático semejante, los periodistas y los medios de comunicación a menudo han considerado un deber prioritario denunciar dichas violaciones a los derechos. A veces, lo han pagado muy caro: atentados, “desapariciones”, asesinatos, como aún ocurre en Colombia, Guatemala, Turquía, Pakistán, Filipinas, y en otros lugares. Por esta razón durante mucho tiempo se ha hablado del “cuarto poder”. Ese “cuarto poder” era, en definitiva, gracias al sentido cívico de los medios de comunicación y al coraje de valientes periodistas, aquel del que disponían los ciudadanos para criticar, rechazar, enfrentar, democráticamente, decisiones ilegales que pudieran ser inicuas, injustas, e incluso criminales contra personas inocentes. Era, como se ha dicho a menudo, la voz de los sin-voz.

Desde hace una quincena de años, a medida que se aceleraba la mundialización liberal, este “cuarto poder” fue vaciándose de sentido, perdiendo poco a poco su función esencial de contrapoder. Esta evidencia se impone al estudiar de cerca el funcionamiento de la globalización, al observar cómo llegó a su auge un nuevo tipo de capitalismo, ya no simplemente industrial sino predominantemente

financiero, en suma, un capitalismo de la especulación. En esta etapa de la mundialización, asistimos a un brutal enfrentamiento entre el mercado y el Estado, el sector privado y los servicios públicos, el individuo y la sociedad, lo íntimo y lo colectivo, el egoísmo y la solidaridad.

El verdadero poder es actualmente detentado por un conjunto de grupos económicos planetarios y de empresas globales cuyo peso en los negocios del mundo resulta a veces más importante que el de los gobiernos y los Estados. Ellos son los “nuevos amos del mundo” que se reúnen cada año en Davos, en el marco del Foro Económico Mundial, e inspiran las políticas de la gran Trinidad globalizadora: Fondo Monetario Internacional, Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio.

Es en este marco geoeconómico donde se ha producido una metamorfosis decisiva en el campo de los medios de comunicación masiva, en el corazón mismo de su textura industrial.

Los medios masivos de comunicación (emisoras de radio, prensa escrita, canales de televisión, internet) tienden cada vez más a agruparse en el seno de inmensas estructuras para conformar grupos mediáticos con vocación mundial. Empresas gigantes como News Corps, Viacom, AOL Time Warner, General Electric, Microsoft, Bertelsmann, United Global Com, Disney, Telefónica, RTL Group, France Telecom, etc., tienen ahora nuevas posibilidades de expansión debido a los cambios tecnológicos. La “revolución digital” ha derribado las fronteras que antes separaban las tres formas tradicionales de la comunicación: sonido, escritura, imagen. Permitted el surgimiento y el auge de internet, que representa una cuarta manera de comunicar, una nueva forma de expresarse, de informarse, de distraerse.

Desde entonces, las empresas mediáticas se ven tentadas de conformar “grupos” para reunir en su seno a todos los medios de comunicación tradicionales (prensa, radio, televisión), pero además a todas las actividades de lo que podríamos denominar los sectores de la cultura de masas, de la comunicación y la información. Estas tres esferas antes eran autónomas: por un lado, la cultura de masas con su lógica comercial, sus creaciones populares, sus objetivos esencialmente mercantiles; por el otro, la comunicación, en el sentido publicitario, el marketing, la propaganda, la retórica de la persuasión; y finalmente, la información con sus agencias de noticias, los boletines de radio o televisión, la prensa, los canales de información continua, en suma, el universo de todos los periodismos.

Estas tres esferas, antes tan diferentes, se imbricaron poco a poco para constituir una sola y única esfera ciclópea en cuyo seno resulta cada vez más difícil distinguir las actividades concernientes a la cultura de masas, la comunicación o la información (1). Por añadidura, estas empresas mediáticas gigantes, estos productores en cadena de símbolos multiplican la difusión de mensajes de todo tipo, donde se entremezclan televisión, dibujos animados, cine, videojuegos, CD musicales, DVD, edición, ciudades temáticas estilo Disneylandia, espectáculos deportivos, etc.

En otras palabras, los grupos mediáticos poseen de ahora en adelante dos nuevas características: primeramente, se ocupan de todo lo concerniente a la escritura, de todo lo concerniente a la imagen, de todo lo concerniente al sonido, y difunden esto mediante los canales más diversos (prensa escrita, radio, televisión hertziana, por cable o satelital, vía internet y a través de todo tipo de redes digitales). Segunda característica: estos grupos son mundiales, planetarios, globales, y no solamente nacionales o locales.

En 1940, en una célebre película, Orson Welles arremetía contra el “superpoder” de Citizen Kane (en realidad, el magnate de la prensa de comienzos del siglo XX, William Randolph Hearst). Sin embargo, comparado con el de los grandes grupos mundiales de hoy, el poder de Kane era insignificante. Propietario de algunos periódicos en un solo país, Kane disponía de un poder ínfimo (sin por ello carecer de eficacia a nivel local o nacional (2)) en comparación con los archipoderes de los megagrupos mediáticos de nuestro tiempo.

Estas megaempresas contemporáneas, mediante mecanismos de concentración, se apoderan de los sectores mediáticos más diversos en numerosos países, en todos los continentes, y se convierten de esta manera, por su peso económico y su importancia ideológica, en los principales actores de la mundialización liberal. Al haberse convertido la comunicación (extendida a la informática, la electrónica y la telefonía) en la industria pesada de nuestro tiempo, estos grandes grupos pretenden ampliar su dimensión a través de incesantes adquisiciones y presionan a los gobiernos para que anulen las leyes que limitan las concentraciones o impiden la constitución de monopolios o duopolios (3).

La mundialización es también la mundialización de los medios de comunicación masiva, de la comunicación y de la información. Preocupados sobre todo por la preservación de su gigantismo, que los obliga a cortejar a los otros poderes, estos grandes grupos ya no se proponen, como objetivo cívico, ser un “cuarto poder” ni denunciar los abusos contra el derecho, ni corregir las disfunciones de la democracia para pulir y perfeccionar el sistema político. Tampoco desean ya erigirse en “cuarto poder” y, menos aun, actuar como un contrapoder.

Si, llegado el caso, constituyeran un “cuarto poder”, éste se sumaría a los demás poderes existentes -político y económico- para aplastar a su turno, como poder suplementario, como poder mediático, a los ciudadanos.

La cuestión cívica que se nos plantea de ahora en adelante es la siguiente: ¿cómo reaccionar? ¿Cómo defenderse? ¿Cómo resistir a la ofensiva de este nuevo poder que, de alguna manera, ha traicionado a los ciudadanos y se ha pasado con todos sus bártulos al enemigo?.

Es necesario, simplemente, crear un “quinto poder”. Un “quinto poder” que nos permita oponer una fuerza cívica ciudadana a la nueva coalición dominante. Un “quinto poder” cuya función sería denunciar el superpoder de los medios de comunicación, de los grandes grupos mediáticos, cómplices y difusores de la globalización liberal. Esos medios de comunicación que, en determinadas circunstancias, no sólo dejan de defender a los ciudadanos, sino que a veces actúan en contra del pueblo en su conjunto. Tal como lo comprobamos en Venezuela.

En este país latinoamericano donde la oposición política fue derrotada en 1998 en elecciones libres, plurales y democráticas, los principales grupos de prensa, radio y televisión han desatado una verdadera guerra mediática contra la legitimidad del presidente Hugo Chávez (4). Mientras que éste y su gobierno se mantienen respetuosos al marco democrático, los medios de comunicación, en manos de un puñado de privilegiados, continúan utilizando toda la artillería de las manipulaciones, las mentiras y el lavado de cerebro para tratar de intoxicar la mente de la gente (5). En esta guerra ideológica, han abandonado por completo la función de “cuarto poder”; pretenden desesperadamente defender los privilegios de una casta y se oponen a toda reforma social y a toda distribución un poco más justa de la inmensa riqueza nacional (ver artículo de Maurice Lemoine,

páginas 16-17).

El caso venezolano es paradigmático de la nueva situación internacional en la cual grupos mediáticos enfurecidos asumen abiertamente su nueva función de perros guardianes del orden económico establecido, y su nuevo estatuto de poder antipopular y anticidadano. Estos grandes grupos no sólo se asumen como poder mediático, constituyen sobre todo el brazo ideológico de la mundialización, y su función es contener las reivindicaciones populares que tratan de adueñarse del poder político (como logró hacerlo, democráticamente, en Italia, Silvio Berlusconi, dueño del principal grupo de comunicación trasalpino).

La “guerra sucia mediática” librada en Venezuela contra el presidente Hugo Chávez es la réplica exacta de lo que hizo, de 1970 a 1973, el periódico El Mercurio (6) en Chile contra el gobierno democrático del presidente Salvador Allende, hasta empujar a los militares al golpe de Estado. Campañas semejantes, donde los medios de comunicación pretenden destruir la democracia, podrían reproducirse mañana en Ecuador, Brasil o Argentina contra toda reforma legal que intente modificar la jerarquía social y la desigualdad de la riqueza. Al poder de la oligarquía tradicional y al de los típicos reaccionarios, se suman actualmente los poderes mediáticos. Juntos -¡y en nombre de la libertad de expresión!- atacan los programas que defienden los intereses de la mayoría de la población. Tal es la fachada mediática de la globalización. Revela de la forma más clara, más evidente y más caricaturesca la ideología de la mundialización liberal.

Medios de comunicación masiva y mundialización liberal están íntimamente ligados. Por eso, es urgente desarrollar una reflexión sobre la manera en que los ciudadanos pueden exigir a los grandes medios de comunicación mayor ética, verdad, respeto a una deontología que permita a los periodistas actuar en función de su conciencia y no en función de los intereses de los grupos, las empresas y los patrones que los emplean.

En la nueva guerra ideológica que impone la mundialización, los medios de comunicación son utilizados como un arma de combate. La información, debido a su explosión, su multiplicación, su sobreabundancia, se encuentra literalmente contaminada, envenenada por todo tipo de mentiras, por los rumores, las deformaciones, las distorsiones, las manipulaciones.

Se produce en este campo lo ocurrido con la alimentación. Durante mucho tiempo, el alimento fue escaso y aún lo es en numerosos lugares del mundo. Pero cuando gracias a las revoluciones agrícolas los campos comenzaron a producir en sobreabundancia, particularmente en los países de Europa occidental o de América del Norte, se observó que numerosos alimentos estaban contaminados, envenenados por pesticidas, que provocaban enfermedades, causaban infecciones, generaban cánceres y todo tipo de problemas de salud, llegando incluso a producir pánico en las masas como el mal de la “vaca loca”. En suma, antes uno podía morir de hambre, ahora uno puede morir por haber comido alimentos contaminados...

Con la información, sucede lo mismo. Históricamente, ha sido muy escasa. Incluso actualmente, en los países dictatoriales, no existe información fiable, completa, de calidad. En cambio, en los Estados democráticos, desborda por todas partes. Nos asfixia. Empédocles decía que el mundo estaba constituido por la combinación de cuatro elementos: aire, agua, tierra, fuego. La información se ha vuelto tan abundante que constituye, de alguna manera, el quinto elemento de nuestro mundo globalizado.

Pero al mismo tiempo, uno comprueba que, al igual que el alimento, la información está contaminada. Nos envenena la mente, nos contamina el cerebro, nos manipula, nos intoxica, intenta instilar en nuestro inconsciente ideas que no son las nuestras. Por eso, es necesario elaborar lo que podría denominarse una “ecología de la información”. Con el fin de limpiar, separar la información de la “marea negra” de las mentiras, cuya magnitud ha podido medirse, una vez más, durante la reciente invasión a Irak (7). Es necesario descontaminar la información. Así como han podido obtenerse alimentos “bio”, a priori menos contaminados que los demás, debería obtenerse una suerte de información “bio”. Los ciudadanos deben movilizarse para exigir que los medios de comunicación pertenecientes a los grandes grupos globales respeten la verdad, porque sólo la búsqueda de la verdad constituye en definitiva la legitimidad de la información.

Por eso, hemos propuesto la creación del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación (en inglés: Media Watch Global). Para disponer finalmente de un arma cívica, pacífica, que los ciudadanos podrán utilizar con el fin de oponerse al nuevo superpoder de los grandes medios de comunicación masiva. Este observatorio es una expresión del movimiento social planetario reunido en Porto Alegre (Brasil). En plena ofensiva de la globalización liberal, expresa la preocupación de todos los ciudadanos ante la nueva arrogancia de las industrias gigantes de la comunicación.

Los grandes medios de comunicación privilegian sus intereses particulares en detrimento del interés general y confunden su propia libertad con la libertad de empresa, considerada la primera de las libertades. Pero la libertad de empresa no puede, en ningún caso, prevalecer sobre el derecho de los ciudadanos a una información rigurosa y verificada ni servir de pretexto a la difusión consciente de informaciones falsas o difamaciones.

La libertad de los medios de comunicación es sólo la extensión de la libertad colectiva de expresión, fundamento de la democracia. Como tal, no puede ser confiscada por un grupo de poderosos. Implica, por añadidura, una “responsabilidad social” y, en consecuencia, su ejercicio debe estar, en última instancia, bajo el control responsable de la sociedad. Es esta convicción la que nos ha llevado a proponer la creación del Observatorio Internacional de Medios de Comunicación, Media Watch Global. Porque los medios de comunicación son actualmente el único poder sin contrapoder, y se genera así un desequilibrio perjudicial para la democracia.

La fuerza de esta asociación es ante todo moral: reprende basándose en la ética y sanciona las faltas de honestidad mediática a través de informes y estudios que elabora, publica y difunde.

El Observatorio Internacional de Medios de Comunicación constituye un contrapeso indispensable para el exceso de poder de los grandes grupos mediáticos que imponen, en materia de información, una sola lógica -la del mercado- y una única ideología, el pensamiento neoliberal. Esta asociación internacional desea ejercer una responsabilidad colectiva, en nombre del interés superior de la sociedad y del derecho de los ciudadanos a estar bien informados. Al respecto, considera de una importancia primordial los desafíos de la próxima Cumbre Mundial sobre la Información que tendrá lugar en diciembre próximo, en Ginebra (8). Propone además prevenir a la sociedad contra las manipulaciones mediáticas que, como epidemias, se han multiplicado estos últimos años.

El Observatorio reúne tres tipos de miembros, que disponen de idénticos derechos: 1) periodistas profesionales u ocasionales, en actividad o jubilados, de todos los medios de comunicación, centrales o alternativos; 2) universitarios e investigadores de todas las disciplinas, y particularmente

especialistas en medios de comunicación, porque la Universidad, en el contexto actual, es uno de los pocos lugares parcialmente protegidos contra las ambiciones totalitarias del mercado; 3) usuarios de los medios de comunicación, ciudadanos comunes y personalidades reconocidas por su estatura moral...

Los sistemas actuales de regulación de los medios de comunicación son en todas partes insatisfactorios. Al ser la información un bien común, su calidad no podría estar garantizada por organizaciones integradas exclusivamente por periodistas, a menudo vinculados a intereses corporativos. Los códigos deontológicos de cada empresa mediática -cuando existen- se revelan a menudo poco aptos para sancionar y corregir los desvíos, los ocultamientos y las censuras. Es indispensable que la deontología y la ética de la información sean definidas y defendidas por una instancia imparcial, creíble, independiente y objetiva, en cuyo seno los universitarios tengan un papel decisivo.

La función de los “ombudsmen” o mediadores, que fue útil en los años 1980 y 1990, está actualmente mercantilizada, desvalorizada y degradada. Es a menudo un instrumento de las empresas, responde a imperativos de imagen y constituye una coartada barata para reforzar artificialmente la credibilidad de los medios.

Uno de los derechos más preciados del ser humano es el de comunicar libremente su pensamiento y sus opiniones. Ninguna ley debe restringir arbitrariamente la libertad de expresión o de prensa. Pero las empresas mediáticas no pueden ejercerla sino bajo la condición de no infringir otros derechos tan sagrados como el de que todo ciudadano pueda acceder a una información no contaminada. Al abrigo de la libertad de expresión, las empresas mediáticas no deben poder difundir informaciones falsas, ni realizar campañas de propaganda ideológica, u otras manipulaciones.

El Observatorio Internacional de Medios de Comunicación considera que la libertad absoluta de los medios de comunicación, reclamada a viva voz por los dueños de los grandes grupos de comunicación mundiales, no podría ejercerse a costa de la libertad de todos los ciudadanos. Estos grandes grupos deben saber de ahora en adelante que acaba de nacer un contrapoder, con la vocación de reunir a todos aquellos que se reconocen en el movimiento social planetario y que luchan contra la confiscación del derecho de expresión. Periodistas, universitarios, militantes de asociaciones, lectores de diarios, oyentes de radios, telespectadores, usuarios de internet, todos se unen para forjar un arma colectiva de debate y de acción democrática. Los globalizadores habían declarado que el siglo XXI sería el de las empresas globales; la asociación Media Watch Global afirma que será el siglo en el que la comunicación y la información pertenecerán finalmente a todos los ciudadanos.

NOTAS:

(1) Ignacio Ramonet, *La tiranía de la comunicación*, Madrid, Temas de Debate, 1998; y *Propagandas silenciosas*, Instituto Cubano del Libro, La Habana, 2001.

(2) Véase, por ejemplo, en Italia, la superpotencia mediática del grupo Fininvest de Silvio Berlusconi, o en Francia, la de los grupos Lagardère o Dassault.

(3) Presionada por los grandes grupos mediáticos estadounidenses, la Federal Communications Commission (FCC) de Estados Unidos autorizó, el 4 de junio de 2003, la flexibilización de los

límites a la concentración: una empresa podría controlar hasta el 45% de la audiencia nacional (contra el 35%, en la actualidad). La decisión debía entrar en vigor el 4 de septiembre último, pero debido a que algunos ven en ella “una grave amenaza para la democracia”, fue suspendida por la Corte Suprema.

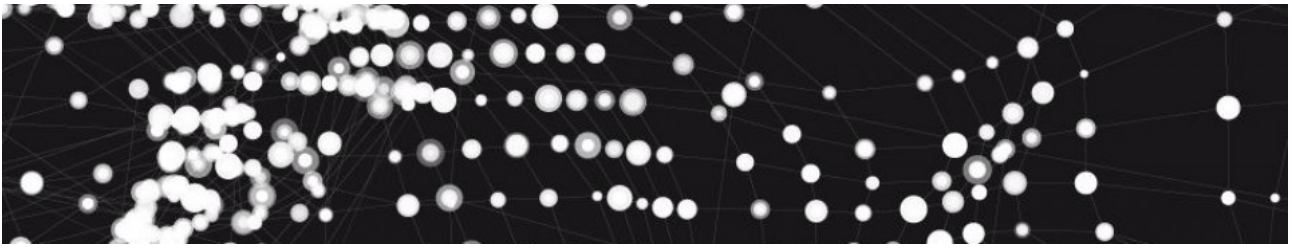
(4) Ignacio Ramonet, “El crimen perfecto”, *Le Monde diplomatique*, edición española, junio de 2002.

(5) Maurice Lemoine, “Laboratorios de la mentira en Venezuela”, *Le Monde diplomatique*, edición española, agosto de 2002.

(6) Y muchos otros medios de comunicación, como *La Tercera*, *Ultimas Noticias*, *La Segunda*, *Canal 13*, etc. Véase Patricio Tupper, *Allende, la cible des médias chiliens et de la CIA (1970-1973)*, Editions de l’Amandier, París, 2003.

(7) Ignacio Ramonet, “Mentiras de Estado”, *Le Monde diplomatique*, edición española, julio de 2003.

(8) Armand Mattelart, «La clave del nuevo orden internacional», *Le Monde diplomatique*, edición española, agosto de 2003.



[ACERCA DE UT](#) [ASIGNATURA](#) [GALERIA](#) [BIBLIOGRAFIA](#) [SOFTWARECA](#) [ICONOGRAFIA](#)

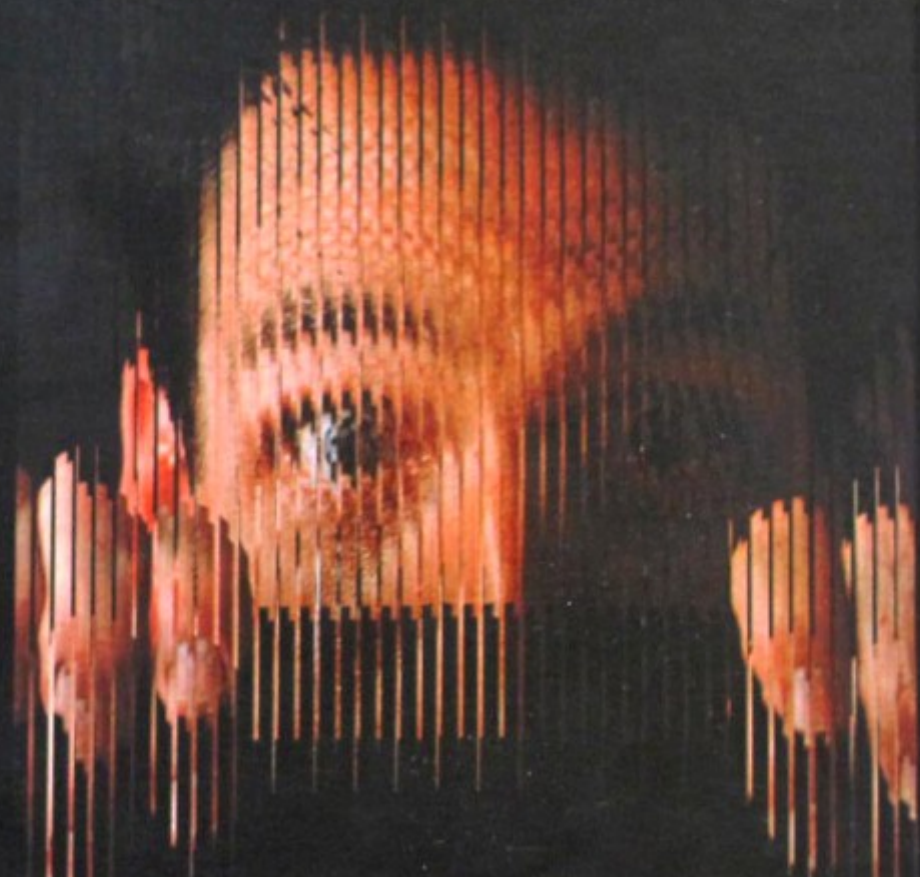
IGNACIO RAMONET / 2002 / PROPAGANDAS SILENCIOSAS

[IGNACIO RAMONET](#) director del excelente periodico el [COURRIER INTERNATIONAL](#) publico en 2002 el presente libro PROPAGANDA SILENCIOSAS, masas, cine, television. El presente fue impreso en Venezuela por EDICIONES VALQUIMA.

Es un libro critico, que trata de los mecanismos de influencia a traves de los medios de masas audiovisual en genreal y de la propaganda de EE-UU a traves de su production massiva en los dominios de la comunicacion TV, CINE, y INTERNET. Ademas de proponer su vision de estos macanismos de propaganda el autor nos libra una fuentes de referencias cultural importante. Paradoxalmente a criticar estos mecanismos el participa de el mismo a la propagacion de esta misma propaganda capitalista basado en le decerebracion de los consumidores por el medio de la TV y produccion cinematografica y por extension del uso de internet. El receptor de esta propaganda disfrazada, una propaganda que produce y difusa la industria de recreacion de EE-UU en particular y de la sociedad de occidental en general, actua como una forma de endoctrinacion subliminal. Los receptores telespectadores, educado desde la infenzia estan condicionado casi a la manera del perro de PAVLOF. Es un circulo vicioso muy fino, es la "victima" ella misma, el telespectator que pide la intoxicacion, el masaje mental, dulce y grassosa decerebracion. No piensa y compra es lo que nos vende estas industrias de la comunicacion.

Desenchufa te es el mensaje de fundo de Igancio Ramonet, aprende a analizar y criticar estas propagandas lo que sean su medios, cultivar se para criticar, crea tu opinion de manera libre.

[HAZ CLIK PARA DESCARGAR Y LEER](#) *libro piratiado a la chevere, compra lo cuando tiene el dinero, soporta autores y editores*



**Propagandas
silenciosas**

Masas, televisión, cine

Ignacio Ramonet


Ediciones Valquimia

Relacionado

[EL MUNDO SEGUN MOSANTO](#) En "Cine"

[THE CORPORATE / CORPORACIONES / QUE ES](#) En "Cine"

[UT / WEB AVANZADO / PLANTILLA PROYECTO ESCRITO](#) En "UT | Configuracion del plano"

Cine, [UT | Z > Bibliografia](#) and tagged [ignacio ramonet](#), [propaganda de la industria audiovisual gringa](#), [propaganda silenciosas](#) on by [cityzenproject](#).

Navegador de artículos

[← BILL VIOLA 1977 THE REFLECTING POOL](#)

[EL MUNDO SEGUN MONSANTO →](#)



AUTOR

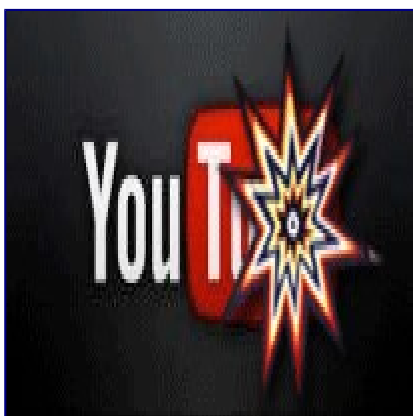


[cityzenproject](#)

Armor Le Bihan Artista - docente - Universidad del Tolima - Colombia

[Follow me on Academia.edu](#)

SEGUIR



SECCIONES

- [ACADEMICO](#) (12)
- [ARTE](#) (128)
 - [Animacion](#) (7)

- [Arte Digital](#) (3)
- [Cine](#) (48)
- [cine documental](#) (5)
- [Cine experimental](#) (1)
- [Convocatorias – Residencias](#) (3)
- [Dibujo](#) (5)
- [Escultura](#) (1)
- [Exposicion](#) (2)
- [Exposiciones](#) (1)
- [Fotografia](#) (25)
- [Historia del Arte > Youtube](#) (2)
- [Intervención Territorio](#) (1)
- [Specific site](#) (1)
- [Teoria](#) (3)
- [CIENCIA](#) (5)
 - [Ecologia](#) (2)
 - [Matematica](#) (1)
- [COMUNICACION](#) (20)
 - [Blogosfera](#) (3)
 - [Caricaturas](#) (1)
 - [Diseño Grafica](#) (3)
 - [eventos](#) (5)
 - [Motion Design](#) (1)
 - [Pedagogia](#) (2)
 - [Propaganda](#) (1)
 - [Tipografia](#) (1)
- [CUN](#) (6)
 - [CUN ANIMACION DIGITAL](#) (3)
 - [CUN COM-AV](#) (5)
 - [CUN ILUSTRACION](#) (2)
- [ENLACES](#) (35)
- [MUSICA](#) (15)
 - [Africa](#) (1)
 - [Electroacoustic](#) (3)
 - [Minimalismo](#) (3)
 - [Paisaje sonoro](#) (3)
 - [techno / electronic](#) (1)
- [SOFTWARE](#) (1)
 - [Animacion](#) (1)
- [Uncategorized](#) (6)

- [UT](#) (124)
 - [UT | Configuración del plano](#) (38)
 - [UT | Fotografía I](#) (29)
 - [UT | Perspectiva APV](#) (4)
 - [UT | Perspectiva ARQ](#) (5)
 - [UT | Taller digital](#) (54)
 - [UT | Web 4.0](#) (51)
 - [UT | X | Trabajo de estudiantes](#) (4)
 - [UT | Y > Selección trabajos APV](#) (3)
 - [UT | Z > Bibliografía](#) (27)
- [UT | Expresión2](#) (1)

[Scribd](#)

De Ignacio Ramonet LA MANIPULACIÓN DEL ESPECTADOR O TELEVIDENTE Por Hergo

Con la lectura de este libro nos damos exacta cuenta de la forma en que algunos medios, especialmente el cine y la televisión, tratan de manipular al espectador o televidente, atrapando las mentes de los pobladores de la aldea virtual en la que se ha convertido el planeta, como bien expresa el libro **Propagandas silenciosas** de Ignacio Ramonet. Ignacio Ramonet (Redondela, España, 1943), es director de *Le Monde Diplomatique*, especialista en Geopolítica y Estrategia Internacional. Doctor en Semiología e Historia de la Cultura y profesor de Teoría de la Comunicación Audiovisual en la Universidad Denis Diderot de París. En *Propagandas Silenciosas* Ramonet desmonta magistralmente los mecanismos y procedimientos que se utilizan para manipular, tomando para ello numerosos ejemplos del cine y la televisión, especialmente spots publicitarios, películas, comedias seriales policíacos, escenas de guerra y de violencia. La publicación señala que desde hace cierto tiempo, la influencia del estilo spot está alcanzando al propio cine, y a las películas norteamericanas que obtienen los mayores éxitos en el mundo entero. Gracias a las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación, los mecanismos de americanización a través de la imagen son hoy mucho más temibles; los satélites de difusión directa, en particular, propician sobremanera la expresión universal de las imágenes emitidas desde los Estados Unidos; estimulan vigorosamente los equipos de violencia simbólica que apenas encuentran resistencia en muchas de las actuales culturas. Ahora más que nunca conviene meditar sobre la advertencia de Herbert Schiller: una nación cuyos medios masivos de difusión están dominados por el extranjero no es una nación. Por consiguiente, dice Ramonet, la americanización nos penetrará por los ojos con la temible eficacia de una silenciosapropaganda.

En la manipulación de las masas, subraya el escritor, ha cambiado en los últimos veinte años en dos aspectos fundamentales: la irrupción de Internet y la nueva ofensiva cultural norteamericana. Añade que ninguna técnica, por sofisticada y eficaz que sea es neutral. Siempre llega dotada de un programa de cambio social, y que las revoluciones técnicas en el mundo de la comunicación, como las que impone Internet, aún están más cargadas de ideología. Ramonet dedica varios capítulos de su libro *Propagandas silenciosas*, al uso de películas, una buena parte de ellas de intriga, tomando como base esencial el cataclismo, un desastre o una catástrofe que sobreviene de improviso y trastorna la armonía de una comunidad. Eso lleva al público a fijar la calamidad, el estado de agitación real suscitado en su mente por la situación traumática de crisis. Ramonet recuerda hechos ocurridos hace varios años, como el 12 de diciembre de 1937, en que un avión japonés lanzó varias bombas sobre el buque norteamericano USS Panay, junto al río Yang-The-Kiang. A bordo del navío se encontraban dos responsables de noticiarios, los que filmaron la escena. Las imágenes fueron recuperadas por el Pentágono y luego montadas con un comentario dramático para convertirlas en *El bombardeo del Panay*, primera película de Propaganda ferozmente antijaponesa. En ese contexto y en previsión de una eventual declaración de guerra contra Japón, la Marina norteamericana elaboró un cortometraje de instrucción para sus reclutas titulado *Matar o morir* en el que se afirmaba. el japonés es el guerrero más vil, el más cruel del mundo. Por consiguiente, hay que combatirle con sus propias armas. Así, de entrada, estas dos películas de propaganda señalaban oficialmente las principales características (crueldad, traición, ignominia) que a partir de ahora iban a ser retomadas sistemáticamente a propósito de los nipones. Los ejemplos apuntados forman parte del libro **Propagandas silenciosas**, de Ignacio Ramonet. Por constituir un tema de actualidad los invito a que lo lean.

[Página personal del periodista Pascual Serrano](#)

[Inicio](#) [Biografía](#) [Mis textos](#) [Texto invitado](#) [Libros](#) [Recomendaciones](#) [Entrevistas](#)



Colonizados por las imágenes del Tío Sam

“Propagandas silenciosas”, de Ignacio Ramonet

Pascual Serrano

29/Ene/2007

El director de Le Monde Diplomatique nos ha ofrecido múltiples trabajos sobre geopolítica y estrategia internacional (Un mundo sin rumbo, Guerras del Siglo XXI), también sobre comunicación y nuevas tecnologías (La tiranía de la comunicación), pero en esta obra, “Propagandas silenciosas”, se centra exclusivamente en la televisión y en el cine y en el poder hegemónico de Estados Unidos.

El libro se inicia con una pregunta respecto al poder norteamericano: “¿Por qué una supremacía militar, diplomática, económica y tecnológica tan aplastante no suscita mucho más críticas o resistencias? Porque América ejerce, por si fuera poco, una hegemonía en materia cultural e ideológica”. Y es en el cine y la televisión donde esa supremacía es absoluta: “Mientras América sólo compra un 1 % de sus películas para el exterior inunda al mundo con sus producciones de Hollywood”. Lo preocupante es que “el sometimiento y el control de nuestras mente no se hará mediante una orden sino por nuestro propio deseo; no por la amenaza al castigo sino por nuestra propia sed de placer...”. En cualquier caso, para los no alienados culturalmente se reservan otros mecanismos más coercitivos.

Ramonet desgana a lo largo de la obra con un derroche de ejemplos, los diferentes géneros de seducción y colonización audiovisual: spots publicitarios, películas-catástrofe, series televisivas, westerns....

El autor analiza la influencia del formato publicitario, tanto en el vaciamiento del mensaje político que se ha convertido en un spot, como en el cine moderno, que se ha contaminado de la dinámica publicitaria en su técnica narrativa.

Verdaderamente admirable su disección del mecanismo de colonización mental de las películas-catástrofe. Interesante y original también su teoría sobre el carácter subversivo que en su tiempo tuvieron los western italianos (spaguetti western). La anécdota de cómo Mario Camus, en 1972, logra poner en boca del protagonista de un aparentemente inocente western las palabras de Durruti durante el asedio de Madrid en el 36 es magnífica.

Ramonet, en cambio, es crítico desde el punto de vista ideológico con otras obras consagradas del cine, como *Apocalypse Now*, de Francis Coppola, a la que acusa de defender “constantemente el punto de vista del Imperio” mediante la “perversión política” de presentar “el origen del horror y de la crueldad” de la guerra de Vietnam en el “comportamiento del enemigo” (la parte vietnamita) y a los norteamericanos como meros imitadores “de los métodos inhumanos de los guerrilleros vietnamitas”.

Las series televisivas también son sesudamente analizadas por el director de *Le Monde Diplomatique* a través de dos ejemplos internacionalizados: *Kojak* y *Colombo*.

En conclusión, “Propagandas silenciosas” es un ensayo excepcional sobre la historia del cine. Documentado y elaborado, en el que se citan cientos de películas, nos enseña a conocer cómo el dominio y el control mental llega a nuestras casas y a nuestras mentes mediante unas imágenes procedentes del otro lado del océano.

La obra original, “Propagandes silencieuses”, se edita en París en el año 2001 y está basada en el libro del mismo autor “*Le chewing gum des yeux*”, publicado también en Francia en 1981, quien lo rescribió, aumentó y actualizó veinte años después.

La única edición en castellano es la publicada por el Instituto Cubano del Libro.

“Propagandas silenciosas”. Ignacio Ramonet. Instituto Cubano del Libro. La Habana, 2001

[Conferencia de Ignacio Ramonet en la presentación del libro "Propagandas Silenciosas" en el Teatro Carlos Marx, La Habana. 10 de febrero de 2002](#)