

HOMBRES BOMBA Y MÁRTIRES SUICIDAS

VIDEOINSTALACIÓN

KHALED RAMADAN

Misión de bombardeo "dedicada al pueblo iraquí" Telegrama electrónico

31 de marzo 02:39:00 UTC+0200 2003

La mayoría de los ataques-espectáculo que en una parte del mundo (el occidental; ejemplo, la CNN) se llaman terroristas y en la otra (el mundo árabe; ejemplo, Al Yazira) heroicos, siempre han ido acompañados de grabaciones en vídeo previas al ataque, que son enviadas a los medios de comunicación visual.

Por lo general, en estas cintas se muestra a los responsables de los ataques hablando, explicando, justificando, informando, pero también inspirando.

Esta declaración audiovisual escenificada consta de diferentes capas. En primer lugar se propone revelar la identidad del atacante y en segundo lugar le ofrece la posibilidad de comunicarse públicamente. Dicho de otro modo, el vídeo previo a la misión es la tribuna del hombre-bomba. Es su arena secreta, además de su arena pública. Es su último discurso ante las masas.

Todos los vídeos previos a la misión de los mártires-suicidas están filmados en un escenario limpio, claro y estético: en la mayoría de los casos un lugar desconocido y no identificado de Oriente Medio.

El rodaje se realiza normalmente en residencias privadas, y rara vez se incluyen imágenes de los exteriores. Lo fundamental es que el espacio privado, el último lugar por el que pasa el suicida, continúe siendo secreto.

Bomber's mission 'dedicated to Iraqi people'...Electronic Telegraph reg Mon

Mar 31 02:39:00 UTC+0200 2003

Most of the spectacle attacks, which are called terrorist in one part of the world (the western world, example CNN) and heroic in the other (Arab world, example Al-Jazeera network) have always been accompanied by pre-attack video tapes sent to the visual media.

Usually tapes of this nature show those who carried out the attacks speaking, explaining, justifying, informing, but also embracing and inspiring.

This staged audio-visual statement consists of different layers. At first, it is meant to reveal the identity of the attacker, and secondly to give him/her a final possibility to communicate publicly. In other words, the pre-mission video is the bomber's speaking corner. It is his/her secret arena as well as a public arena. It is his/her last address to the masses.

All the pre-suicide/martyr mission videos are shot in clean and clear staged aesthetical backgrounds: in most cases an unknown and unidentified Middle Eastern location.

Usually, the normal shooting location is a private home with very rare outdoor shots. The most crucial point here is the secrecy of the location and its whereabouts, the private space is the bomber's last place.

In contrast to the private space [the pre-mission stage]; the

En contraste con este espacio privado (el escenario previo a la misión), el lugar donde se llevan a cabo las misiones es generalmente un espacio público. Así pues, el concepto de estas misiones juega con el espacio privado y el espacio público.

El escenario que suelen mostrar los vídeos previos a la misión en Oriente Medio consta de alfombras o tapices. Las misiones suicidas occidentales, por su parte, responden casi siempre a diferentes objetivos y su decorado es un espejo o un interior sencillo.

La declaración va implícita en la propia confesión y en los elementos ideológicos de carácter visual que suelen exhibirse tras el mártir-suicida, como fondo del decorado.

En la pared, detrás de la cabeza del terrorista, pueden verse imágenes de líderes espirituales o alguna frase que explique la acción que está a punto de realizarse. A su lado hay una metralleta, símbolo de la lucha. El instrumento que emplean en sus ataques, el cinturón explosivo, nunca aparece en la imagen. El cinturón es un elemento de sorpresa, de ahí que su visión deba ocultarse.

Con el conocimiento que hoy tenemos del impacto visual sobre las masas, los vídeos previos a una misión suicida funcionan como declaración política y manifiesto audiovisual. La justificación está en manos del atacante y suele ser un texto previamente escrito para ser leído antes de llevar a cabo una misión que supuestamente tendrá lugar en un entorno donde individuos desconocidos y secretos participan en debates públicos sirviéndose de sus propios métodos para realizar en público sus negocios privados.

Para Al Misskawi y Nidal Neb Amaso (los dos primeros hombres-bomba del sur del Líbano) la autodestrucción implicaba la conquista de lo real: una producción real y una mejora real. El intercambio de dolor y sufrimiento se convierte para ambos en un valor moral y cultural de alcance universal para la convivencia: "el valor de la violencia"; la destrucción total de la civilización, en la medida en que ellos no forman parte de ésta ni mantienen ninguna relación con ella.

Los mártires-suicidas son nómadas, individuos en tránsito permanente que aspiran a salir en las noticias. Su muerte merece mucha más atención que su vida. Vienen de ningún lugar, no tienen domicilio y su cartilla de la seguridad social es la que les proporciona su organización: mártir-suicida nº ¿?

De la teoría a la práctica

Algo que tienen en común todos los vídeos previos a una misión suicida, ya se trate de suicidios individuales o colectivos, movidos por razones políticas o privadas, es su valor como manifiesto público.

place where missions are normally executed are the public spaces and spheres. The entire concept of such missions is a play between the private place and the public space.

In the Middle East, the visual backgrounds of the pre-suicide/martyr mission videos are either carpet or fabric. Western suicide missions, on the other hand, have almost always different purposes, and in the west the background is either a mirror or a simple interior design.

The manifestation is in the statement itself and in the ideological visual elements which are usually exhibited behind the suicide bomber/martyr.

On the wall behind the suicide bomber/martyr's heads one can see images of spiritual leaders, or a phrase embracing the action he/she is about to carry out. Next to him/her lies a machine gun, a symbol for fight and struggle. The instrument which bombers usually use in their actions, the explosive belt, is never at sight. The belt is the element of surprise, therefore its look and visual identity should always stay in the dark.

Knowing well the visual impact on the masses, pre-suicide/martyr mission videos function as a political statement, an audio-visual manifesto. An address of justification lies between his/her hands, a paper written in advance for the attacker to read before he/she executes a mission, which is supposed to take place in a sphere where unknown secret individuals are taking part in public debates using their own method of doing private business in public.

For Al Misskawi and Nidal Neb Amaso (the first two suicide bombers in south Lebanon) self-destruction was to reach for the real thing, real production and improvement. For both, exchange of pain and suffering becomes a universal cultural and moral value of co-existence, "the value of violence". The complete and right-away destruction of civilization, as long as they are not part of it or related to it.

Bombers/martyrs are nomads, individuals in constant movement who aspire to become news items. More points are made by his/her death than by his/her life. He came from nowhere, had no address, and his social security number was what his sub-cultural organization had issued him: suicide bomber/martyr number ???

Putting theory in practice

What all pre-suicide mission videos have in common whether they are group suicides or individual suicides and whether they are carried out for political reasons or private reasons is the phenomenon of public manifesto.

Este esquema de comunicación, la declaración pública, es el aspecto relativo del impacto, que siempre se propone desempeñar un papel más importante que el de la propia acción.

La emisión de estas declaraciones visuales de los terroristas en los medios de comunicación a escala global se ha convertido en una moda mediática, en un nuevo estilo de experiencia visual. Ciertos medios de comunicación los rechazan por razones políticas, como es el caso de la CNN, mientras que otros, como Al Yazira, los muestran de principio a fin, a pesar de las críticas.

A diferencia de los demás vídeos previos a la misión suicida, la filmación emitida por Al Yazira de uno de los terroristas que participó en el atentado contra el World Trade Center, muestra al individuo dirigiéndose a las masas con la imagen de un avión estrellándose contra una de las torres como telón de fondo. Esta grabación manipulada fue recibida por Al Yazira seis meses después del atentado en Nueva York. El terrorista no menciona su participación en la misión, pero la imagen del avión en el momento de su colisión contra el World Trade Center construye un mensaje visual que se recibe como una película de Hollywood en la que abundan los efectos especiales.

La puerta del "Reino".

La escenificación del vídeo previo a la misión como pauta global

Ciertamente, la cuestión del suicidio es sumamente controvertida, tanto desde el punto de vista moral como filosófico. Las tres religiones monoteístas prohíben el suicidio.

Sin embargo, hoy en día la mayoría de la gente liberal en todo el mundo acepta fácilmente que el suicidio no es un crimen, si bien algunos sistemas legales continúan condenándolo expresamente.

"Nunca he sabido de nadie que fuese castigado tras un intento de suicidio." (Ran HaCohen) [1]

Ran HaCohen escribió lo siguiente, en su carta "Suicidal Truths": "Uno de los problemas más candentes de las legislaciones modernas es la eutanasia para los enfermos terminales; la cuestión no es su derecho al suicidio (cosa que por lo general se reconoce), sino su derecho a ser ayudado por el personal sanitario". [2]

Así pues, ¿qué diferencia hay entre suicidarse y recibir ayuda para hacerlo? El suicidio se justifica desde el punto de vista de la salud, pero no desde el punto de vista político.

¿Y qué decir de otras formas de suicidio, como el de los seguidores de la secta llamada La puerta del Cielo?

Para entrar en el "reino" o pasar al "siguiente nivel", La Puerta del Cielo llevó hasta la locura el método que recibe este mismo nombre. En marzo de 1997, los miembros de esta secta cometieron un suicidio colectivo para mostrar su rechazo del cuer-

This particular pattern of communication, the public statement, is the relative point of impact, which is always meant to play a more crucial role than the action itself.

Playing these visual statements by attackers on global media networks has become a media trend, a new wave of visual experience. Some networks dismiss them for political reasons, such as CNN, while a network like Al-Jazeera decided to play them all the way through despite criticism.

Unlike all other pre-suicide/martyr mission videos, Al-Jazeera showed the video of one of the attackers on the WTC addressing the masses with the image of the plane hitting one of the towers as background. This unique manipulated video footage was received by Al-Jazeera 6 months after the events in NY occurred. The speaker/attacker did not mention that he carried out the mission, but the poster of the plane hitting the WTC was the visual message and it was easily received in a Hollywood special effects way.

Entering the "Kingdom".

Pre-mission video staging as a global pattern

Indeed the question of suicide is quite controversial both morally and philosophically. All three monotheistic religions usually forbid suicide actions.

Nowadays, however, almost all liberal people around the world would easily agree that suicide in general is not a crime. But some legal systems still formally forbid it.

"I have never heard of someone punished for a suicide attempt." (Ran HaCohen)[1].

Ran HaCohen wrote in his letter "Suicidal Truths": "In fact, a burning issue in modern legislation is euthanasia for terminally ill people, where the question is not their right to commit suicide (which is usually acknowledged), but rather the right to be assisted in it by medical staff" .[2]

So what is the difference between committing suicide and being assisted to do so? In terms of health problems, suicide is morally justified, but in political terms it is not.

What about other forms and functions of other types of suicides like that of the Heaven's Gate cult?

To enter the "Kingdom" or the "next level", Heaven's Gate reached the so called method in the madness. In March 1997 the cult members took their lives in a mass suicide by condemning the human body for being just a vehicle. The common point here is not the action, nor the method, nor the purpose of the ideology behind such an action. What matters is something much more essential.



po, que para ellos no es más que un vehículo. El nexo común no es en este caso la acción, ni el método, ni la intención, ni la ideología que respalda su acción. Lo que importa es algo mucho más esencial.

Lo que cuenta es la publicidad virtual y la atención recibida como consecuencia de la acción, que normalmente se difunde una vez ha concluido y nunca antes. Llamar la atención del público virtual es el principal objetivo de las grabaciones en vídeo previas a una misión. El propósito es difundir visualmente la noticia de la acción para que ésta llegue a un público lo más amplio posible, a través de las cadenas de televisión globales y otros dispositivos mediáticos. [3]

Ricardo López cumplió con éxito su objetivo y obtuvo un impacto notable. Un hombre muerto logró su deseo estando ya en la tumba: el joven estadounidense se pegó un tiro delante de su cámara de vídeo accionada por control remoto y dedicó su acción a la cantante Björk. Antes de filmar su propio suicidio, envió una carta bomba al domicilio de Björk en Londres. [4]

En esta ocasión el espectáculo mediático fue doble. López no quería pasar solo al "siguiente nivel", sino que quería llevarse con él a su amada cantante. Quería convertirse con este legado en un personaje legendario.

Su grabación en vídeo se difundió a través de todas las redes de televisión global. Su nombre quedará para siempre ligado al de Björk en los medios electrónicos.

Sabedor del poder y del peligro que entrañan los medios de comunicación, López consiguió entrar en Hollywood por la puerta trasera, mediante la filmación en vídeo de su suicidio.

Es un hermoso día para morir (proverbio indio)

Dicho lo anterior, cabría concluir que la importancia de estas acciones reside en las puestas en escena, mientras que las acciones en sí son secundarias, no obstante su magnitud.

El poder real de todo esto ha de buscarse en el propio material audiovisual, de ahí que la puesta en escena del vídeo previo deba planificarse y desarrollarse con sumo esmero.

El diseño de la escenografía y el decorado de este tipo de vídeos se ha convertido en una norma, en una tendencia cultural o subcultural, para ser más exactos.

La escenografía debe reflejar y transmitir la identidad, la intención, la ideología y la filosofía de quienes ejecutan la acción o participan en ella. Debe parecer algo único y diferente desde el punto de vista estético; debe señalar una continuidad y un sentimiento de identificación cultural o subcultural. Es decir, la escenografía y el decorado deben diseñarse con estilo.

En el vídeo de López, éste aparece con la cara pintada de camuflaje y queda claro que está actuando deliberadamente.

What counts is the virtual publicity and the attention gained from the action, which is usually aired right after the action and never before. Attracting the attention of the virtual public is the primary aim of the pre-mission video footage. It is made to visually distribute the news of the action to the largest audience possible via global TV networks and other media apparatuses.[3]

In many cases the staged statement is much more significant than the action itself because its aim is to reach the transnational masses and to clarify the force behind the action. The attack will only fulfill its spectacular climax when it reaches the transnational public media sphere.

With remarkable impact Ricardo Lopez's aim was successfully implemented. A dead man managed to get his wish while in the grave: a young American who shot himself in front of his remote controlled video camera and dedicated his act to the singer Björk. He sent a letter bomb in advance to Björk's London home before filming his own suicide.[4]

His aim was double media spectacularism. Lopez did not want to go alone to the "next level", but wanted to take his beloved singer with him. He wanted his legacy to be permanently cemented to a legendary figure.

His pre-mission suicidal video was shown on all global TV networks. Within the electronic media his name and Björk's will always be connected.

Knowing the power and danger of the media Lopez managed to enter Hollywood through the backdoor by filming the footage of his pre-mission suicide video.

It is a very nice day to die (Indian proverb)

Having said this, one can conclude that the importance of such actions lie in the staged statements as such, while the actions themselves are secondary despite their magnitude.

The actual power of all this is the audio-visual material itself and therefore the staging process for the pre-mission video must be carefully organized and well orchestrated.

The staging process and the interior design of the pre-mission video footage has become a norm, a cultural trend or a sub-cultural one to be more accurate.

The actual staging process should reflect and carry the identity, the purpose, the ideology, and the philosophy of the action takers or attackers. It should look aesthetically unique and different; it should signal continuity and cultural or sub-cultural belonging. In short, the pre-mission interior staging should be done with style.

La elección de las palabras del discurso responde a la voluntad racional de expresar su faceta intelectual. Aunque su intención era marcharse solo y en privado, se aseguró de incluir en su acción dos elementos clave: un personaje público y un mensaje que transformase su intimidad en noticia pública.

De este modo, López tenía la íntima certeza de que su plan sería un éxito. Su objetivo era el espectáculo mediático. Conocía bien los puntos débiles de los medios y actuó en consecuencia. No ofreció su grabación y su actuación a Björk, sino a las redes de televisión globales.

El vídeo de López llegó a las casas y a los salones de muchos espectadores del mundo entero a través de la televisión. La historia se presentó con un aire hollywoodense, y López cumplió su misión.

Esfera priv-blica.

En el largo vídeo realizado por el líder de La puerta del Cielo, Marshall Herff Applewhite, antes de su suicidio, aparecen deliberadamente varios espejos que reflejan su imagen, mientras habla sin parar con la intención de dimensionar su existencia.

Al reflejar su imagen de este modo, Applewhite se propone adentrarnos en una suerte de espejo de Manet. En su analogía de Richard Sennett, el teórico Bulent Diken dice lo siguiente, en relación con el espejo de Manet:

«Richard Sennett menciona a Eduard Manet como artista del "desplazamiento", concepto éste que también resume la experiencia del extranjero. Merced al desplazamiento de los marcos de referencia familiares, la pintura de Manet da un giro inesperado a los modos de ver establecidos. Así, por ejemplo, en *El bar del Folies-Bergère*, resulta ópticamente imposible situarse justo en frente de la camarera y ver al mismo tiempo su reflejo a la derecha. En la esquina superior derecha vemos a un hombre al que la camarera está mirando. El hombre tampoco puede existir desde el punto de vista óptico; si lo hiciera, borraría por completo nuestra visión directa de la mujer: el espectador está de pie frente a ella. El drama representado en este cuadro es por tanto el siguiente: "Miro en el espejo y veo a alguien que no soy yo"». [5]

El líder de La Puerta del Cielo quería que lo viésemos en tres dimensiones durante esta grabación en vídeo.

El mensaje que se proponía enviar al mundo queda atrapado en la imagen de su escenificación. Técnicamente, y como en el cuadro de Manet, sería difícil filmar a Applewhite sin ver al cámara, pero Applewhite no necesitaba un cámara, pues situó la cámara justo delante de él, de manera que no pudiésemos verla. La intención definitiva de Applewhite era que nos viésemos solos junto a su imagen, en un intento de manipulación por su parte para dirigirse a cada espectador en solitario.

In Lopez's pre-mission video he painted his face with camouflage color; during filming Lopez was in the end ultimately acting. The selection of vocabulary in his footage was rationally selected and meant to express his intellectual side. Though he planned to go alone and in private, he made sure to take two elements with him as he departed: a public figure and a message turning his privacy into public news.

By doing this, deep inside him, Lopez was certain of the outcome of his planning. His ultimate aim was the spectacularism of the media. He knew well the media's weak points, and acted according to that. His pre-mission video performance was offered to global TV networks and not to Björk.

For viewers around the world, Lopez's video was transferred into the entrapment of TV in houses and salons. The story was told with a Hollywood flavor and for Lopez that was mission accomplished.

Priv-blic sphere

In the long pre-mission video made by the leader of Heaven's Gate, Marshall Herff Applewhite, he deliberately placed several mirrors which reflected his image while talking in an endless perspective, in order to dimensionalize his existence.

Reflecting his image this way he wanted to take us into some sort of Manet's mirror. In his analogy of Richard Sennett, theorist Bulent Diken has this to say in relation to Manet's mirror:

"Richard Sennett mentions Eduard Manet as an artist of "displacement", a concept that also summarizes the experience of the foreigner. Displacing the familiar frames of reference, Manet's paintings give unexpected twists to the established ways of seeing. In *The Bar at the Folies Bergère*, for instance, it is optically impossible to be facing the barmaid directly and seeing her reflection to the right of her at the same time. In the upper right corner of the painting, reflected in the mirror, we see a man the barmaid is looking at. This man cannot exist optically either; if he did, he would completely block out our direct view of the barmaid - the viewer is standing in front of the barmaid. The drama depicted in the painting is thus: "I look in the mirror and see someone who is not myself". [5]

Heaven's Gate's leader Marshall Herff Applewhite wanted us to see him in full three dimension during his pre-mission video recording.

The message he wanted to send to the world is encapsulated inside the image of his pre-mission video staging. Technically like in Monet's painting it would be difficult to film



No un culto informático, sino un culto con su propia página web. La declaración de Applewhite continúa en la web

La web de La Puerta del Cielo sigue estando en la web, y seguirá estando por mucho tiempo, pues los miembros del grupo pagaron a su servidor de internet un montón de dinero por adelantado para que mantuviese su página intacta. Su correo electrónico todavía funciona; lo sé porque les envié un mensaje y recibí una respuesta.

Applewhite mencionaba que sabemos perfectamente que sólo cuando estamos dentro de estos vehículos físicos (nuestros cuerpos) podemos aprender las lecciones necesarias para completar nuestra transición individual, así como cumplir nuestra misión de ofrecer por última vez el Reino de los Cielos a esta civilización. Cuidamos bien de nuestros vehículos para que funcionen correctamente y nos ayuden en esta tarea, e intentamos protegerlos de todo mal. Deseamos, esperamos y anhelamos plenamente subir a bordo de una nave espacial que nos transporte hasta el "siguiente nivel" (en nuestros cuerpos físicos). No tenemos la menor duda de que nuestro ser será inevitablemente "recogido" en un futuro muy próximo. La gran cuestión es lo que ocurre entre este ahora y ese después.

La respuesta de Applewhite a esta gran cuestión no se encuentra en su deseo de ser recogido, ni en su emoción por subir a bordo de la nave espacial procedente del "siguiente nivel". Su objetivo final, como ya hemos visto en otros vídeos previos a una misión, es que su mensaje llegue a las redes electrónicas globales. El "siguiente nivel" de Applewhite ha quedado reducido a espectáculo mediático, lejos de esos tránsitos individuales a otro estado del ser.

Para asegurarse de que La Puerta del Cielo sigue existiendo, al menos en el ciberespacio, la secta pagó por adelantado a su servidor de internet, circunstancia ésta que arroja montones de dudas sobre las creencias y la ideología de esta organización. Si Applewhite estaba cien por cien seguro de que el mundo terminaría en el momento en que su secta desapareciese, o poco después, ¿por qué quiso seguir existiendo en el ciberespacio? Su objetivo era el espacio real, ¿cierto? No, falso. Su objetivo era el espacio virtual. Diríase que para el líder de La Puerta del Cielo la existencia en verdad significativa no está en los vehículos físicos, ni tampoco en el "siguiente nivel" o en el espacio real, sino en el ciberespacio.

La tentación de la televisión

Las redes de televisión globales son un nuevo sistema de información visual que permite a millones de personas de todo el planeta acceder a una misma noticia simultáneamente. La experiencia vi-

Applewhite without seeing the camera man, but now Applewhite did not need a camera man, he simply filmed himself placing the camera right in front of him so we wouldn't be able to see it. Ultimately, Applewhite wanted us to see ourselves alone with his image, a manipulative attempt by Applewhite to address each viewer single handed.

Not a computer cult but a cult that happened to have a Web site.

Applewhite's statement was and still is on the web

On Heaven's Gate's homepage which is still there and will stay for a long, long time to come because the group paid their web provider lots of money in advance to keep their web site intact. Their email is also functioning; I know because I sent them a mail and received an answer.

Applewhite mentioned that we know that it is only while we are in these physical vehicles (bodies) that we can learn the lessons needed to complete our own individual transition, as well as complete our task of offering the Kingdom of Heaven to this civilization one last time. We take good care of our vehicles so they can function well for us in this task, and we try to protect them from any harm. We fully desire, expect, and look forward to boarding a spacecraft from the "next level" very soon (in our physical bodies). There is no doubt in our mind that our being "picked up" is inevitable in the very near future. But what happens between now and then is the big question.

The answer to Applewhite's big question is not to be found in his desire to be picked up, nor his excitement at soon to be boarding the spacecraft from the "next level". His ultimate aim, as we have seen in other pre-mission videos, is that his message reaches the global electronic media networks. Applewhite's "next level" has been reduced to a media show mission rather than individual transitions to another state of being.

To make sure Haven's Gate still exists, at least in cyber space, the movement paid in advance for their internet provider, a move which cast lots of doubt on the total belief of the movement and all its ideology. If Applewhite was 100% sure that the world would end with or after the departure of his movement then why did they want to exist in cyberspace?

Their aim was the actual space, right? No, wrong. The aim was the virtual space. So apparently for Heaven's Gate's leader the most significant of all existence here is not in the physical vehicles or in the "next level" or in the actual space. Rather, it is to exist in cyber space.

sual que ofrece la televisión permite a la gente tomar decisiones en cualquier lugar del planeta, pero también influye en su capacidad para ejecutar cualquier decisión por cuenta propia. Apparentemente, las imágenes televisadas pueden arrastrarnos hacia cualquier cosa, pero también sacarnos de cualquier cosa.

El poder y la influencia de la televisión global ha logrado atraer a millones de publicistas e inversores, pero el número de consumidores siempre será mayor. La función de los consumidores de televisión varía de una región a otra. Para algunos individuos y grupos, la televisión es una nueva forma de poder, un espacio para lanzar manifiestos políticos.

El acceso a las redes de televisión globales está muy manipulado. Sus vigilantes ya no son los equipos editoriales y, en muchos casos, el poder de la emisión queda en manos de quienes fabrican declaraciones, desarrollan misiones suicidas y causan la destrucción. Esta nueva tendencia visual es sumamente poderosa y supone un desafío para los nuevos editores de la televisión global.

En su famoso libro *Breaking the News, How the Media Undermine American Democracy*, James Fallows analiza cómo la televisión ahoga el discurso, a través de una anécdota sobre una periodista de la CBS que realizó un reportaje sobre Ronald Reagan en el año 1984. Lesley Stahl ya había documentado la contradicción existente entre las palabras de Reagan y sus actos, cuando lo mostró hablando sobre los Juegos Paralímpicos y en el curso de una visita a un centro de atención especial, al tiempo que denunciaba que Reagan había recortado los fondos destinados a niños con discapacidades y estaba en contra del sistema de salud público. Tras la emisión del documental de Stahl, la periodista recibió una llamada oficial de la Casa Blanca, donde se alababa mucho su trabajo. Abrumada por los halagos, preguntó a su interlocutor de la Casa Blanca por qué no estaba enfadado, puesto que su reportaje había desenmascarado al verdadero Reagan. La respuesta del funcionario fue: "La gente de la televisión sigue sin enterarse. Nadie ha prestado atención a sus palabras. ¿No se dan cuenta de que lo único que importa es la imagen? Una imagen poderosa ahoga las palabras". [6]

NOTAS

- [1] <http://www.antiwar.com/hacohen/h040502.html>
- [2] <http://www.antiwar.com/hacohen/h040502.html>
- [3] <http://www.heavensgate.com/misc/letter.htm>
- [4] <http://www.cnn.com/2001/SHOWBIZ/Music/08/24/france.bjork/>
- [5] Sennett, Richard, "The Foreigner". En P. Heelas, S. Lash y P. Morris (eds.) *Detraditionalization*, pp. 173-99; véase pp. 173 y 177 para citas.
- [6] Steve Hoenish, "An Example of Postmodern Politics", <http://www.criticism.com/md/cult1.html>

TV temptation

Global TV networks are a new visual information system through which millions of people around the globe can be exposed to a single piece of information simultaneously. The visual experience that people receive from TV and elsewhere enables them to make decisions but it also influences their ability to carry out any decision on their own. Apparently, TV images can drag us into anything and out of anything.

The power and influence of the global TV network has managed to attract millions of advertisers and investors, but the number of consumers will always be larger. The role of TV consumers is different from one region to another. Some individuals and groups found in TV a new means of power, a new arena for political manifestos.

The access to global TV networks has been manipulated. The gate keepers are no longer the editorial teams, in many cases the power of broadcasting lies in the hands of strong statement makers, suicide-mission carriers and attacks of destructive nature. This new visual trend is overpowering and challenging the global TV news editors.

In his famous book *Breaking the News: How the Media Undermine American Democracy*, James Fallows explores how TV images smother speech with an anecdote about a CBS journalist making a story on Ronald Reagan in the year 1984. Lesley Stahl, had documented the contradiction between what Reagan said and what he did by showing him speaking at the Special Olympics and at a nursing home while reporting that Reagan had cut funding to children with disabilities and opposed funding for public health. After Stahl's piece was broadcast, she got a call from a White House official, who for a good reason praised her. Overwhelmed by the compliments, she asked the caller from the White House why he wasn't upset, underlining that her coverage story had nailed Reagan. The official replied: "You television people still don't get it. No one heard what you said. Don't you people realize that the picture is all that counts? A powerful picture drowns out the words." [6]

NOTES

- [1] <http://www.antiwar.com/hacohen/h040502.html>
- [2] <http://www.antiwar.com/hacohen/h040502.html>
- [3] <http://www.heavensgate.com/misc/letter.htm>
- [4] <http://www.cnn.com/2001/SHOWBIZ/Music/08/24/france.bjork/>
- [5] Sennett, Richard (1996) "The Foreigner". In P. Heelas & S. Lash & P. Morris (eds.), *Detraditionalization*, Cambridge: Blackwell, pp. 173-99; see pp. 173, 177 for quotations.
- [6] Steve Hoenish "An Example of Postmodern Politics" <http://www.criticism.com/md/cult1.html>