

Influencias chiíes en la televisión árabe libanesa: los casos de Al-Manar y Al-Mayadeen. El aparato mediático-ideológico de Hezbollah en la guerra de Siria

Ana María Ortega-Pérez – Universidad de Sevilla – anaortper@gmail.com

Resumen: el presente trabajo se propone analizar los casos de dos televisiones árabes de origen libanés cuya propiedad se encuentra en manos del grupo chií Hezbollah. Mediante el enfoque estructural (Reig, 2010), pretendemos demostrar cómo los medios de comunicación son utilizados como aparatos militares, ideológicos y de captación y decisivo en la difusión de determinados mensajes, símbolos y valores propios de la rama chií y, en concreto, de Hezbollah. De esta forma, comprobaremos cómo el trinomio política-empresa-medios de comunicación se hace cada vez más fuerte en el mundo musulmán y en qué medida esto afecta a los contenidos informativos. Y todo ello a través de las nuevas tecnologías de las parabólicas, las televisiones satélites e Internet, con alcance mundial y de emisión continua.

Palabras claves: estructura; mercado; chiismo; Hezbollah; guerra de Siria

Abstract: The objective of this research is to analyze the structure of two Arab television stations, of Lebanese origin and owned by the Shiite group Hezbollah. Using the structuralist approach, we intend to show how the media is used as a military, ideological and instrumental tool in capturing and disseminating certain messages, symbols and values of the Shiite branch appliances and in particular of Hezbollah. Thus, we can see how the media-business-communication policy trinomial is gaining strength in the Muslim world

and how this trinomial affects the information. Furthermore, this tendency is being maximized, achieving a global reach via the Internet and satellite television.

Keywords: structure; market; Shi'ism; Hezbollah; Syria war

1. Introducción

Los medios de comunicación de la region árabe están consiguiendo un protagonismo sin igual en la actualidad. El estallido de la Primavera Árabe a finales de 2010, primero en Túnez y, posteriormente en el resto de países del entorno, han logrado crear conciencia de cambio en los contextos político, social, económico y cultural. Lo cierto es que existen, por el momento, muy pocas investigaciones sobre los medios árabes y sus características y muchas menos las que sirven para comprender su encuadramiento en la estructura mediática mundial. Si acaso, las investigaciones sobre medios de comunicación árabes tienden a orientarse hacia el estudio de los tradicionales medios de masas. No obstante, los acelerados cambios tecnológicos que estamos viviendo en la actualidad están demostrando que Internet, redes sociales, televisiones satélites y parabólicas, radios online, etc., se están haciendo un hueco como poderosas herramientas en las que profesionales de la comunicación y ciudadanos involucrados buscan librarse o, al menos, alejarse de la politización que sufren tales vías oficiales de comunicación. También estamos asistiendo a un proceso por el cual los tradicionales medios han sucumbido al influjo digital, pues la fuerte competencia, la dificultad económica y la reducción de beneficios a raíz de la publicidad les ha obligado a renovarse y someterse a los actuales gustos, necesidades e intereses, tanto de las audiencias como de los poderes que se ocultan tras de ellos.

Los grupos de poder han visto en ellos una forma muy atractiva y ventajosa de asegurar e incluso incrementar sus intereses y, desde la proliferación de grupos político-religiosos, sobre todo los islamistas, en la llamada “Postprimavera Árabe”, muchos medios apegados a esta ideología hacen discursos más intensos y, si cabe, radicales, caóticos y violentos. Esto se debe a que los nuevos medios han nacido en un clima de máxima beligerancia que

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

condenan al que no profese su línea de pensamiento. Por su parte, los anteriores medios que estaban bajo la esfera de influencia y control de los gobiernos –despegados de la línea política para no ser censurados- también han politizado su discurso ahora que parece que se produce una tímida contestación al autoritarismo gubernamental e incluso muchos de estos antiguos portavoces se han sectarizado, como es el caso egipcio, cercano a las políticas salafí. También es cierto que existen medios confesionales con una línea discursiva más moderada y que busca el apaciguamiento entre comunidades religiosas, pero no son protagonistas del escenario regional ni internacional actual porque quedan invisibilizados por los más incendiarios (Hroub, 2013: 37; 40). De esta manera, se ha desarrollado una amplia gama de medios político-religiosos que coinciden con todo tipos de ramificaciones sectarias existentes –wahhabitas, sunníes, chiíes, cristianas, salafistas, judías...-, que llevan a cabo en antena guerras mediáticas confesionales para ensalzar a sus líderes y acabar con el enemigo: “su postulado principal es que la autoridad y fuente identitaria última es el poder divino, por lo que no sólo desafían, sino que también ridiculizan, cualquier otra forma de sentimiento de identidad o de tendencias terrenales” (Hroub, 2013: 278-279).

Muchos son los casos de grupos políticos religiosos, tanto los fundamentalistas como de otro carácter, que tienen brazos mediáticos. Además de Hezbollah, grupo chií que estudiaremos y los medios bajo su influencia, nos encontramos con una larga lista de medios propiedad directa o indirecta de grupos o de líderes religiosos, tales como el jeque salafí Abdulaziz Fawzan Al Fawzan, fundador y director de Córdoba Internacional TV, el movimiento turco Hizmet, poseedores de numerosos medios como los canales Samanyolu TV, los periódicos *Zaman* o *Hira*, la agencia The International News Agency Cihan, etc.; LBCI, propiedad de las fuerzas maronitas; Al Forat Network, cuya propiedad pertenece a la Asamblea Suprema Islámica de Irak o Al Majd Satellite Broadcasting, grupo de canales religiosos propiedad de los hermanos Ashemri, por poner algunos casos. Incluso los gobiernos siguen teniendo sus propios medios, bien sea subvencionados por ellos mismos, bien porque pertenecen a grupos político-religiosos afines a sus políticas y que buscan determinados favores a cambio de sustentar económicamente a estos medios

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

a modo de propaganda. Incluso existen numerosos ejemplos de príncipes, sultanes y jeques propietarios de grandes conglomerados con una división mediática apoyada por los Estados, como el grupo marroquí Eco-Médias, participado por el rey Hassan II; Rotana Group del príncipe saudí Al Walid Bin Talal; Dubai Media Incorporated, presidido por Mohammed bin Rashid Al Maktoum, primer ministro de Dubai y vicepresidente de EAU; Media Group International Ltd, propiedad del sultán catari Ghanim Alhodaifi Al-Kuwairi o Sharjah Media Corporation, compañía de medios establecida por el departamento de gobierno de Sharjah para promover la industria mediática de este emirato. Con todo ello vemos como existe una interdependencia entre los poderes político-económico y mediático que condiciona la libertad en el ejercicio del periodismo y de sus profesionales.

Sin duda, los contenidos informativos más populares en los medios fundamentalistas actuales son las llamadas fetuas –fatawa en árabe-, esto es, los edictos de la jurisprudencia islámica pronunciados por los muftíes o intérpretes sobre si la cuestión en duda está permitida –halal- o prohibida –harem (Hroub, 2013: 45) y utilizadas como herramienta de legitimación política y de la vida pública. Las fetuas han contribuido a la institucionalización del islam moderno a través de una “suerte de mercado espiritual”, basado en la emisión de veredictos legales a través de los medios, Internet y los servicios telefónicos lucrativos 09000800 –muchos de estos sitios no están regulados y sus predicadores carecen de la formación en ciencias religiosas necesaria para emitir tales veredictos-. La popularidad de las fetuas mediáticas y digitales se deben al anonimato que proporcionan las redes sociales al que lanza su pregunta, ya que muchos de los temas están relacionados con el velo, las relaciones sexuales o el estatuto personal. Las llamadas “fetuas del bussiness” (Arigita, 2003: 60) atraen a un público numeroso, lo que significa publicidad constante y competencia televisiva –antiguamente las fetuas eran emitidas únicamente cuando tenían una naturaleza grave, pues las cuestiones leves se las dejaban al pensamiento del creyente para evitar una influencia excesiva de terceros en la vida personal de cada uno- (Hroub, 2013: 46). Esto provoca que los individuos no puedan pensar por sí mismos y guiarse por su propia conciencia.

Tan populares se han convertido estos medios religiosos, sobre todo los digitales y satelitales, para los grupos políticos y militares que se habla en la actualidad del concepto de ciber terrorismo (Arquilla et al., 2000: 179). “The information revolution is altering the nature of conflict [...] The rise of networks means that power is migrating to nonstate actors, who are able to organize into sprawling multi-organizational networks more readily than can traditional, hierarchical, state actors”.

1.1 Hezbollah, el partido de Dios

De origen libanés, *ḥizbu-llāh* es una organización islamista formado por un brazo político y otro militar –fue rápidamente incorporado a la organización para sobrevivir y como forma eficaz de competencia en la región y en el ámbito internacional (Kramer, 1989: 3) y como expresión de la comunidad chií libanesa. La denominación del grupo tiene como significado “Partido de Dios”, la cual proviene de la composición de dos palabras, *hizb* -partido- y *Allah* – Dios-. La organización nació en 1982 “para reclamar el privilegio político negado a minorías, musulmanes, chiítas, y refugiados palestinos” (Dulac Camacho, 2007: 65). La razón de su creación tiene lugar con la invasión de Israel en Beirut y estaba formado por clérigos y estudiantes que regresaban de la guerra de Iraq de 1970 a un Líbano donde las comunidades chiíes estaban social y políticamente marginadas (Addis y Blanchard, 2010: 8). El partido se formó en la heterogeneidad de corrientes entre las que se hallan miembros libaneses exiliados del Partido Islámico de Irak, Ad-Da'wa, partido político iraquí, la Unión Libanesa de los Estudiantes Musulmanes o la Alianza de los Ulemas de la Bekaa y Amal Islámica (Qualander, 2009: 10-11).

La formación del partido trajo consigo la publicación de su manifiesto titulado *Open Letter to the Downtrodden in Lebanon and the World*, en 1985 y recoge las principales líneas de la organización. En el programa Hezbollah se define como hijos de la umma, como partido de Dios y como obedecedores de líder sabio, justo y jurista, Ruhollah Musawi Jomeini (*Our Identity*, párrafo 1). “Su lucha” contra la injusticia, la agresión y la humillación es referente a Estados Unidos, que busca la persuasión en el Líbano –“in Hizbullah’s perspective, there was a new form of colonialism and imperialism ushered by the ‘American

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

– Zionist project’ that threatens the entire región” (Harb & Leenders, 2005: 181), además de a sus aliados del Pacto Atlántico y a la entidad sionista “*in the holy land of Palestine*” (*Our Fight*, párrafo 2). También hay referencias a los cristianos y, en general, a todos los oprimidos no musulmanes, a los que llama a abrazar el Islam como medio de búsqueda de la felicidad y el cielo y a no temer vivir entre ellos si buscan la paz (*To the Christians*, párrafos 1 y 2). Asimismo, rechazan categóricamente el capitalismo y el comunismo que están imponiendo la URSS y Estados Unidos porque ello no es sinónimo de sociedad justa. Finalmente, hay un apartado específico para Israel titulado *The Necessity for the Destruction of Israel*, en el que recalcan “our struggle will end only when this entity is obliterated. We recognize no treaty with it, no cease fire, and no peace agreements, whether separate or consolidated” (párrafo 2 y 3).

El partido cuenta con un gran respaldo social, especialmente de la clase popular, en el país y en la región de Medio Oriente. Hezbollah dirige escuelas, clínicas –Organización Islámica de la Salud-, servicios sociales –Ash-Shahid- y otras instituciones de “servicios públicos” (Qualander, 2009: 12) del que dependen muchas personas para llenar el vacío de lo que no puede proveer el Gobierno libanés. También controla empresas, incluidas panaderías, bancos, fábricas y una línea de ropa islámica, así como una estación de televisión por satélite y una estación de radio. Todo esto se engloba en el “Islamic system”, “a state within the state” (Assid y Blanchard, 2010: 10). Norton (2007: 475) resume todo esto que estamos viendo así: “Hezbollah espouses a model of modernity and empowerment that has attracted a broad following in Lebanon’s large Shia community”.

La financiación de esta cúpula no se conoce con exactitud pero muchos autores perciben que la ayuda es proporcionada por Irán a cambio de ser el altavoz de la revolución islámica iniciada en el país, además de recursos propios mencionados por Goenaga (2013: 98) tales como los beneficios que obtienen los medios de comunicación del partido –al-Manar, al-Mayadeen, Nour, páginas web y demás plataformas sociales-, donde la publicidad cobra un papel fundamental, pasando por el cobro de impuestos en su área de influencia a través de las organizaciones de caridad y sin ánimo de lucro o las actividades ilegales y criminales –se la relaciona con el tráfico de drogas y

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

armas en Méjico y Colombia y la creación de redes de reclutamiento, centros educativos islamistas, medios de comunicación locales y mezquitas, también con afán recaudatorio (Noriega y Cárdenas, 2011: 5)-. Además, las ayudas financieras para Hezbollah se rastrean hasta África central y occidental o en Estados Unidos, como el caso de Goodwill Charitable Organization Inc., cerrada en 2007 por el Departamento del Tesoro (Assid y Blanchard, 2010: 23). También Siria es un profundo aliado de la milicia libanesa, ya que comparten “intereses y amenazas comunes” (Goenaga, 2013: 101), además de ser uno de sus principales vendedores de armas del partido. Wege (2012: 779) define esta relación como de tolerancia mutua más que de alianza, pues la ocupación militar siria en el Líbano durante veintinueve años provocó un alto grado de inmiscuidad en todos los sectores de la sociedad y del gobierno y Hezbollah trata, con todos los medios a su alcance incluido su aparato de contrainteligencia, de contrarrestar los intentos de infiltración y manipulación en la organización. El régimen baazista, por su parte, le debe mucho a Hezbollah y a sus tentáculos militares y mediáticos, especialmente en la guerra civil que se vive desde el inicio de la Primavera Árabe, que está haciendo que al-Assad se siga legitimando en el poder.

“In addition to supplying long range weapons such as M-600 and scuds missiles to Hezbollah, Syria was recently reported to have entered into a military alliance with Hezbollah [...] Through Hezbollah, Assad maintains influence in Lebanese affairs. This status quo will likely continue into the near future.” (Waldman: 2010).

En cuanto a su visión del islam político, Hezbollah sostiene la necesidad de crear un Estado Islámico que aglutine a los individuos alienados por el capitalismo, las tecnologías y el resto de elementos desnaturalizadores propios de la sociedad de mercado. De acuerdo a sus miembros, Hezbollah no aplica su propia visión, sino la de Dios, ya que han sido investidos con un carácter divino especial que no debe concentrarse en las necesidades humanas temporales y en las ideas y poder temporal (Kramer, 1989: 10).

1.2 Al-Manar y al-Mayadeen, “canales de la resistencia”

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Calificados y formando parte de los llamados “servicios sociales” de la organización (Qualander: 2009, 12), los periódicos *al-Ahed* y *al-Bilad Monthly*, las cadenas de televisiones al-Manar y al-Mayadeen, las emisoras radiofónicas an-Nour, Sawt al-Nidal y Sawt al-Imam y otros medios locales y regionales están bajo la propiedad directa o indirecta de Hezbollah y los utiliza como medio de propaganda, de contacto con sus seguidores en otros puntos de la región y del mundo y también ha empezado a difundir vídeos y otros contenidos con sus operaciones militares, sobre todo contra Israel, al estilo de al-Qaeda. En este sentido, vemos acertadas las palabras de Walid el Hourri (2012: 65), cuando afirma que “the role of media is therefore essential for the construction of Hezbollah's political subjectivity”. Esto se conecta, de acuerdo al autor, con el papel del aparato mediático del partido durante la guerra de 2006 contra Israel, en el que los medios exageraron el impacto de la violencia militar sobre el enemigo a través del uso de imágenes y vídeos espectaculares –y descontextualizados, apuntamos nosotros- (El Hourri, 2012: 66-67).

Consideramos que el principal objetivo de un medio de comunicación, especialmente cuando está conectado con la guerra –como ocurrió, por ejemplo, durante la guerra de 2006 entre Hezbollah e Israel- es fomentar la identificación, esto es, es necesario que los media logren fidelizar aun más a la audiencia que ya le apoya, atraer a nuevos segmentos y convencer a los más reticentes de que la línea discursiva del medio forma parte de su concepción identitaria –individual o plural- a partir de la creación de un enemigo común –el tradicional ‘ellos’-‘nosotros’ y ‘amigos’-‘enemigos’ a partir de la división maniquea de la realidad-. En este sentido, Hezbollah ha construido una robusta red de comunicación, destacando Hezbollah Central Internet Bureau, quien lanzó el videojuego Special Force para el público infantil y juvenil, un juego de simulación de ataques terroristas contra soldados israelíes (Weimman, 2006: 92). Esta red se ancla en las nuevas tecnologías de telecomunicaciones, en las que el uso de los móviles, la fibra óptica, la tecnología satelital, videojuegos e Internet son, según su líder Nasrallah, “its most important weapon” para que la organización sobreviva (Amro, AFP, 9 mayo 2008). Es por eso que, desde 2008 el gobierno libanés desea desmantelar a toda costa el aparato de telecomunicaciones de Hezbollah. De

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

entre todos sus medios de comunicación y plataformas informativas sobresale al-Manar, aunque también su nuevo canal televisivo al-Mayadeen está consiguiendo altos índices de audiencia por el aparente grado de frescura y libertad informativa de la que presume tener. Estos dos canales son, como se ha dicho en reiteradas ocasiones, las protagonistas de nuestro estudio y es importante, por su interrelación con Hezbollah, analizarlos y contextualizarlos en su visión geopolítica y mediática.

El primero de los dos canales que vamos a tratar es al-Manar. Fundado en 1991 por Lebanese Communication Group, una institución independiente cuyos accionistas provienen de Hezbollah (Cochrane, 2007). También se le conoce como Qanat al-Muqawama o Canal de la Resistencia. El canal generalista todonoticias se lanzaría al uso de la tecnología por satélite en 2000 y el paquete satelital está gestionado por Arabsat (en su página web figuran datos relativos a sus servicios y a los canales con los que opera). En sus orígenes, al-Manar empezó su difusión clandestinamente porque el gobierno solo concedió cinco licencias a emisoras comerciales. La sexta la obtendría la propia al-Manar como canal de resistencia, esto es, hasta que terminara la ocupación israelí en el sur de el Líbano. De acuerdo a Krayem (Harb, 2011: 109) “that was an official admission by the government of the role Al Manar was playing and of the need for such a channel to portray resistance heroism and achievements until the liberation of the occupied territories in south Lebanon”.

Dos eran los objetivos perseguidos por el partido de Dios cuando dio a luz a este canal. El primero de ellos era atraer a la audiencia y concienciarla sobre el problema de la ocupación israelí. Tanto era así, que el relaciones públicas de la televisión, Ibrahim Farhat (Cochrane: 2007) asegura que Israel se centraba en atacar las sedes de este medio y de otros, como al-Jazeera o al-Arabiya “because Al Manar is the voice of the resistance against Israel”. También Nars (2007) recoge las opiniones de Baylouny cuando habla de que “Al-Manar helped change viewers perception of the Israeli military forces. The station succeeded in [breaking] the myth of the Israeli army’s invincibility and resurrect[ed] the idea of resistance for the Arabs”. El segundo objetivo de la creación de este canal es que sirviera como plataforma de promoción de los valores que defendía Hezbollah, por lo que como argumenta Naomi Sakr

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

(2007: 141), “Al-Manar was regarded as a platform for news and commentary rather than a source of profit”. Una de las formas que la televisión tenía de educar y culturizar a su audiencia en los valores practicados por Hezbollah era mediante la difusión de películas americanas, en las que se mostraban, según su punto de vista, cuáles eran las intenciones ideológicas occidentales promovidas por sus productos culturales hollywoodienses. En palabras de Nars (2007) Al-Manar, is not merely a medium, but rather a symbol of defiance against the aggression of the overwhelming hegemony from the West”.

La financiación de al-Manar proviene de varias fuentes. Aunque no existen datos contundentes sobre las fuentes sostenedoras de este canal, Robert Fisk (Jorisch, 2004: 41) recuerda que la generosidad iraní es la responsable de que la televisión siga a flote, a pesar de que las pérdidas han sido colosales porque el canal produce entre el 80 y el 85% de su programación (Conway, 2008). Una visión que contradice a la anterior es la de Baylouny (2009: 6) que afirma que el presupuesto anual de al-Manar es de quince millones de dólares provenientes de donaciones, diezmos y recaudaciones sociales, no solo de ayuda iraní. Los programas religiosos son patrocinados, en muchas ocasiones, por Derechos Religiosos (Conway, 2008). También el partido niega que su presupuesto provenga de ningún gobierno, solo de las actividades relacionadas con la cadena o el partido. El mismo Jorisch (2004) afirma que tal dinero viene a través de negocios de tráfico de drogas, inmobiliarias o fábricas de maquinaria militar relacionadas con Hezbollah desde la sombra, pues las leyes libanesas prohíben las subvenciones extranjeras a medios de comunicación. En un artículo publicado por *Los Angeles Times* el 13 de octubre de 2002, el ya mencionado investigador y especialista en al-Manar, Avi Jorisch -aunque también lo investigaban Jay Solomon y Mariam Fam en 2006- afirmaba con rotundidad que numerosas filiales americanas en suelo libanés, como PepsiCo, Proctel and Gamble o Wester Union eran, hasta hace unos años, las mayores financiadoras de la cadena a través de la inversión publicitaria. Este hecho choca, como asegura el autor, con otro: Estados Unidos castiga a todo aquel que apoye monetaria o logísticamente a los que apoyen a Hezbollah, determinada como organización terrorista. La única explicación que este autor da es que es posible –aunque nosotros lo ponemos en duda- que las

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

corporaciones matrices no estén al tanto de las aventuras financieras que sus filiales realizan en lugares lejanos, como en el caso de el Líbano.

Si nos centramos en la audiencia de al-Manar, el director general de la cadena, Abdallah Kassir (*La Bandera Negra*, 8 diciembre 2008) da cifras oscilantes entre el segundo y tercer puesto en el ranking de popularidad mediática. “LBC continúa estando en el puesto más alto de la lista. Ellos hacen muy buena televisión que ofrece programas de entretenimiento de un tipo que nosotros no podemos emitir debido a restricciones que tienen que ver con la religión”. Desde que Hezbollah participa políticamente en el parlamento, los índices de audiencias de al-Manar han crecido sobremanera. Tanto es así, que desde sus orígenes como televisión por satélite hasta la actualidad ha pasado de 12, a 18 y, por último a 24 horas de retransmisión los siete días de la semana (Jorisch: 2004).

En cuanto a su programación, Baylouny (2009) se refiere a la dualidad de la programación diaria de al-Manar como una de las características claves y notorias del canal. Así, por un lado hace mención a programas política y militarmente orientados como estrategias de apoyo a Hezbollah y, por el otro, a programas de interés humano. Esa dualidad también se refleja en su impacto geográfico, ya que se combina el carácter regional de los programas políticos – e incluso se busca el interés transnacional- con otros formatos destinados a la multiculturalidad local, especialmente enfocados a la familia, juventud, mujeres y clases medias y bajas de todas las confesiones religiosas. El director general de al-Manar, Kassem, resume así los programas: un 40% está dedicado a contenidos políticos, un 40% a temas variados como religión, deporte, medio ambiente, infancia o sociedad y el 20% restante a películas y documentales (*La Bandera Negra*: 8 diciembre 2008).

Los satélites europeos tienen prohibida la retransmisión de la señal de al-Manar. El primero que puso fin a la difusión de contenidos de este canal a través del satélite Eutelsat fue el Consejo de Estado francés, a través del Superior del sector Audiovisual (2004). Después le seguirían otros gobiernos como España, Bélgica, Alemania o Países Bajos. En Iberoamérica, el satélite Hispasat dejó de retransmitir la señal de al-Manar tras una orden del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio español en 2005. La denuncia para el cierre

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

provenía de la Federación de Comunidades Judías asentadas en el país (*El País*, 30 junio 2005). La televisión al-Manar forma parte de la Terrorist Exclusion List del Registro Federal del gobierno de Estados Unidos desde el 15 de diciembre de 2004 (Federal Register: 17 diciembre 2004). En 2006 la orden se amplió a otros medios de Lebanese Communication Group, como fueron la emisora radiofónica al-Nour y los periódicos *al-Ahed* y *al-Intiqad* (Cochrane: 2007). Se considera que estos medios incitan al odio, la violencia a través de programación anti-semita y anti-occidental.

Una vez abordado el primer canal que pretendíamos analizar en este estudio vamos a pasar al segundo, al-Mayadeen. Esta televisión, al ser tan reciente su fundación, el 11 de junio de 2012, carece de la cantidad de estudios e interpretaciones que tiene su compañera. Este canal forma parte del Lebanese Communication Group al que ya pertenecen al-Manar, al-Nour y el resto de medios en los que participa la organización chií Hezbollah. Lo curioso de su nacimiento es que la dirección de esta televisión por satélite está bajo la mano de Ghassan bin Jiddo, uno de los periodistas estrellas de la televisión catari al-Jazeera, primero en Irán y luego como director de Beirut. Sin embargo, en 2011 bin Jiddo renuncia a su puesto, argumentando que se había producido una falta de profesionalidad y una cobertura parcial y silenciada de los levantamientos de Bahreín, mientras que en otros sitios como Libia, Siria o Yemen las revueltas se contaban al detalle (Naba: Rebelión, 17 noviembre 2012). A su vez, el director de informativos es Alí Hashem, que trabajó en la corresponsalía de al-Jazeera en el Líbano hasta que renunció porque la cadena está politizada y ofrece una cobertura sesgada de los acontecimientos de la Primavera Árabe en Siria y Bahrein (Global Research TV, 20 marzo 2012). En la actualidad se han desplegado varias oficinas y redes de corresponsalía de este canal por todo el mundo.

Khaled Hroub (2013) argumenta que al-Mayadeen se fundó en el Líbano como “parte del eje de resistencia para apoyar a Siria y a Hizbullah (y muy probablemente financiado por ambos)”. Pero en palabras de Ben Jiddo, su director, “Al-Mayadeen is completely independent. “We do not speak in the name of Iran or the Syrian regime” (*The Week*, 28 agosto 2014). Jiddo también afirma que el canal se dedica a “broadcasting the most precise information

possible, the news we receive and what our cameras prove” (Alhakim: *al-Akbar English*, 4 junio 2012). Al-Mayadeen, a pesar de su juventud, ya recibe numerosas críticas por parte de estudiosos y analistas, pues se la considera un instrumento más del gobierno sirio –se considera que fue puesta en marcha por el primo del presidente al-Assad, Rami Maljuf, aunque el empresario niega tales conexiones (*La Vanguardia*, 7 julio 2012)- y que la financiación procede de Irán, también como vehículo de propaganda y exportación de la Revolución Islámica y de Hezbollah.

1.3 El triángulo Siria-Irán-Hezbollah

Los autores Gary C. Gambill y Ziad K. Abdelnour escribieron en febrero de 2002 un artículo en la revista *Middle East Intelligence Bulletin* algo que se puede prolongar incluso hasta la actualidad. En este artículo, los investigadores alertan del peligro que supone para la administración Bush la protección de Siria a Hezbollah, aunque el gobierno americano no formulara en voz alta tales percepciones. También hablan de Irán y su relación con el partido de Dios y Siria:

“While Iran undoubtedly remains the group's supreme ideological mentor and an important source of funding, it is evident that Syria has increasingly established control over virtually every aspect of Hezbollah activities in Lebanon, ranging from its choice of political allies in the electoral process to the timing of its periodic attacks against Israeli forces” (Gambill y Abdelnour: 2002).

Por su parte, la relación entre Siria e Irán se remonta a los años de la República Islámica y a la guerra entre Irán e Irak de 1980, ya que el régimen sirio fue uno de los escasos aliados de Irán en contra de Sadam Hussein. Así mismo, dos años después del estallido de la guerra, Siria e Irán establecieron un acuerdo por el cual el gobierno sirio recibiría petróleo a cambio del cierre del oleoducto de Irak que atraviesa Siria (Caracol Radio, 26 marzo 2012). La relación entre estos dos países se evidencia en su nexo común:

“uno de los primeros hitos a destacar a nivel militar es que ambos país están comprometidos con la causa palestina y con el apoyo a

Hezbollah como estandarte de la oposición a la existencia de Israel en la región ya que ven en este grupo la idea de promover la revolución islámica por parte Irán y en Siria la idea de presionar a Israel para tener devuelta los altos del Golán. Por lo tanto, la organización libanesa se convierte en parte estratégica y fundamental de la alianza Siria–Irán” (Gallego Montoya: 2013).

Un informe del Servicio de Investigación del Congreso de los Estados Unidos en 2008 (Radio Caracol, 26 marzo 2012) consideraba que Siria es el interlocutor entre Irán y Hezbollah porque las armas iraníes atraviesan el país sirio para llegar a Hezbollah en el Líbano.

2. Objetivos

Dos son los objetivos generales que pretendemos alcanzar con nuestra investigación:

-Comprender de qué forma Hezbollah utiliza la información, la comunicación, la cultura y el conocimiento a través de dos canales de televisión para articular sus intereses políticos y religiosos en la guerra de Siria.

-Definir cuáles son las herramientas y estrategias que utiliza el grupo chií para garantizar la supervivencia en la estructura de poder.

A partir de estos dos objetivos vamos a plantear una serie de objetivos específicos que pretendemos alcanzar con este estudio:

-Analizar el papel de Hezbollah tanto en el Líbano como en el resto de la región árabe y sus conexiones político-económico-religiosas con las grandes potencias, especialmente con Siria e Irán.

-Ahondar en una realidad muy desconocida y poco estudiada por parte del mundo académico como es el panorama mediático árabe en el que la televisión, especialmente en formato satélite y las parabólicas, están adquiriendo una gran relevancia en el contexto actual de la difusión de mensajes ideológicos por parte de partidos políticos y religiosos.

3. Hipótesis y cuestiones de partida

H1. El grupo político-religioso libanés Hezbollah utiliza dos canales de televisión, Al-Manar y Al-Mayadeen, en los que invierte en su empresa matriz para favorecer al gobierno de Bachar al Asad en la guerra de Siria.

H2. Existe un triángulo de intereses entre Hezbollah y los gobiernos de Siria e Irán.

3. Metodología

3.1 Análisis Crítico del Discurso

El estudio se ha realizado a partir de un Análisis Crítico del Discurso (ACD) al considerarse éste una metodología multidisciplinar e interdisciplinar que sirve para la interpretación de la macro y la micro estructura a través del estudio del lenguaje como práctica social que reproduce, de manera desigual, una determinada dominación (Fairclough, 1989: 20). Pero el lenguaje por sí mismo carece de poder; “obtiene su poder por el uso que las personas poderosas hacen de él” (Reig, 2003: 30).

Asimismo, el lenguaje conecta con la dimensión social porque es ahí donde tienen lugar las luchas de poder (Fairclough, 1989: 15). Teun Van Dijk (1999) define así el ACD:

“El análisis crítico del discurso es un tipo de investigación analítica sobre el discurso que estudia primariamente el modo en que el abuso del poder social, el dominio y la desigualdad son practicados, reproducidos, y ocasionalmente combatidos, por los textos y el habla en el contexto social y político. [...] El ACD es así una investigación que intenta contribuir a dotar de poder a quienes carecen de él, con el fin de ampliar el marco de la justicia y de la igualdad sociales”.

Estas palabras conectan con las de Ramón Reig (2010: 80), que afirma que “el Estudio Crítico del Discurso hace referencia al hecho de que, a partir del análisis de los elementos lingüísticos, se pretenden revelar las conexiones entre lenguaje, poder e ideología que pueden pasar desapercibidas”. Ahora se deberá entender por qué esta es una metodología adecuada a nuestra investigación, pues durante todo el trabajo estaremos viendo cómo el poder y

la ideología configuran los mensajes que se reproducen a través del mensaje que llegan a la sociedad. El lenguaje y la sociedad mantienen una relación interna y dialéctica, no son entes ajenos y desconectados (Fairclough, 1989: 23). También Fairclough y Wodak (1997: 17) decían que “lo social moldea el discurso pero este, a su vez, constituye lo social [...] Las constituyen en el sentido de que contribuye a sustentar y representar el status quo social, y también en el sentido de que contribuye a transformarlo”.

De todo esto se deriva que el lenguaje es una práctica social, esto es, no ajeno a la sociedad, que se configura en un proceso social entre miembros de grupos que comparten una serie de valores, gustos, necesidades, etc. (Reig, 2010: 80) para imprimir una ideología, pero no mediante elementos visibles, explícitos, sino otros que se ocultan de la vista. Fairclough (1989: 32-33) define esto como “poder ideológico” que “es más efectivo cuanto menos visible sea”. Es importante la cuestión de las ideologías, en el sentido de que

“Construidas y expresadas discursivamente, implican formas de producir y reproducir relaciones de poder que afectan a sectores poblacionales que, por razones históricas, políticas, económicas o de otro orden, no acceden de manera igualitaria a los recursos simbólicos y materiales propios de la sociedad a la que pertenecen” (Pardo, 2012).

El papel del investigador crítico se centra en reconocer todos los tipos de dominación y abuso de poder que se impregnan en los discursos, pero siempre teniendo en cuenta la diversidad y las prácticas sociales asociados a tal diversidad, así como las variadas formas de interacción humana (Pardo, 2013: 43- 44).

3.2 Delimitación del objeto de estudio

El propósito de esta investigación, como se ha establecido en más de una ocasión, es intentar demostrar que el grupo libanés Hezbollah utiliza a sus medios de comunicación como armas de propaganda de sus intereses e ideales, esto es, le sirven como instrumentos de manipulación de la opinión

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

pública, de control de los flujos informativos, de juego en la escena política y mediática internacional e influencia en el resto de actores sociales. Pues bien, todas estas cuestiones, como también se ha explicado en otro momento, quedarán manifiestas mediante el análisis de un caso práctico, que es la actual guerra en Siria.

Con este acontecimiento bélico entre el gobierno y los disidentes, veremos que Hezbollah no solo inclina la balanza hacia las autoridades sirias mediante el uso de su brazo militar, sino que también pone al servicio de dichas autoridades sus medios de comunicación, principalmente sus dos televisiones, al-Manar y al-Mayadeen, para generar un sentimiento de apoyo y aprecio de sus seguidores y audiencias desde el Líbano, donde se encuentran las sedes de retransmisión de ambos canales, pero también hacia el mundo entero debido al poder que estos medios tienen por ser canales televisivos por satélites e Internet.

En definitiva, nos toca diseñar una hoja de análisis que nos ayudará a comprobar si es cierto lo que se afirma en los párrafos anteriores y, para ello, se tendrá en cuenta elementos propios del análisis del discurso periodístico, tales como el papel del periodista como trasmisor, testigo o creador de la información, la composición de la información, el lenguaje explícito y las implicaturas de este, el apoyo visual, las fuentes que se utilizan, etc.

Es ahora cuando hemos de explicar que se ha elegido Siria como caso de análisis porque es bien sabida la cercanía del régimen de Bachar al Asad con el grupo Hezbollah que opera desde el Líbano. Pero también porque existe un triángulo de intereses políticos, económicos y militares entre los dos actores nombrados anteriormente, el gobierno sirio y Hezbollah, con Irán, donde las fuerzas chiíes cobran cada vez más importancia en el escenario político y desde donde forjan sus telas de araña principalmente hacia el Líbano e Irak, territorio vecino de Siria. Por último, se ha elegido este período de tiempo porque el segundo canal seleccionado como sujeto de la investigación, al-Mayadeen, es reciente en el tiempo, nació en 2012. En un principio se deseaba el análisis de la intervención mediática de Hezbollah en la guerra contra Israel en 2006 pero se ha preferido el actual conflicto sirio porque es necesario que los resultados sean comparados, como mínimo, en dos medios y no solo en

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

uno como ocurriría si se optara por el período de 2006. También porque es a partir del estallido de la Primavera Árabe cuando se ha dado una mayor proliferación de medios confesionales y religiosos que han acentuado y radicalizado más su discurso y cuando más se han profundizado las rivalidades entre facciones sectarias.

Lo último que nos queda por definir es la muestra que se ha utilizado. Se han analizado, siguiendo la ficha de análisis que figura más abajo, las piezas informativas relativas a Siria durante el período comprendido entre julio de 2013 y septiembre de 2014. Para ello, se ha seleccionado el sistema de muestreo aleatorio tomando una unidad textual de cada medio cada 30 días durante esos 20 meses de entre una cantidad mayor de candidatas, en las que se tenían en cuenta el ámbito político, religioso, de guerra y la aparición de todos o de algunos de los actores relevantes que analizamos, es decir, Hezbollah, Siria o Irán en el marco de conflicto bélico en el primer país. Con ello, pretendemos analizar de forma comparada, analítica y crítica la visión y el papel de Hezbollah y sus medios en el contexto de guerra civil. En definitiva, se han registrado un total de 20 unidades, de las que 10 han sido publicadas por Al-Manar y 10 por Al-Mayadeen. Para el análisis de las piezas textuales de al-Manar no se ha presentado ningún problema en cuanto al idioma, pues este medio incluye una versión española de sus noticias. Es para las noticias de al-Mayadeen para las que hemos tenido que hacernos con una traductora árabe-española. Es cierto que las noticias se pueden consultar en español al disponer de un sitio en este idioma, pero se trata de una versión novedosa que no incluye todas las noticias que sí tiene su homóloga árabe.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Ficha de análisis N°.	
1. Número de codificación	
2. Medio	
3. Fecha de publicación	
4. Sección	
5. Autoría	
6. Géneros periodísticos	
	- Informativo
	- Interpretativo
	- <u>Opinativo</u>
7. Estilo	
	- Coherencia
	- Cohesión
	- Congruencia
	- Adecuación
8. Elementos destacables	
- Titular (Núñez Ladeveze, 2010)	1. Informativo 2. Expresivo 3. Apelativo
- Contenido gráfico (Torregrosa Carmona, 2010)	1. Denotativo 2. Simbólico 3. Ilustrativo 4. Estético/lúdico
- Pie de foto	1. Identificativo 2. Descriptivo 3. Explicativo
- Contenido de la información	1. Fuentes/ Personajes 2. Contexto 3. Sucesos relacionados
9. Interés de la información	
- <u>Noticiabilidad</u>	1. Interés público 2. Interés del público 3. Interés personal
- Rasgos noticiosos	1. Cercanía con el emisor 2. Actualidad 3. Inmediatez 4. Profundidad 5. Credibilidad 6. <u>Espectacularización</u>
- Argumentos discursivos	1. Intencionalidad 2. Argumentación 3. <u>Implicaturas</u> 2.1 Convincente 2.2 Persuasiva
Ficha de análisis para el estudio de los textos de Al-Manar y Al-Mayadeen. Elaboración propia	

4. Resultados

El análisis de diez noticias de cada medio, veinte unidades textuales en total, nos ha permitido conocer la forma en la que las dos televisiones tratan mediáticamente el conflicto bélico de Siria y cuáles son los papeles que desempeñan Irán e Hezbollah. Las evidencias son palpables ya desde el primer momento cuando vemos que, mientras que el partido de Dios es el protagonista de al-Manar TV por sus actuaciones políticas o militares, dentro y fuera de el Líbano, al-Mayadeen opta por Irán como eje central de sus informaciones, también desde el plano regional e internacional. En este sentido, Hezbollah copa muy poco las noticias de actualidad de esta cadena, lo que se debe a que está intentando desligar su imagen de la de este medio para demostrar la independencia de la que tanto habla su director general.

Otra diferencia con respecto a ambos canales es que al-Mayadeen publica muchas más noticias que al-Manar y sus informaciones no se concentran

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

únicamente en la dirección del pensamiento de los países aliados de esta ideología, sino también da cita a países de Occidente -especialmente a Estados Unidos-, a países del Golfo –sobre todo a Arabia Saudí – y a otros países árabes como Turquía o Egipto. Aunque esta información se publica para evidenciar la rivalidad de concepciones, demuestra una cierta pluralidad en cuanto a su difusión. Finalmente se ha de añadir que, mientras que al-Manar difunde contenido marcadamente opinativo a pesar de sus intentos de disfrazarlo en forma de información, al-Mayadeen se decanta por incluir fuentes diversas, aunque intencionales, para aportar tintes de credibilidad a las noticias y apoyarlas con documentos visuales y sonoros, no únicamente imágenes, eso sí, poniendo el acento en este tipo de recursos como elementos de persuasión y convencimiento de los lectores a través de imágenes en movimiento.

Una vez aclaradas estas cuestiones vamos a iniciar el acercamiento a los resultados que creemos que hemos obtenido en el análisis del corpus. Consideramos probada nuestra hipótesis consistente en que Hezbollah utiliza medios como aparatos de difusión de propaganda y de su ideología. Y ello se demostrará definitivamente aquí cuando pasamos a comentar los casos en los que nos hemos encontrado que los dos medios hablan bajo la voz de la organización o de sus aliados. En primer lugar, debemos señalar dos aspectos que nos han llamado mucho la atención durante la etapa de análisis de las unidades textuales. En muy pocas el concepto Primavera Árabe o similares, como levantamientos populares, manifestaciones, sublevaciones, etc., han hecho aparición en las noticias. Es más, para estos medios parece que esta realidad no existe y que la guerra en Siria se debe a un conflicto organizado por grupos armados que desean arrebatarse el poder al régimen elegido por el pueblo. Con esto se quiere decir que no se mencionan los factores del estallido de las revoluciones en todos los países árabes, como el descontento popular y sus necesidades de poner fin al autoritarismo de los gobiernos, en este caso del baazista que lleva asentado en el poder más de cuarenta años. Esto entronca con la segunda cuestión que queremos reseñar, pues la población queda silenciada en las piezas textuales que hemos analizado, dando cita únicamente a fuentes institucionales y extraoficiales pero siempre de carácter político, militar y religioso relacionadas con el régimen o sus allegados. No hay,

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

por consiguiente, una oportunidad de expresión y de contraste de la población civil y de otros actores sociales de este panorama, como se verá más adelante. En nuestro análisis solo hemos detectado una única noticia que habla sobre la Primavera Árabe en al-Manar, quien cita al periódico israelí Maariv para definirla como una etapa de “caos”, “inestabilidad” y con “una población cansada de revueltas y conflictos”, por lo que considera que “las victorias del nuevo presidente egipcio, Abdel Fattah al Sisi y del presidente sirio, Bashar al Assad, marcan el fin informal de la así llamada “Primavera Árabe” (al-Manar, 31 de mayo 2014). En al-Mayadeen, aunque las informaciones sobre estos acontecimientos revolucionarios son más abundantes, se tratan básicamente desde la línea militar, terrorista y de corrupción, como la noticia titulada “La corrupción ha aumentado en los países árabes después de los levantamientos populares”. Aunque basada en encuestas sobre la opinión de la población y desde un enfoque informativo, no opinativo, esta noticia tiene un trasfondo innegable, consideramos nosotros, que es el de culpabilizar a la ciudadanía de que sus levantamientos han provocado el incremento de la corrupción con los nuevos gobiernos (al-Mayadeen, 9 de julio 2013) o aquella otra titulada “Los gobiernos de la Primavera, peor que sus predecesores”, gira en el mismo sentido. Sí hay que decir que la información es más sutil, menos crítica y la citación de fuentes es más adecuada que en su compañero mediático. He aquí una diferencia más a las ya citadas entre los dos canales.

Por otro lado, queremos resaltar que en las noticias nos hemos encontrado con que el interés del medio en cada unidad textual era personal más que de interés público. Véase, por ejemplo cómo una noticia es concebida de acuerdo al interés que tiene al-Manar de hacer constar que Hezbollah está presente militar y logísticamente en el conflicto sirio a través del control del llamado “Hezbollah sirio” (16 de mayo de 2014) y la citación de fuentes poco creíbles que contribuyen a reforzar esta visión, tal como el experto militar sirio que asegura que “ellos tienen la capacidad de llevar a cabo misiones difíciles. Además, su fe sólida y su organización efectiva les convierte en fuerzas militares muy poderosas”. Esta visión la tenemos también en al-Mayadeen, que titula “Líbano: de tierra de la victoria a tierra de la yihad” (20 de noviembre de 2013) para, consciente e intencionalmente porque no se apoya en datos

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

fidedignos, manipular al lector sobre las organizaciones contrarias al chiismo y al Partido de Dios que se están acercando a el Líbano.

Otro rasgo que nos permite determinar la influencia de los propietarios y entes cercanas a ellos se debe al uso de las fuentes. Ambos medios se centran en la recogida testimonial de fuentes anónimas, no contrastadas y difíciles de seguir, lo que resta objetividad y credibilidad a la información. La mayoría de las noticias analizadas se adscriben a la categoría de fuentes extraoficiales –como la citación del “responsable de seguridad” (15 de abril de 2014, al-Manar); “el número de legisladores republicanos del Congreso” (17 de septiembre de 2014, al-Mayadeen) o la “fuente diplomática bien informada” (17 de septiembre de 2013, al-Mayadeen) que se resguardan en el anonimato a pesar de que la información que difunde no pone en peligro sus integridades físicas ni sus puestos de trabajo, pero el medio las usa para dar a entender que están relacionados con contactos institucionales y aportar, en su creencia, mayor credibilidad y prestigio. En las noticias que hemos analizado, en ningún momento aparecen testimonios de testigos de los acontecimientos, asociaciones civiles, ONG´S o grupos que ellos consideran terroristas y extremistas. La aportación de fuentes unidimensionales que difunden mensajes unidireccionales hace que el discurso adquiera tintes persuasivos e incluso manipuladores, nos atreveríamos a decir, porque la realidad queda seccionada en la parte que mejor representa a los intereses del medio. Sí hay que matizar que, mientras que la mayoría de las fuentes incluidas por al-Manar son extraoficiales e imprecisas, el discurso de al-Mayadeen gira en torno a las declaraciones oficiales de dirigentes políticos y personal institucional asociado a estos, lo que denota un alto grado de oficialismo en sus informaciones y que no contrasta con ninguna otra fuente de información. En contadas ocasiones este medio cita también a fuentes “contrarias” a su línea de pensamiento, como por ejemplo las declaraciones del presidente Barack Obama (17 de septiembre de 2014, al-Manar) o el contenido de las intenciones de los países del Golfo (16 de septiembre de 2014, al-Mayadeen).

También debemos hacer un estudio explicativo-comparativo de los titulares y de las imágenes que se publican en ambos medios. Los titulares de al-Manar son informativos como “Cristianos de Oriente Medio rechazan ataques contra

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Siria” (31 de agosto de 2013) o “El Ejército sirio toma Maalula y Al Sajar” de (15 de mayo de 2014) pero también tiene otro tipo de titulares que responden a los propios de los géneros opinativos e interpretativos, como “El Hezbolá sirio en combate” (16 de mayo de 2013), “NYT: Hezbolá se ha fortalecido con la experiencia en Siria” (13 de marzo de 2014) o “Los europeos conocen cada vez más la realidad del conflicto en Siria” (17 de julio de 2013). Por su parte, al-Mayadeen titula de manera informativa en “Presión del Golfo para sacar a Hezbolá de Siria” (17 de septiembre de 2013) pero el resto de los titulares los clasificamos como interpretativos, como en “Abdallahaan: No estamos dispuestos a participar en la conferencia para combatir el terrorismo” (14 de septiembre de 2014) o “Assad: la lucha contra el terrorismo comienza presionando a los países que lo financiaron” (16 de agosto de 2014). También nos encontramos titulares completamente apelativos, como es el caso de “Líbano: “de tierra de la victoria” a “tierra de la yihad” (20 de noviembre de 2013) en el que se observan elementos de emocionalidad y persuasión basados en la contraposición de las palabras “victoria” y “yihad”, que se presentan con realidades antagónicas.

En cuanto al uso de la imagen como mecanismo visual de información, nos encontramos con fotografías simbólicas, como en el conjunto visual formado por la bandera de Hezbollah, armas y la bandera de Israel en segundo plano, con sus connotaciones heroicas para el Partido de Dios y su rechazo a Israel, al que no reconoce como Estado (13 de marzo de 2014, al-Manar). También hay otro caso cuando al-Manar acompaña la entrevista de Ruben Souria con el logotipo de la organización de la que es miembro, que sirve para evocar el concepto de la lucha por Siria de forma gráfica y visual (17 de julio de 2013). De los pie de foto no se puede decir nada porque al-Manar no los incluye en sus imágenes.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016



Imagen procedente de Al-Manar del 13 de marzo de 2014

Al-Mayadeen utiliza imágenes de tipo denotativo. En comparación, al-Manar se basa más en la persuasión visual para complementar la información gráfica. Al-Mayadeen si incorpora pies de foto para sus imágenes y todos son de carácter informativos pero se quedan en un plano superficial, como por ejemplo, “Brigadas de Abdullah Azzam decidieron entrar en confrontación con el “Partido de Dios” (20 de noviembre de 2013), que aporta información independientemente de la imagen y el texto pero es repetitivo en el caso del texto y confuso en el de la fotografía.



Brigadas de Abdullah Azzam decidieron entrar en confrontación con el “Partido de Dios”

Fotografía procedente de al-Mayadeen del 20 de noviembre de 2013

Por último y antes de cerrar este capítulo que pone fin a la investigación, nos vamos a referir a las categorías de argumentación y de implicaturas. No es aquí momento de enumerar las diferentes implicaturas que se han dado en los casos, aunque sí hemos de decir que, en el caso de al-Manar, son mucho más evidentes que en el de al-Mayadeen y se basan en la apreciación de los dos tipos

de argumentaciones que se utilizan, la convincente y la persuasiva. Nos encontramos con que al-Manar utiliza la convicción: “Cada vez más civiles empuñan las armas” (16 de octubre de 2013) porque apela a un público universal y busca su adhesión a través del voluntariado y la consciencia y la persuasión en el ejemplo “Cualquier futura guerra será más difícil para Israel” (13 de marzo de 2014) porque se trata de una argumentación inconsciente para el lector segmentado y particular. Al-Mayadeen, por el contrario, hace uso de la argumentación convincente en “Guerra abierta del Golfo contra Hezbolá” (17 de septiembre de 2013) y la persuasiva en variantes como “Países que apoyan y financian a las organizaciones terroristas en Siria e Irak, y ahora pretenden luchar contra el terrorismo” (16 de septiembre de 2014) o “Lo que refuerza esta hipótesis” (20 de noviembre de 2013). Añadimos, para acabar, que el estudio de estos canales nos ha arrojado luz sobre el tratamiento que ellos hacen de la información. De esta forma, detectamos que las noticias son de actualidad, cercanía y afinidad con el lector en cuanto al conflicto sirio y a todas las variables que se asocian con él, como los Estados aliados y detractores, los partidos políticos y los grupos armados, insurgentes, moderados o extremistas, pero carecen de las cualidades que necesita todo buen periodismo para ser de calidad, tanto por el uso de las fuentes arbitrarias, descontextualizadas y poco creíbles, como por el grado de intencionalidad evidente en la información. Y estos parámetros afectan a la ciudadanía y condicionan su perspectiva hacia el mundo en el que viven.

5. Conclusiones

Para finalizar, retomamos las hipótesis iniciales planteadas al inicio de la investigación. Se confirma, por un lado, que Hezbollah utiliza las dos cadenas de televisión que forman parte de un grupo participado por él para definir y conseguir sus intereses ideológicos, políticos y económicos particulares en forma de apoyo al gobierno de Siria en el actual conflicto bélico e, indirectamente, al gobierno de Irán. Se convierte el periodismo, por tanto, en una forma de beneficio personal más que común y social. Por el otro, que las estrategias comunicativas empleadas por el grupo político-religioso se asientan en la persuasión textual y visual para favorecer su imagen y la de sus aliados.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

Y finalmente, queda demostrado que los medios de comunicación árabes, especialmente los digitales y satelitales, tienen una importancia fundamental en la Estructura mediática mundial y en el panorama internacional, ya que son actores sociales e incluso políticos que han llevado sus mensajes a toda la comunidad internacional como sucedió en la Primavera Árabe.

6. Referencias

AM Baylouny (2006): “Al-Manar and Alhurra: Competing Satellite Stations and Ideologies”, en European Center for Security Studies, octubre: http://www.marshallcenter.org/mcpublicweb/MCDocs/files/College/F_Publications/occPapers/occ-paper_2-en.pdf; recuperado el 30 de julio de 2015.

AM Baylouny (2009): “Not Your Father’s Islamist TV: Changing Programming on Hizballah’s al-Manar”, en *Arab Media and Society*; recuperado el 23 de julio de 2015.

A Goenaga Sánchez (2013): “Líbano y el triunfo islamista en un entorno multiconfesional” en F Izquierdo Brich (ed.). Barcelona: CIDOB-CEPAL.

A Jorisch (2004): “Al-Manar: Hizballah TV, 24/7”, en *Middle East Quarterly*, 1, páginas 17-31; recuperado el 3 de septiembre de 2015.

A Jorisch (2004): “Beacon of Hatred: Inside Hizballah’s al Manar Television”, en The Washington Institute for Near East Policy: <https://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/pubs/BeaconofHatred.pdf.pdf>; recuperado el 3 de septiembre de 2015.

A Nars (2007): “An historical perspective on fundamentalist media: the case of al-Manar television”, en *Global Media Journal*, 11; recuperado el 7 de julio de 2015.

AR Norton (2007): “The Role of Hezbollah in Lebanese Domestic Politics”, en

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

The International Spectator: Italian Journal of International Affairs, 4, páginas 475-491; recuperado el 20 de agosto de 2015.

C Addis y CM Blanchard (2010): “Hezbollah: Background and Issues for Congress”, en CSR Report for Congress, octubre: <http://fas.org/sgp/crs/mideast/R41446.pdf>. Recuperado el 29 de agosto de 2015

CA Wege (2012): “Hizballah’s Counterintelligence Apparatus”, en *International Journal of Intelligence and CounterIntelligence*, 4, páginas 771-785; recuperado el 26 agosto de 2015.

DD Dulac Camacho (2007): “Hezbollah: entre la resistencia y el terror”, en *Razón y Palabra*, páginas 60-71; recuperado el 28 de agosto de 2015.

E Arigita (2003): “Algunas reflexiones sobre la autoridad islámica en el Egipto contemporáneo” en *Meah, Miscelánea de Estudios Árabes y Hebraicos*, 52, páginas 43-61; recuperado el 4 de septiembre de 2015.

G Gambil y ZK Abdelnour (2002): “Hezbollah: between Tehran and Damascus”, en *Middle East Intelligence Bulletin*, 2; recuperado el 6 de septiembre de 2015

G Weimman (2006): *Terror on the Internet: The New Arena, the New Challenges*. Washington D.C.: United States Institute of Peace.

J Arquilla et al. (2000): “Information-age terrorism”, en Institutional Achieve of the Naval Postgraduated School (CALHOUN), abril: <http://calhoun.nps.edu/public/handle/10945/36377>; recuperado el 12 de octubre de 2014.

K Hroub (2013): “El papel de los medios en la división sectaria de Oriente Medio”, en *Awraq: Estudios sobre el mundo árabe e islámico contemporáneo*, 8, páginas 37-48; recuperado el 24 de julio de 2015.

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

LP Gallego Montoya (2013): “Análisis de las relaciones políticas y militares entre Siria e Irán tras la invasión de Estados Unidos a Iraq en 2003”, Monografía de grado de la Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario. Facultad de Relaciones Internacionales, Bogotá D.C.; recuperado el 20 de agosto de 2015.

M Conway (2008): “Terror TV? An Exploration Of Hizbullah’s Al-Manar Television”, en Centre for International Studies: <http://www.dcu.ie/~cis/PDF/publications/2008-10.pdf>; recuperado el 2 de octubre de 2015.

M Harb y R Leenders (2005): “Know thy enemy: Hizbullah, 'terrorism' and the politics of perception”, en *Third World Quarterly*, 1, páginas 173-197; recuperado el 23 de agosto de 2015.

M Kramer (1989): “Hezbollah’s visión of the West”, en The Washington Institute for Near East Policy: http://www.washingtoninstitute.org/uploads/Documents/pubs/PP_16_HezbollahsVision.pdf; recuperado el 28 de agosto de 2015.

N Fairclough (1989). *Language and power*. New York: Routledge.

N Fairclough y R Wodak (1997): “Critical discourse analysis”. En TA Van Dijk (ed.), *Discourse as Social Interaction*. London: Sage.

NG Pardo Abril (2012): “Análisis crítico del discurso: Conceptualización y desarrollo”, en *Cuadernos de Lingüística Hispánica*, 19, páginas 41-62; recuperado 25 de febrero de 2015.

NG Pardo Abril (2013): *Cómo hacer análisis crítico del discurso. Una perspectiva latinoamericana*. Universidad Nacional de Colombia; Instituto de Estudios en Comunicación y Cultura (IECO).

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

N Qualander (2009): “Una historia plural”, en *Pueblos. Revista de Información y Debate*, 39; recuperado el 15 de agosto de 2015.

N Sakr (2007): *Arab television today*. London; New York: IB Tauris.

P Cochrane (2007): “Bombs and broadcasts: Al Manar’s battle to stay on air”, en *Arab Media & Society*; recuperado el 1 de agosto de 2015.

R Noriega y JR Cárdenas (2011): “La creciente amenaza de Hezbollah en América Latina”, en American Enterprise Institute (AEI), octubre: <http://www.aei.org/outlook/foreign-and-defense-policy/regional/latin-america/la-creciente-amenaza-de-hezbollah-en-amrica-latina/>; recuperado el 1 de septiembre de 2015.

R Reig (2003): *Estructura y mensaje en la sociedad de la información*. Sevilla: Mergablum.

R Reig (2010): *La telaraña mediática: cómo conocerla, cómo comprenderla*. Salamanca: Comunicación Social.

TA Van Dijk (1999): “El análisis crítico del discurso” en *Anthropos*, 186, páginas 23-36; recuperado el 24 de abril de 2015.

W El Houry (2012): *The meaning of resistance: Hezbollah’s media strategies and the articulation of a people*. Amsterdam: Rozenberg Publishers.

Otras fuentes

“El Gobierno prohíbe las emisiones por Hispasat del canal de Hezbolá” en *El País* (30 de junio de 2005)

http://elpais.com/diario/2005/06/30/espana/1120082415_850215.html

“Al-Yazira, el final de una leyenda” de René Naba, *Rebelión* (17 noviembre 2012)

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

<http://www.rebellion.org/noticia.php?id=159299>

Determinación de prohibición de al-Manar en el Registro Federal de EE.UU.

<http://www.gpo.gov/fdsys/pkg/FR-2004-12-17/pdf/04-27801.pdf>

Manifiesto de Hezbollah (2009)

<http://www.lebanonrenaissance.org/assets/Uploads/15-The-New-Hezbollah-Manifesto-Nov09.pdf>

Consejo Superior del sector Audiovisual (CSA) sobre la prohibición de la difusión de al-Manar en territorio francés

<http://es.www.csa.fre05d.systranlinks.net/es/Espace-juridique/Decisions-du-CSA/Al-Manar-le-CSA-saisit-le-Conseil-d-Etat>

“Lebanon: Hezbollah’s Communication Network” de Anwar Amro, AFP (9 mayo 2008)

<http://werzit.com/intel/regions/cyber/articles/archives/Lebanon%20Hezbollah's%20Communication%20Network.doc>

“Al Mayadeen Tv: New Kid on the Block” de Bassem Alhakim, en *al-Akhbar English* (4 junio 2012)

<http://english.al-akhbar.com/content/al-mayadeen-tv-new-kid-block>

“Hezbollah Hate With a U.S. Link. Subsidiaries’ TV ad money serves an odious goal” de Avi Jorisch, *Los Angeles Times* (13 octubre 2002)

<http://articles.latimes.com/2002/oct/13/opinion/oe-jorisch13>

“Al-Jazeera Journalist Resign over Syria and Bahrain Coverage” en Global TV Research (20 marzo 2012)

<http://tv.globalresearch.ca/2012/03/al-jazeera-journalist-resigns-over-syria-and-bahrain-coverage>

La pantalla insomne – 2ª edición (ampliada)

Universidad de La Laguna – abril de 2016

“George Galloway paid £ 80 ok for joining `pro-Syria´TV channel” en The Week (28 agosto 2012)

<http://www.theweek.co.uk/politics/48700/george-galloway-paid-%C2%A380k-joining-pro-syria-tv-channel>

Entrevista a Abdallah Kassir, director general de Al-Manar TV en La Bandera Negra (8 de diciembre de 2008)

<https://labanderanegra.wordpress.com/2008/12/08/entrevista-a-abdallah-kassir-director-general-de-al-manar-tv/>

“Irán y Siria: aliados y amigos” de Radio Caracol (26 marzo 2012)

<http://www.caracol.com.co/especiales-notas/iran-y-siria-aliados-y-amigos/20120326/nota/1651558.aspx>

“Un palestino confiesa en un vídeo haber envenenado a Arafat para el Mossad”

<http://www.lavanguardia.com/internacional/20120707/54321891065/palestino-confiesa-envenenado-arafat-mossad.html>