

Sumario

Introducción,
por *Joan Pedro-Carañana y Francisco Sierra Caballero*, 11

Primera Parte

ED HERMAN: EL MODELO DE PROPAGANDA Y EL CONTROL DE LA
COMUNICACIÓN A ESCALA INTERNACIONAL

1. El legado de Ed Herman, por *Noam Chomsky*. 23

2. Entrevista con Edward S. Herman: Hegemonía ideológica
en sociedades contemporáneas,
por *Jeffery Klaehn; Joan Pedro-Carañana; Matthew Alford*
y *Yigal Godler*. 29
Bibliografía 34

3. Fundamentos, estudios de caso y ampliación del modelo
de propaganda,
por *Joan Pedro-Carañana; Andrew Kennis;*
Ana I. Segovia y Florian Zollmann, 35
Introducción 35
Introducción a los autores del MP 36
Orígenes del modelo 37
El Modelo de Propaganda. 37
Metodología de análisis de contenido del MP. 42
Países amigos y países enemigos / víctimas dignas e
indignas según las ideologías e intereses dominantes. 43

<i>Más víctimas dignas e indignas. Caso paradigmático tras la guerra fría: sanciones, invasión y ocupación de Irak y armas de destrucción masiva</i>	<i>46</i>
<i>Cobertura mediática de Irán vs. Honduras.</i>	<i>50</i>
<i>Democratización del sistema mediático</i>	<i>52</i>
<i>Complementar el MP: el impacto de los movimientos sociales y el MDM</i>	<i>55</i>
<i>Conclusión</i>	<i>60</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>61</i>
4. La crisis de la Unesco de 1983-1985 y el modelo de propaganda, por Fernando Quirós	67
<i>Presentación</i>	<i>67</i>
<i>El estudio de Edward Herman</i>	<i>69</i>
<i>El Modelo de Propaganda aplicado a la crisis.</i>	<i>74</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>82</i>
5. Imperialismo e información hegemónica en América Latina. La experiencia del golpe mediático, por Francisco Sierra Caballero.	83
<i>Introducción</i>	<i>83</i>
<i>Latinoamérica. Un espacio mediático colonizado</i>	<i>84</i>
<i>La guerra permanente contra Venezuela.</i>	<i>89</i>
<i>Brasil y el universo o globo</i>	<i>93</i>
<i>México. De Chiapas a Ayotzinapa.</i>	<i>96</i>
<i>Conclusiones</i>	<i>102</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>105</i>
6. Modelo de Propaganda y red de poder: proyecciones de Estados Unidos en América Latina, por Silvina M. Romano	109
<i>Los filtros del MP y la red de poder</i>	<i>110</i>
<i>Red de asistencia y neoliberalismo</i>	<i>112</i>
<i>MP y gobiernos progresistas</i>	<i>114</i>
<i>Brasil</i>	<i>115</i>
<i>La corrupción: el cáncer del PT</i>	<i>116</i>
<i>Ideología y geopolítica.</i>	<i>119</i>
<i>Referéndum Bolivia 2016: la propaganda y la red de poder en la campaña por el No</i>	<i>121</i>

<i>Reflexiones finales</i>	124
<i>Bibliografía.</i>	125
7. Herman y Chomsky 2020: Una elaboración contemporánea de la teoría del <i>flak</i>, por Brian Michael Goss . . .	131
<i>Introducción</i>	131
« <i>Flak clásico</i> ».	134
<i>Definiendo el flak en el siglo XXI</i>	136
<i>Un caso particular: Flak generado por los autoproclamados sacerdotes de la libertad máxima</i>	144
<i>Conclusiones</i>	149
<i>Bibliografía</i>	151
Segunda Parte:	
EL CONTROL DEL PENSAMIENTO EN LA ERA DIGITAL	
8. El poder corporativo y de mercado y la dominación ideológica. El modelo de propaganda después de 30 años: Importancia y aplicación posterior, por Florian Zollmann.	157
<i>Introducción</i>	157
<i>Parte 1. Restricciones corporativas y de mercado: siguen siendo el motor del engaño de los medios de comunicación</i>	159
<i>Parte 2. Dominación ideológica: Humanitarismo, gestión de las atrocidades y la utilidad elitista del sufrimiento. . .</i>	166
<i>Conclusiones</i>	171
<i>Bibliografía</i>	172
9. Seguridad del Sistema: Un filtro ausente para el Modelo de Propaganda, por Daniel Broudy y Miyume Tanji . . .	175
<i>Introducción</i>	175
<i>El «Sistema» de la Élite.</i>	178
<i>Manejando la información</i>	181
<i>Controlando el Debate Público</i>	185
<i>Protegiendo el Sistema</i>	188
<i>Conclusión.</i>	191
<i>Bibliografía</i>	192

10. Reformulación del Modelo de Propaganda de Herman y Chomsky para el siglo XXI: reflexiones a tenor de la España post-bipartidista, por Miguel Álvarez-Peralta. .	195
<i>Introducción</i>	<i>195</i>
<i>Debates en torno al Modelo de Propaganda: vías muertas y puntos calientes.</i>	<i>196</i>
<i>Nuevos contextos para el MP: Sur de Europa, nuevos medios y situaciones de crisis.</i>	<i>199</i>
<i>Medios Sociales Digitales: un nuevo campo para la información</i>	<i>206</i>
<i>Redes Sociales Digitales y nuevo ecosistema informativo. .</i>	<i>209</i>
<i>Reformando el Modelo de Propaganda: más allá del ciber-pesimismo y la ciber-euforia.</i>	<i>212</i>
<i>Medios tradicionales, medios sociales digitales y producción de consensos.</i>	<i>214</i>
<i>¿Flak contra las Tuit-stars? Breve comentario sobre la esfera digital en España.</i>	<i>216</i>
<i>Reflexión final y conclusiones provisionales</i>	<i>220</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>221</i>
11. ¿Sin tropiezos? El modelo de propaganda y tiempos de crisis, por Des Freedman	225
<i>Introducción</i>	<i>225</i>
<i>El Daily Mirror y la guerra de Irak.</i>	<i>230</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>242</i>
12. El modelo de propaganda en internet, por Andrew Kennis y Joan Pedro-Carañana	245
<i>Introducción</i>	<i>245</i>
<i>La crítica al MP: Disminución de la eficacia de los filtros en internet.</i>	<i>246</i>
<i>La revolución tecnológica en el contexto del capitalismo cognitivo.</i>	<i>248</i>
<i>El análisis de Herman y Chomsky: Fortalecimiento de los filtros vs. las posibilidades democratizadoras</i>	<i>250</i>
<i>Análisis dialécticos</i>	<i>256</i>
<i>El MDM: llenando un importante vacío digital del MP.</i>	<i>258</i>

<i>Estudios de caso de hegemonía de la comunicación crítica-transformadora</i>	<i>262</i>
<i>El tratamiento de (Unidos) Podemos en medios dominantes online</i>	<i>264</i>
<i>Neutralidad de la red</i>	<i>266</i>
<i>Conclusiones</i>	<i>270</i>
<i>Bibliografía</i>	<i>271</i>