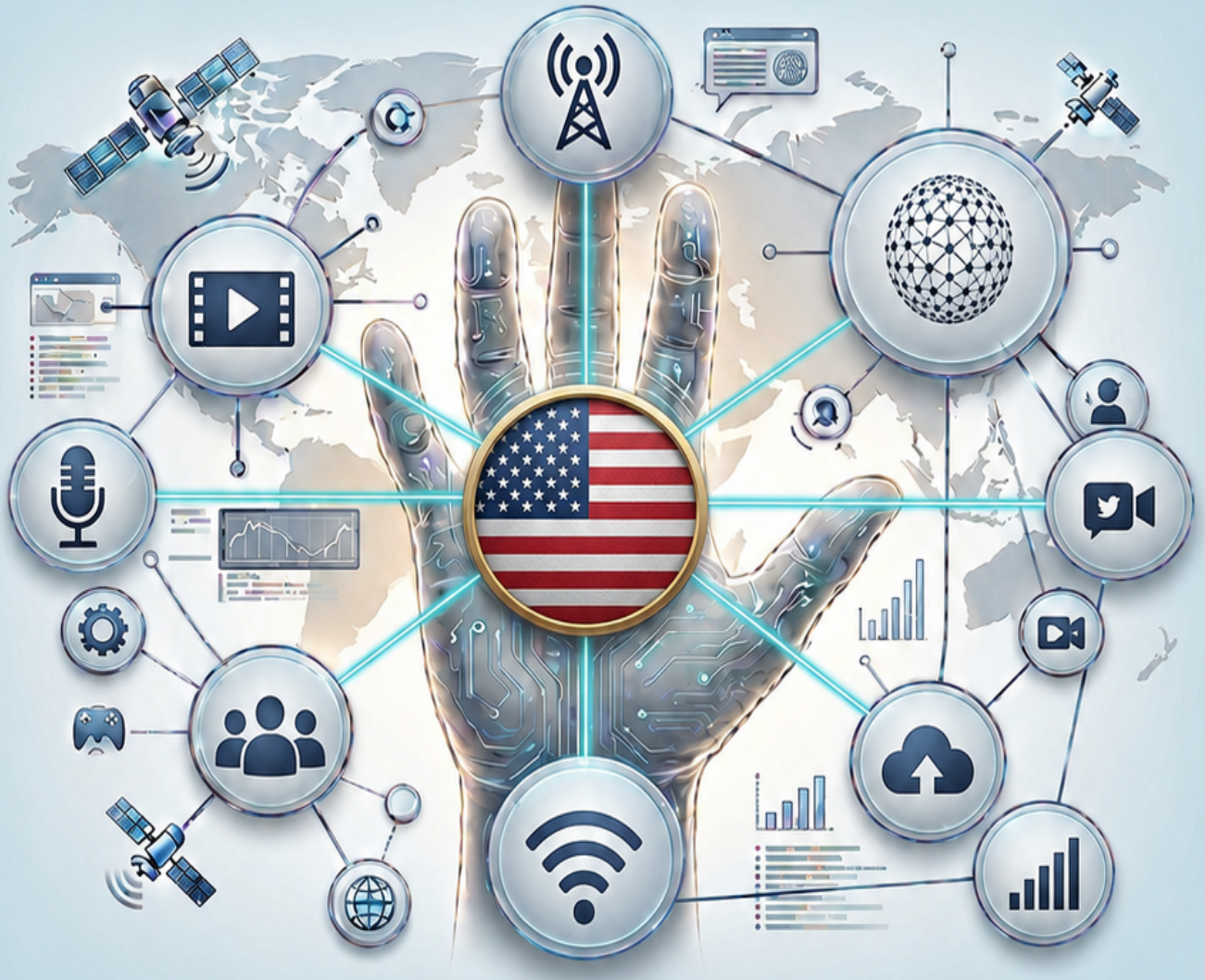
La hegemonía estadounidense sobre las plataformas mediáticas y la fabricación de la conciencia mundial

Mecanismos de control, escenarios cambiantes



Centro Geopolítico de Estudios Estratégicos

Unidad de Información y Análisis

La hegemonía estadounidense sobre las plataformas mediáticas y la fabricación de la conciencia mundial

Mecanismos de control, escenarios cambiantes

Centro Geopolítico de Estudios Estratégicos
Unidad de Información y Análisis

Edición de la versión: *1447 H. – julio de 2026 d. C.*

Introducción

En las dos últimas décadas, el poder ya no se mide únicamente por el número de tanques o el tamaño de la economía, sino que el control del flujo de información y la gestión de la conciencia colectiva se han convertido en el frente más importante de los conflictos internacionales. En este contexto, Estados Unidos ha emergido como una potencia hegemónica no solo sobre las infraestructuras de los medios de comunicación globales, sino también sobre la ingeniería de las narrativas que configuran la comprensión que los pueblos tienen del mundo que los rodea. Esta investigación parte de una pregunta fundamental: ¿cómo utiliza Estados Unidos las plataformas mediáticas, tradicionales o digitales, como herramientas estratégicas para controlar las agendas que llegan al público mundial y crear escenarios continuos y cambiantes que sirven a sus intereses geopolíticos?

La importancia de esta investigación reside en que supera el tratamiento superficial del tema de la "propaganda" para adentrarse en los mecanismos complejos y sofisticados mediante los cuales se gestionan hoy la desinformación y la fabricación de ilusiones a escala global. Ya no estamos ante modelos tradicionales de censura o de difusión de información engañosa, sino ante una "arquitectura del escenario" integral: la narrativa se diseña en centros de investigación; se recluta para ella a académicos, analistas y periodistas que aparecen como voces independientes; se difunde a través de canales por satélite financiados por gobiernos y comercializados como tribunas neutrales; y luego se amplifica mediante los algoritmos de las plataformas de redes sociales controladas por las empresas de *Silicon Valley*, hasta transformarse en una "verdad" digital adoptada por millones.

La problemática que aborda esta investigación consiste en desmontar este sistema integrado y revelar la contradicción flagrante entre el discurso de la "libertad de prensa" y la "independencia de las plataformas" que Washington promueve, y la práctica real basada en el control ingenieril de las mentes. Mientras otros Estados son acusados de poseer aparatos mediáticos propagandísticos, Estados Unidos

administra un sistema más astuto y más perverso, porque no aparece como actor directo, sino que crea la impresión de que el ruido artificial en torno a un acontecimiento determinado es una expresión orgánica de la "opinión pública mundial" o de una "insurrección popular inevitable".

Irán no ha sido un caso pasajero dentro de esta estrategia, sino que ha representado un laboratorio vivo para probar las hipótesis de la guerra psicológica mediática estadounidense durante cuatro décadas. Desde el escenario del "sistema al borde del colapso", renovado constantemente, hasta el escenario de la "victoria aplastante" que acompañó el asesinato del mártir Qasem Soleimani, pasando por la sinfonía de "mujer, vida, libertad", en la que se utilizó un sufrimiento humano real como combustible para una maquinaria de descomposición del Estado, nos encontramos ante un modelo flagrante de cómo se emplean las plataformas mediáticas en la batalla por el control de la percepción.

En todas estas estaciones se repitió la misma escena: investigadores, académicos y periodistas aparecían en las pantallas para repetir escenarios idénticos sobre divisiones internas, colapso económico y derrota estratégica, mientras los algoritmos impulsaban esas narrativas hasta la primera línea del escenario digital.

Esta investigación, a través de sus cuatro apartados, busca alcanzar tres objetivos principales. El primero es establecer una fundamentación teórica e histórica para comprender el fenómeno de la hegemonía mediática estadounidense, rastreando sus raíces en las teorías críticas de la comunicación y su evolución desde los comités de propaganda de la Primera Guerra Mundial hasta las actuales salas de operaciones de la desinformación digital. El segundo es desmontar los mecanismos contemporáneos mediante los cuales opera este sistema, desde los canales por satélite diseñados específicamente para penetrar los espacios mediáticos de los Estados objetivo hasta las plataformas de redes sociales, que se han transformado de espacios de diálogo en brazos de inteligencia capaces de construir tendencias e implantar sentimientos de desesperanza, derrota y abandono. El tercero es presentar un estudio de caso profundo sobre la campaña mediática y psicológica continua contra Irán como modelo revelador que muestra

cómo funciona este sistema sobre el terreno y cómo pasa de un escenario a otro con asombrosa fluidez para mantener la presión psicológica sobre el público objetivo.

Adentrarse en este tema no representa un lujo académico, sino una necesidad nacional y civilizacional. En un mundo en el que la información se ha convertido en arma, la capacidad de desmontar los mecanismos de la desinformación se vuelve una condición fundamental para la soberanía y la independencia. Esta investigación se dirige al lector árabe que se encuentra sumergido en un torrente de narrativas contradictorias y que necesita herramientas analíticas que le permitan formular la pregunta correcta: ¿quién dice esto?, ¿por qué lo dice ahora?, ¿quién se beneficia de que lo creamos? Recuperar la conciencia crítica, en una época de monopolio de la narrativa, es el primer paso en el camino de la liberación frente a la hegemonía blanda que intenta secuestrar nuestras mentes antes que nuestra tierra.

Marco teórico e histórico de la hegemonía mediática estadounidense

Los fundamentos teóricos del imperialismo mediático

La acción mediática estadounidense se apoya en una base teórica sólida, que puede rastrearse a través de las teorías críticas de la comunicación. La teoría del imperialismo cultural, tal como la formuló Herbert Schiller en la década de 1970, ofrece un marco explicativo central. Schiller sostiene que la hegemonía occidental, y específicamente la estadounidense, no se basa solo en la superioridad militar y

económica, sino también en la capacidad de moldear la conciencia mundial e imponer estilos de vida, valores y símbolos culturales.

En este contexto, los productos mediáticos se transforman de simples mercancías de consumo en herramientas estratégicas para crear una "conciencia dependiente" al servicio de los intereses del centro imperial. Este "centro", representado por Washington, *Hollywood* y *Silicon Valley*, produce y controla el flujo de noticias, información y entretenimiento, mientras que la "periferia", es decir, los países del mundo en desarrollo, se convierte en receptora pasiva de esos materiales, lo que conduce a la erosión de su identidad cultural y de su independencia intelectual.

La teoría de la *agenda-setting* completa esta visión, al afirmar que los medios quizá no logren dictar a la gente qué debe pensar, pero sí consiguen en gran medida dictarle sobre qué debe pensar. Mediante la concentración en determinados asuntos y la omisión de otros, las plataformas mediáticas determinan las prioridades del público y configuran sus percepciones de la realidad. Cuando un único actor, como Estados Unidos, controla la infraestructura de estas plataformas y el flujo de contenidos a través de ellas, posee la capacidad de ajustar la "agenda mundial" de acuerdo con las exigencias de su seguridad nacional y sus intereses geopolíticos. Este control no significa únicamente iluminar aquello que Washington desea destacar, sino también oscurecer y marginar deliberadamente otros asuntos, como las violaciones de derechos humanos en sus zonas de influencia o las catástrofes humanitarias de las que podría ser responsable, creando así un espacio público mundial deformado.

Por su parte, la teoría del "cultivo de la opinión pública", desarrollada por George Gerbner, lleva el análisis hacia la profundidad del efecto producido por la exposición prolongada a los medios. La teoría presupone que la exposición constante a los mensajes mediáticos, especialmente televisivos, no influye solo en las opiniones sobre asuntos concretos, sino que "cultiva" en la mente de los espectadores percepciones generales sobre el mundo. Por ejemplo, la representación reiterada del mundo exterior como un lugar peligroso, caótico y

lleno de amenazas crea en el público estadounidense y mundial un sentimiento de miedo e inseguridad que justifica intervenciones militares y políticas exteriores agresivas. Este cultivo no ocurre únicamente a través de las noticias, sino que penetra en dramas, películas y series, donde el modelo del "villano" se presenta en moldes culturales y étnicos determinados, a menudo rusos, chinos, iraníes o de Oriente Medio, preparando así a la opinión pública para enemistades futuras dictadas por la política exterior.

Teorías como la espiral del silencio y la dependencia de los medios ofrecen una explicación adicional de los mecanismos psicológicos y sociales que hacen efectiva la hegemonía mediática. La teoría de la espiral del silencio, formulada por Elisabeth Noelle-Neumann, explica cómo los individuos que perciben que sus opiniones son minoritarias y temen el aislamiento social se abstienen de expresarlas, mientras que la mayoría percibida se atreve a manifestar su opinión. Dado que los medios son la fuente principal para determinar qué se considera opinión mayoritaria, controlarlos significa tener la capacidad de silenciar las voces contrarias a las políticas estadounidenses, no por la fuerza, sino empujando a sus portadores a creer que están aislados y derrotados. La teoría de la dependencia, por su parte, indica que cuanto mayor es la dependencia del público respecto de los medios para comprender el mundo, mayor es la influencia de esos medios sobre él. En crisis y guerras, cuando aumenta la necesidad de información, el público se vuelve más vulnerable a la influencia total de la narrativa ofrecida por las fuentes mediáticas dominantes.

Las raíces históricas de la maquinaria propagandística estadounidense

El control estadounidense del espacio mediático no nació en el momento digital, sino que es resultado de una acumulación histórica vinculada a la construcción de la "máquina". Sus comienzos pueden remontarse al Comité Creel durante la Primera Guerra Mundial, que fue la primera institución oficial estadounidense de propaganda gubernamental. En solo siete meses, el comité logró transformar la opinión pública estadounidense desde el aislacionismo hacia el entusiasmo por la guerra, utilizando todos los medios disponibles: carteles, discursos y películas. La lección aprendida fue clara: la opinión pública puede ser eficazmente diseñada si se controla el flujo de información.

Esa lección no murió con el fin de la guerra, sino que se desarrolló durante la Guerra Fría hasta convertirse en un aparato más complejo y extenso. En 1947 se creó la Agencia Central de Inteligencia —CIA—, que desempeñó un papel central en la financiación y gestión de operaciones psicológicas y de guerra cultural contra la Unión Soviética. Mediante proyectos secretos, la CIA financió revistas literarias, exposiciones artísticas y conferencias internacionales, no con un objetivo puramente cultural, sino para enfrentar el avance comunista y promover el modelo de modernidad liberal estadounidense como alternativa superior.

La culminación de este esfuerzo fue la fundación de *Radio Free Europe* y *Voice of America*, que se convirtieron en dos herramientas principales para difundir propaganda estadounidense a través del Telón de Acero. Estas emisoras no eran simples ventanas informativas, sino laboratorios de producción de escenarios de largo plazo, destinados a sembrar dudas sobre los sistemas comunistas, filtrar información —verdadera o fabricada— sobre la corrupción de las élites gobernantes y amplificar cualquier manifestación de oposición interna, contribuyendo así a crear una base psicológica preparada para el posterior colapso de esos sistemas. Esta experiencia refinó una enorme pericia en el uso de los medios para socavar a distancia un Estado objetivo, modelo que fue desarrollado y actualizado de forma continua.

Tras el final de la Guerra Fría, y con el ascenso del concepto de "globalización", la maquinaria mediática estadounidense entró en una nueva etapa de hegemonía

blanda. La cadena CNN representó un modelo revolucionario con su cobertura de la primera guerra del Golfo en 1991, al fundar el concepto de "televisión de realidad en directo". Pero esa cobertura, pese a su deslumbrante carácter técnico, estuvo sometida a una estricta censura militar y presentó la guerra como un espectáculo tecnológico limpio, carente de sangre y de víctimas civiles. Este modelo, al que algunos denominaron "efecto CNN", mostró cómo un único canal informativo podía convertirse en referencia diplomática mundial, imponer el ritmo de los acontecimientos y determinar los términos del debate público: misiles inteligentes, objetivos militares, daños colaterales. Fue un momento fundacional para una legitimidad mediática estadounidense global sin igual.

Con la invasión de Irak en 2003 apareció una táctica completamente nueva: el "periodismo integrado". Mediante la integración de cientos de reporteros en unidades militares, el Pentágono logró un control sin precedentes de la narrativa. El reportero pasó a formar parte de la unidad militar: vivía con ella, comía con ella, adoptaba sus miedos y preocupaciones. Esto condujo a una cobertura informativa plenamente empática con los soldados y emocionalmente sesgada hacia su relato. Esta táctica, presentada bajo el lema de la transparencia y el acceso directo, fue en esencia una herramienta de autocensura y orientación extremadamente eficaz, en la que el periodista se transformó inconscientemente en altavoz de la propaganda militar. Este legado histórico de lecciones y tácticas no desapareció, sino que fue absorbido y reproducido de forma más sofisticada en el entorno digital contemporáneo.

Mecanismos contemporáneos de control en el espacio mediático tradicional y nuevo

Canales por satélite e ingeniería de la infraestructura de la noticia

Con el declive de la Guerra Fría, los canales informativos por satélite de veinticuatro horas emergieron como los nuevos campos de batalla de las mentes. Estados Unidos no se limitó a exportar su contenido a través del gigante CNN, sino que adoptó una estrategia más astuta basada en invertir en la creación de alternativas locales y árabes que parecieran "independientes". La creación de canales como Alhurra en 2004, dirigido al mundo árabe, encarna este modelo. El canal fue fundado con financiación directa del Gobierno estadounidense, pero se presenta como una plataforma informativa objetiva. El objetivo estratégico no era solo competir en audiencia, sino crear una "narrativa contraria" que penetrara el espacio mediático árabe y presentara el relato estadounidense con voz e imagen árabes, otorgándole así mayor credibilidad ante el público objetivo. Esta estrategia se basa en el principio de "inoculación mediática": exponer al público a dosis calculadas del relato estadounidense a través de canales que parecen neutrales, para inmunizarlo frente a lo que Washington considera "desinformación mediática" procedente de sus adversarios.

Paralelamente a la creación de canales, Washington ejerce fuertes presiones para reformular el espacio de radiodifusión por satélite en los Estados objetivo. En Afganistán, se financiaron redes locales de radio y televisión para difundir mensajes contrarios a los talibanes y favorables al Gobierno central. Esta ingeniería del panorama mediático no significa solo apoyar a aliados, sino también ejercer presiones diplomáticas y financieras sobre los Gobiernos para silenciar o estrechar el cerco sobre plataformas mediáticas contrarias a la política estadounidense, como RT o Press TV iraní, que se enfrentan continuamente a campañas para retirarles licencias, prohibirlas o acusarlas de injerencia en los asuntos internos de los Estados occidentales.

Junto a los canales de espionaje blando y la ingeniería del espacio mediático aparece el "filtrado estratégico" de información. Las agencias de inteligencia y

altos responsables de la Administración estadounidense filtran información sensible, y a veces engañosa, a periodistas "de confianza" en grandes cadenas. Este método logra varios objetivos a la vez: concede enorme credibilidad a la historia porque procede de una fuente que parece independiente; prueba las reacciones ante una política determinada antes de anunciarla oficialmente; dirige al público hacia una interpretación concreta de los acontecimientos; y permite a los responsables negar posteriormente lo filtrado si es necesario. Esta interdependencia orgánica entre la gran institución mediática y sus fuentes gubernamentales convierte al canal en plataforma de lanzamiento de señales y escenarios al servicio de la política exterior bajo la máscara de la "exclusiva periodística" y la "revelación de lo oculto".

Las plataformas de redes sociales como brazos de inteligencia y psicológicos

El ascenso de *Silicon Valley* representa un salto cualitativo en la capacidad de Estados Unidos para controlar la narrativa mundial. Empresas como *Facebook*, *Twitter*, *Google* —*YouTube*— e *Instagram* no son simples plataformas comerciales, sino que se han convertido en infraestructura global del espacio público digital. El control estadounidense de esta infraestructura le concede capacidades que ninguna potencia imperial tuvo en la historia.

La primera de estas capacidades es el control de los algoritmos. Estos algoritmos, diseñados para maximizar la interacción y la recopilación de datos, determinan, de forma no intencionada o quizá intencionada, lo que ven los usuarios en todo el mundo. Diversas investigaciones han mostrado que tienden a amplificar el contenido emocional, polémico y divisivo. Cuando Washington apunta contra un Estado determinado, ciertos patrones de amplificación pueden empujar el contenido que llama a la desesperanza, la derrota y la división interna hacia la

primera línea del escenario, mientras marginan el contenido que llama a la resistencia o al orgullo nacional. Esto no ocurre mediante una decisión política declarada, sino a través de la supuesta "neutralidad de la máquina".

La segunda capacidad, y la más peligrosa, es la coordinación directa entre las plataformas y los aparatos del Estado. Las filtraciones de Edward Snowden en 2013 revelaron programas como PRISM, que conceden a la Agencia de Seguridad Nacional acceso directo a los servidores de los gigantes tecnológicos. Esta coordinación no se limita a la recopilación de información de inteligencia, sino que se extiende a las operaciones psicológicas. En el contexto de operaciones contra Irán, esta relación puede permitir filtrar contenidos, aplicar *shadow banning* a *influencers* partidarios de Teherán y facilitar la difusión de cuentas falsas y redes de amplificación gestionadas por agencias de inteligencia, con el objetivo de inundar el espacio digital iraní y árabe con narrativas concretas sobre caos y derrota.

Esto se encarna claramente en el modelo de los "influencers fabricados". Las agencias estadounidenses, mediante empresas pantalla y sitios web falsificados, construyen personajes digitales completos: periodistas, analistas políticos, activistas e incluso estudiantes. Estas personalidades son desarrolladas durante meses o años en plataformas como *Twitter* y *Facebook* para construir credibilidad y seguidores reales. Cuando estalla una crisis, se activa esta red para funcionar como una enorme cámara de eco que repite la narrativa requerida —por ejemplo, "el sistema iraní está a punto de colapsar"— mediante miles de tuits, análisis, imágenes fabricadas y vídeos sacados de contexto, creando una ilusión de impulso popular e incapacidad oficial. Estos ejércitos electrónicos, que el público cree voces independientes, son en realidad brazos sofisticados de la guerra psicológica.

Finalmente, aparece el papel de la manipulación diaria mediante tendencias y etiquetas —*hashtags*—. Los brazos cibernéticos pueden impulsar una etiqueta determinada, como *#Irán_se_derrumba*, hasta convertirla en tendencia mundial mediante actividad coordinada de cuentas automatizadas. Esta tendencia aparece ante millones de usuarios reales como expresión de una opinión pública orgánica,

lo que los arrastra a participar en ella o, al menos, a creer que está ocurriendo un gran acontecimiento. Este círculo cerrado transforma el escenario fabricado en una realidad digital tangible que afecta a la moral del interior iraní y moldea las percepciones de inversores y diplomáticos en el exterior. Así, la plataforma se transforma de espacio de diálogo en arma estratégica para la ingeniería de la percepción colectiva en tiempos de guerra híbrida.

Fabricación de escenarios cambiantes y estrategia de guerra psicológica permanente

Arquitectura del escenario: de la construcción a la difusión

La esencia de la estrategia mediática estadounidense no reside en difundir una noticia o un análisis concreto, sino en crear lo que puede llamarse una "arquitectura del escenario". Se trata de un proceso dinámico y continuo de construcción de una realidad paralela que se adapta a los acontecimientos y se pliega al servicio del objetivo estratégico final. Este proceso comienza en la "sala de escenarios" de los centros de investigación y agencias de inteligencia, donde se diseña un escenario principal, por ejemplo: "la presión máxima conduce al colapso interno del sistema". Este escenario no es una mera orden de seguridad, sino un plan detallado alrededor del cual se construyen escenarios secundarios en permanente cambio. Si se producen protestas económicas, se difunde el escenario de la "revolución de los hambrientos". Si estallan protestas femeninas, se difunde el escenario de la "insurrección de la libertad". Si ambas coinciden, se

fusionan en el escenario de la "gran insurrección nacional". Esta adaptación constante garantiza que la narrativa permanezca viva e interactiva, y no sea simple propaganda rígida.

Tras diseñar el escenario llega la fase del "relleno humano", es decir, el reclutamiento de agentes locales que encarnarán la narrativa. Estos no son necesariamente espías, sino investigadores, académicos, periodistas y analistas políticos; algunos actúan por convicción ideológica y otros mediante incentivos financieros o profesionales. Se los apoya con becas, estancias de investigación, invitaciones a congresos y subvenciones para escribir estudios alineados con el escenario requerido. Estas personas se convierten en los "testigos fiables" a los que acogen los medios. Cuando un analista de Teherán aparece en *Iran International* —financiada por Arabia Saudí y Estados Unidos, y emitida desde Londres— y habla con seguridad de inminentes deserciones en la Guardia Revolucionaria, no es un simple analista, sino un elemento activo en la encarnación del escenario de la "descomposición del sistema". Esta capa de agentes concede a la narrativa un cuerpo humano y una credibilidad local que la propaganda estadounidense directa no podría ofrecer.

Para conferir un carácter científico y objetivo a estos escenarios, se los alimenta con "estadísticas fabricadas" y centros de investigación ficticios. De repente aparecen "centros de estudios" e "instituciones de sondeo" con nombres resonantes, que publican informes periódicos con cifras y estadísticas al servicio del escenario. Por ejemplo, pueden publicar un estudio que afirme que el 80% de las fuerzas armadas está dispuesto a desertar, o que la inflación ha alcanzado cifras astronómicas varias veces superiores a las estimaciones oficiales. Estos informes, diseñados profesionalmente, encuentran rápidamente su camino hacia los grandes medios, que los citan como pruebas concluyentes, y son difundidos en redes sociales como verdades aceptadas, creando una sólida base de "conocimiento" construida sobre arena.

Técnicas de difusión y generalización de la ilusión

Tras construir el escenario y reclutar a sus actores, llega la fase de difusión y distribución, sometida a técnicas específicas para maximizar el efecto psicológico. La primera de estas técnicas es la "confirmación de la gran mentira": un método basado en difundir historias falsas a gran escala y de forma simultánea a través de múltiples plataformas hasta convertirlas en realidad social por la fuerza de la repetición. Cuando cinco canales por satélite, treinta cuentas de analistas y cientos de cuentas falsas difunden la misma historia fabricada sobre "la huida al extranjero de tal responsable", el espectador, incluso si es escéptico, se encuentra rodeado por ese relato desde todos los lados, lo que finalmente lo empuja a aceptarlo como cierto o, al menos, a dudar del relato contrario.

La segunda de estas técnicas es el "acontecimiento falso". En ocasiones, no basta con amplificar acontecimientos reales, sino que se fabrican acontecimientos completos. Pueden consistir en una grabación de audio manipulada —algo que se ha desarrollado enormemente en los últimos tiempos gracias a la inteligencia artificial—, un documento filtrado falsificado o una llamada telefónica preparada y filtrada. Pero lo más común es invertir en un pequeño acontecimiento real y amplificarlo hasta dimensiones míticas mediante multitudes en internet. Una pequeña manifestación de decenas de personas, si se filma con ángulos profesionales, se vincula a etiquetas mundiales y es cubierta por los medios por satélite como "noticia urgente", se transforma en la percepción mundial en una "insurrección popular de millones". Este acontecimiento falso se convierte en la noticia, y la negación del sistema se convierte en una prueba adicional, dentro del escenario preparado de antemano, de su "confusión y mentira".

La tercera técnica, y la más sofisticada, se basa en explotar la cultura de la "sátira" y el entretenimiento político. La guerra psicológica ya no se presenta únicamente en serios boletines informativos, sino que se envuelve en formatos satíricos,

memes y vídeos cortos en *TikTok* e *Instagram*. El diseño de estos materiales busca transformar cuestiones políticas complejas en una "broma" popular que se difunde a velocidad extraordinaria entre los jóvenes. Burlarse de un dirigente político o representarlo como una figura caricaturesca derrotada es un método más letal que cualquier informe informativo, porque esquiva la razón crítica y se instala en el inconsciente como verdad asumida. Aquí, cada joven que huye del aburrimiento se convierte en transmisor inconsciente de propaganda, participando en la profundización del sentimiento de desesperanza, abandono e insignificancia del Estado nacional.

Estudio de caso: Irán

La sinfonía de la guerra psicológica mediática

Diseño e ingeniería de la narrativa letal

Irán representa un objetivo central y continuo de una de las operaciones de guerra psicológica mediática más largas y extensas de la historia contemporánea. Desde la instauración de la Revolución Islámica en 1979, Irán se transformó en el "enemigo útil" que justifica la presencia militar estadounidense en la región y las ventas de armas a los clientes de Washington. Para comprender el mecanismo de control de la narrativa, es necesario analizar los escenarios cambiantes y continuos diseñados específicamente para Irán.

El primero de estos escenarios, y el más persistente, es el de "el sistema está a punto de colapsar". Este escenario no es un simple juicio desiderativo, sino un

marco integral que ha sido reproducido y actualizado durante décadas. En cada protesta, aunque sea de decenas de trabajadores con salarios atrasados, se desata la maquinaria mediática para promover la idea de que "este es el final", que el sistema ha perdido su legitimidad y que todo el pueblo iraní se levanta. Se ignora el hecho de que protestas limitadas y reivindicativas ocurren en todos los países del mundo, y se aísla a Irán como caso excepcional de colapso inevitable. Este escenario no se siembra únicamente en los medios exteriores, sino que apunta a la moral interna de los iraníes mediante canales como *Manoto* e *Iran International*, para crear un sentimiento permanente de que viven en un Estado frágil y provisional.

En paralelo al escenario del colapso opera el escenario de la "división inevitable", que se centra en destacar y esculpir fracturas dentro del sistema. Los análisis y escenarios inducidos promueven la idea de una grieta profunda entre el Guía Supremo y el Gobierno elegido, o entre la Guardia Revolucionaria y el ejército regular, o entre "conservadores" y "reformistas". Cualquier diferencia natural de puntos de vista existente en cualquier Estado se amplifica hasta convertirse en "inminente conflicto sangriento". Este escenario busca paralizar la capacidad de acción del sistema haciendo creer a sus adversarios y aliados que se trata de una entidad fragmentada y sin cohesión. En la práctica, la institución iraní ha demostrado repetidamente su capacidad para superar las diferencias internas frente a la amenaza externa, algo que estos escenarios nunca mencionan.

Para dotar a estos escenarios de un rostro humano, se activa el escenario de la "víctima ejemplar". Se concentra intensamente la atención mediática en una historia individual, como una joven fallecida en circunstancias ambiguas —por ejemplo, el caso de Mahsa Amini—, la huida de un deportista o la deserción de un artista. Esta figura se transforma en símbolo universal de la represión del sistema. La cobertura mediática no se centra objetivamente en el caso, sino en convertirlo en mercancía y en icono dentro de la narrativa mayor. Esta amplificación de un solo acontecimiento, acompañada del silenciamiento completo de miles de historias similares en Estados aliados de Washington, revela la naturaleza instrumental de

esa cobertura. El objetivo es activar la empatía mundial para crear un consenso moral, no para resolver el problema, sino para proporcionar cobertura a intervenciones y sanciones que aumentan el sufrimiento del propio pueblo.

Análisis de los mecanismos en las grandes crisis

En las protestas de noviembre de 2019, que se produjeron a raíz del aumento de los precios de la gasolina, la maquinaria mediática trabajó a plena capacidad. Mientras las autoridades iraníes cortaron internet para contener protestas que habían salido de su marco reivindicativo y para impedir su explotación desde el exterior, tanto por Estados Unidos como por Gran Bretaña, las plataformas y canales por satélite llevaron a cabo una operación de "auxilio digital". Se proporcionaron dispositivos de comunicación por satélite a los manifestantes por parte de organizaciones vinculadas a la inteligencia occidental, y se activaron redes de cuentas falsas para difundir cientos de vídeos, algunos reales y otros procedentes de otros países, todos acompañados de etiquetas como *#Levantamiento_de_Irán* y *#Revolución_del_pueblo*. La cobertura se centró en fabricar escenarios como la "revolución de los hambrientos" o las "masacres de la Guardia Revolucionaria", y se promovieron cifras astronómicas de muertos sin ninguna prueba. Los analistas que aparecían en pantalla, presentados como expertos, repetían de manera idéntica frases como "este es el golpe definitivo al sistema". Cuando las protestas terminaron, esos canales no ofrecieron ninguna revisión ni disculpa por la información engañosa, sino que pasaron tranquilamente a adoptar el siguiente escenario.

Cuando fue asesinado el mártir Qasem Soleimani en 2020, el tono cambió por completo. Toda la maquinaria mediática promovió un nuevo escenario: el de la

"victoria aplastante". La operación fue presentada como un golpe de inteligencia y militar sin precedentes, que paralizó para siempre las capacidades de Irán y envió un mensaje de firmeza inolvidable. Analistas, presentadores de programas y editoriales de los grandes periódicos repitieron el mismo mensaje: "Irán ha terminado", "el imperio iraní ha sido desmantelado", "Irán ya no tiene presencia en la región". Se ignoró el hecho de que la respuesta iraní mediante el bombardeo de la base de Ain al-Asad fue la mayor de su tipo contra fuerzas estadounidenses en décadas, y se presentó el anuncio de Teherán de que se había "vengado" como debilidad y flaqueza. Aquí, la maquinaria mediática trabajó para cerrar la brecha entre la realidad sobre el terreno y las exigencias del relato estadounidense victorioso, ignorando las complejidades estratégicas que produjo el acontecimiento.

En cuanto a las protestas de 2022, desencadenadas tras la muerte de Mahsa Amini, representaron la culminación del arte de gestionar y fabricar escenarios. Aquí se integraron los escenarios en una única sinfonía. El escenario de la "revolución de la libertad" —mujer, vida, libertad— se fusionó con el escenario del "colapso del sistema" y el escenario de la "represión salvaje de la Guardia". La manipulación y la fabricación alcanzaron niveles de enorme complejidad. Canales como *Iran International*, gestionado por periodistas vinculados a organismos de inteligencia, se transformaron en una sala de operaciones mediática en directo, cubriendo las protestas minuto a minuto, acogiendo deserciones fabricadas y publicando coordenadas de fuerzas de seguridad como incitación a asesinarlas. Al mismo tiempo, las redes sociales pertenecientes a *Silicon Valley* violaron sus propias reglas de manera flagrante para amplificar el contenido contrario a la República Islámica. La agencia *Reuters* y otras instituciones observaron cómo plataformas como Facebook, Instagram y Twitter facilitaron de manera excepcional el discurso de odio y la llamada a la violencia contra el Estado iraní, algo que normalmente prohibían en otros contextos. Se creó un enorme acontecimiento mediático en el que el sufrimiento real de una mujer fue utilizado como palanca para aplicar un "escenario integral" extremadamente violento orientado a descomponer el Estado iraní.

Los objetivos estratégicos de la estrategia mediática

El objetivo final de esta guerra psicológica permanente no es solo cambiar ahora el sistema en Irán, sino algo mucho más amplio.

El primer objetivo es imponer una derrota psicológica permanente. Mediante el bombardeo diario con mensajes de desesperanza, abandono, corrupción, brutalidad y pérdida de fe en cualquier reforma, se busca transformar la sociedad iraní, viva y dinámica, en una masa frustrada y agotada que se rinda ante las sanciones y las dificultades económicas, y pierda la fe en su capacidad de resistir o de impulsar un cambio pacífico constructivo. La derrota aquí no es militar, sino una expropiación del espíritu nacional.

El segundo objetivo es trabajar para aislar moralmente a Irán con el fin de justificar las duras sanciones. La narrativa fabricada que presenta a Irán como Estado paria, exportador de terrorismo y represor de su pueblo se produce y exporta para proporcionar cobertura moral a sistemas de sanciones asfixiantes que destruyen la vida de millones de iraníes corrientes. Se convence a la opinión pública mundial de que las sanciones son una herramienta para “obligar al sistema a respetar los derechos humanos”, cuando en realidad forman parte de la estrategia de máxima presión destinada a empujar al sistema al colapso. Esta trágica paradoja no encuentra espacio en los medios dominantes.

El tercer objetivo es gestionar las percepciones regionales e internacionales. Las narrativas atacan la imagen realista de Irán como potencia regional ascendente. La difusión del escenario del “colapso del imperio iraní”, especialmente tras el asesinato del mártir Soleimani, no se dirigía solo a los iraníes, sino también a los aliados de Estados Unidos en el Golfo e Israel, para tranquilizarlos haciéndoles creer que Irán se encontraba en su punto más débil, y a los aliados de Irán en la

región, para sembrar dudas sobre su capacidad de resistencia. Es una guerra de percepciones destinada a rediseñar mediáticamente el mapa de influencia como preludio de su rediseño sobre el terreno y en la política.

Desmontar la máquina: hacia una conciencia mediática crítica mundial

El recorrido por los mecanismos de la hegemonía mediática estadounidense, desde sus raíces históricas en la propaganda hasta sus manifestaciones digitales contemporáneas en la fabricación de escenarios y la gestión de la percepción, revela una verdad estratégica profunda: el control de la narrativa ya no es una simple herramienta auxiliar del poder, sino que se ha convertido en el poder mismo en el siglo actual. En un mundo que nada en información, la capacidad de crear realidad mediante la configuración de lo que la gente ve, lee y cree se convierte en el arma decisiva antes que los misiles y los ejércitos. El estudio del caso iraní ha mostrado que el objetivo no es informar, sino ejecutar un golpe perceptivo continuo mediante una sinfonía de escenarios cambiantes, *influencers* reclutados y acontecimientos falsos, con el fin de crear un pueblo psicológicamente derrotado y un sistema descompuesto en la imaginación mundial.

Sin embargo, comprender este mecanismo es el primer paso, y el más esencial, para desmontarlo. No se puede enfrentar el "cultivo" mediático sino mediante el desarrollo de una "inmunidad narrativa" nacional y mundial que comience con la educación mediática crítica de los individuos desde la infancia, la capacidad de desmontar el discurso y de formular las preguntas correctas: ¿quién dice esto?, ¿por qué lo dice ahora?, ¿qué es lo que no se dice?, ¿quién se beneficia de esta historia? Estas habilidades críticas son la piedra angular para construir un ciudadano digital que no muerda el anzuelo.

En el plano colectivo, debe invertirse en la construcción de plataformas y relatos independientes capaces de superar el monopolio estadounidense de la infraestructura digital. No se trata solo de exponer mentiras, sino de producir "contranarrativas ricas", basadas en hechos y dignidad nacional, pero con formas artísticas y atractivas capaces de competir. Esto exige crear alianzas entre los Estados que se oponen a la arrogancia estadounidense para romper el monopolio de *Silicon Valley* sobre el espacio público electrónico y desarrollar protocolos de internet e infraestructuras que no estén sometidos al capricho de la Administración estadounidense ni a sus decisiones políticas.

En última instancia, la batalla por la conciencia es una batalla decisiva. La estrategia estadounidense de control de las plataformas mediáticas es un intento de secuestrar el futuro mediante el control del presente. La liberación de esta hegemonía no comienza con un satélite ni con una nueva plataforma, sino, primero, con un momento de conciencia: cuando el individuo mira detrás de la pantalla y pregunta: ¿quién mueve los hilos? Solo entonces comienza el derrumbe de las ilusiones y la derrota de la máquina.

Referencias

1. Jalil Sabri, *Los medios de comunicación y la política: introducción a la teoría de la agenda-setting*. El Cairo.
2. Imad Makkawi, *Teorías de la comunicación*. El Cairo.
3. Abdel Rahim Osama, *Imperialismo cultural y globalización*. Beirut.
4. Akram al-Nabulsi, *La hegemonía mediática estadounidense: de CNN a Al Jazeera*. Damasco.
5. Dalia Ibrahim, *El periodismo integrado: la relación ambigua entre el ejército y los medios en las guerras estadounidenses*. Beirut.
6. Mamduh Abdel Sadiq, *Guerras de quinta generación: medios digitales y guerras psicológicas*. El Cairo.
7. Hassan Ziyadi, *Las plataformas digitales y el monopolio del conocimiento: Facebook y Google como modelo*. Túnez.
8. Ahmad Hiyazi, *Análisis del discurso en las redes sociales: de la desinformación a la fabricación de la realidad*.
9. Muhammad al-Muhtadi, *Irán en el punto de mira de la propaganda: análisis mediático de la guerra psicológica estadounidense*. Teherán.
10. Ghassan al-Atiya, *El enemigo útil: Irán en los medios occidentales*. Londres.
11. Jalil Zayn al-Din, *Los medios internacionales y la crisis iraní*. Beirut.
12. Tariq Jalaf, *La fabricación del caos: redes de desinformación mediática contra Irán*. Bagdad.