

EN PRIMER PLANO

Los orígenes de Hizbulá



Ignació de la Torre
Doctoren Historia (*)

El 28 de abril de 1992, Sinan, líder de la secta chií de los asesinos de Siria, más conocido como el "viejo de la montaña", escuchaba satisfecho desde su refugio montañoso entre Siria y Líbano cómo dos miembros de su secta habían eliminado a Conrado de Montferrato, admirado líder de los cruzados. La secta de los asesinos había sido la primera red terrorista de la historia, y la primera también en utilizar suicidas para lograr sus objetivos; Conrado había sido su primera víctima occidental. Más de ochocientos años después, Hasan Nasrallah, líder del movimiento chií Hizbulá, gritaba a sus seguidores desde el valle del Bekaa, el refugio montañoso entre Líbano y Siria donde cuenta con más partidarios: "Nuestro lema, que no tenemos repetir año a año es: muerte a América", a lo que una multitud ensalzada respondió: "Muerte a América". Hizbulá había revolucionado el panorama geopolítico del Oriente Medio desde que empleó suicidas para cometer atentados, algo que hasta entonces no se había producido en el Islam moderno. Ahora bien, ¿cómo y cuándo se había formado Hizbulá, el Partido de Dios?

Por dejar pasar a estas tropas iraníes, para buscar eliminar la influencia occidental en Líbano y así hacer de este país su protectorado. Mil pasaron llegaron al valle del Bekaa en 1982, comenzando a gestar una milicia que pronto confluiría con el grupo formado en torno a Husein Fadallah quien había declarado el yihad contra la presencia occidental en el Líbano. Mientras, el movimiento político mayoritario chií en Líbano, Amal, estaba sufriendo una escisión de su facción más extrema, que estimaba que Amal no estaba oponiendo lo suficiente a Israel. Esta facción se integró a los pasmaran iraníes y al grupo de Fadallah. Estaba naciendo Hizbulá.

En abril de 1983 un suicida estrelló su vehículo cargado de bombas contra la Embajada de EEUU en Beirut (61 muertos), y el 23 de octubre de ese mismo año otros dos suicidas embistieron con sus vehículos mortíferos contra barracones de los marines (241 muertos) y de los paracaidistas franceses (58 muertos). Los supervivientes afirman que los conductores de los vehículos iban sonriendo antes de morir. En unos pocos



Efe

Pensemos en 1982, con los tanques israelíes en los suburbios de Beirut. La invasión israelí había hecho confluír a muy diversos elementos interesados en la expulsión del ejército hebreo y la de las "fuerzas de paz" occidentales que eran percibidas como amigas de la población cristiana maronita libanesa, y por tanto opuestas al Islam. Husein Fadallah, teólogo iraquí de la ciudad de Nayaf, es considerado el mentor espiritual de Hizbulá, apoyado por más de cien estudiantes libaneses de teología islámica expulsados del Irak de Sadam Husein a finales de los 70. Junto a este grupo habían ido llegando desde antes de la caída del Sha de Persia militantes revolucionarios muy cercanos a Jomeini, uno de los cuales habría de convertirse en embajador de Irán en Damasco, y primer coordinador de Hizbulá. Jomeini había intentado enviar guardianes de la revolución (pasarán) a Líbano en 1981, pero Siria había bloqueado su paso. Sin embargo, con la invasión israelí y la llegada de efectivos estadounidenses y franceses, Siria, derrotada militarmente, decidió que era me-

seses las tropas francesas y norteamericanas fueron retiradas. El 16 de febrero de 1985 Hizbulá anuncia su "manifiesto" en el que se presenta en sociedad con dos objetivos: la implantación de un estado islámico chií y la destrucción del estado "sionista". Aunque se ha visto en este año de 1985 el nacimiento de Hizbulá, lo cierto es que los diferentes grupos que confluyeron en 1982 bajo la égida del embajador iraní en Damasco ya habían creado Hizbulá. Tras la retirada occidental, el ejército israelí se replegó a una zona de seguridad al sur de Líbano, zona que acabaría abandonando en 2000 por la presión de Hizbulá, vencedor absoluto.

La secta de los asesinos fue aniquilada en 1261, tras intentar asesinar al Jan del imperio más poderoso del mundo: el mongol. El primer grupo terrorista de la historia había fracasado rotundamente, derrotado por las armas y por la opinión. Quizás hoy correspondía a ésta última la permanencia definitiva de la paz que ahora se vislumbra.

(*) Autor de *Islamismo: el radicalismo desvelado*, Ed.Lid.

VISION PERSONAL

Regular la protección de los niños



Julio Pomés
Director del 'think tank' Institución Futuro

Parece propio de la época estival tratar la gestión del ocio infantil y juvenil como oportunidad educativa para forjar valores y virtudes en la personalidad del niño. Este aprovechamiento es especialmente conveniente si tenemos en cuenta el pésimo resultado obtenido por España en el último estudio de la OCDE sobre la enseñanza secundaria. Sólo son peores que nosotros Portugal y Malta. Si el futuro de un país es la consecuencia de su calidad de Educación, nuestro porvenir apunta a ser lamentable. Probablemente, la razón de ese deterioro es la escasa valoración del esfuerzo individual, situación que perjudica la optimización de las potencialidades intelectuales.

La formación académica y humana resulta peor si, tras un deficiente sistema escolar, el niño utiliza mal su tiempo libre. Hoy, con frecuencia, al niño se le 'aparcá' en la televisión, en el ordenador (Internet) o en el videojuego para que nos deje trabajar. Aunque se observa que el chico suele preferir jugar con sus amigos a los pasatiempos electrónicos, al no tener factible esta opción, para aburrirse menos acaba 'enganchándose' a esos artefactos. Los padres que no pueden atender el tiempo libre de sus hijos, antes de darles 'barra libre' en el contenido de su ocio, deberían buscar la colaboración de algún club juvenil regido por alguna institución sensata.

Para valorar los riesgos del ocio digital infantil utilizaré un riguroso estudio de los profesores Xavier Bringué y Fernando García. El informe revela que si los niños tuvieran que elegir entre TV e Internet, un 32% optaría por la tele y un 38% por navegar en la Red. Igualmente, un 47% prefiere los videojuegos, frente al 34% que elige la televisión. También destaca el estudio que el 61% de los niños afirma estar solo cuando se pone a navegar por Internet y un 35% de los padres no instruye ni controla a sus hijos de ninguna forma. Es triste que el desconocimiento de las familias llegue a que San Andreas, uno de los videojuegos más violentos, haya sido uno de los más vendidos. Los padres no saben que si un niño ve violencia constantemente se acostumbra y

propicia este comportamiento (en las etapas tempranas del desarrollo cognitivo el niño no distingue del todo entre realidad y ficción). Lo mismo ocurre con la trivialización del sexo de algunos videojuegos, que favorece la promiscuidad y perjudica el fortalecimiento de la voluntad.

Ocio Digital

Hace unos meses en Inglaterra dos adolescentes se suicidaron tras ser persuadidos por Internet. Hay casos de chicos que, a través de chats, contactan con adultos desconocidos y se reúnen con ellos sin que lo sepan sus padres. Es inconcebible que, así como hay leyes que impiden el acceso de niños y adolescentes al alcohol o el tabaco, nuestros legisladores no hagan leyes que regulen actividades que pueden provocar conductas violentas o antisociales. No es suficiente que los videojuegos incluyan la recomendación de la edad en las cajas, pues esta ley no es vinculante para las tiendas; es imprescindible impedir que las tiendas vendan juegos de adultos a menores. Respecto a Internet, convendría que los ordenadores que vayan a ser utilizados por niños tuvieran instalado un filtro que les proteja de los peligros de la red.

El ocio digital puede ejercer también muchos efectos beneficiosos y sería un error que, en lugar de controlar su uso, se proscribiera totalmente de los hogares. Lo capital es que los padres conozcan qué ven sus hijos en la TV, para qué usan Internet o el teléfono móvil, y qué videojuegos utilizan. Una buena norma es que estos aparatos estén en los lugares comunes de la casa, como la sala de estar, para que los padres, a la vez que hacen otra actividad, controlen en qué invierten sus hijos el tiempo. Hay videojuegos como Aitoo, Buzz, Nintendogs o FIFA 2006 que apuestan por el fenómeno del videojuego social es decir, en equipo, lo que permite participar a toda la familia. La educación que le dé a su hijo constituirá su mejor patrimonio. Lo importante no es sólo la buena elección del centro educativo, sino, sobre todo, la calidad de la atención que dedica a sus niños.

EXPANSIÓN no se responsabiliza de las opiniones vertidas en esta sección.

Expansión

R

Depósito Legal M-15572-1986
ISSN 1576-3323

expansion@recelotes.es

DIRECTOR Jesús Martínez de Rioja Vázquez

DIRECTOR DE REDACCIÓN Inaki Garay

SUBDIRECTORES Manuel del Pozo y Martí Saballs

REDACTORES JEFES Mayte A. Ayuso, Pilar Cambra, Roberto Casado, Carlos Cuesta, Juan José Garrido, Augusto González-Besada, Francisco Oleo, José Orihuel (Cataluña) y Pilar Trucíos

Empresas Clara Ruiz de Gauna y Marta Fernández **Finanzas/Mercados** Laura García y Gonzalo Fernández **Economía** Estela S. Mazo **Entorno** Tino Fernández **Opinión** Consuelo Calle

Especiales María José Gómez-Serranillos **Corresponsal político** Manuel Manchón

Expansion.com Cristina Zolío **Infografía** José Juan Gómez **Fotografía** Rafael Martín

Andalucía Simón Orribla **Cataluña** Gemma Martínez **Comunidad Valenciana** Julia Brines

Galicia Abeta Chas **Comunidad Europea** Ramón Rodríguez Lavín **Nueva York** Juan Llobell

Londres Miquel Roig

MADRID 28046, Paseo de la Castellana, 66. Tel. 91 337 32 20. Télex: 41889. Fax: Empresas 91 337 32 45, Finanzas 91 337 32 04. Economía 91 321 69 55. Fin de Semana/Expansión y Empleo/Especiales 91 337 32 66.

BARCELONA 08017, Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4. planta. Tel. 93 227 67 00. Telefax: 93 227 67 61.

BILBAO 48001, Gran Vía, 8, 3.ª dcha. Tel. 94 435 65 20. Telefax: 94 435 65 25.

VALENCIA 46004, Pasaje Doctor Serra, 1, 2.ª pta. 5. Tel. 96 351 77 76. Fax: 96 351 81 01

SEVILLA 41011, República Argentina, 25, 3.ª planta. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 75 01.

VIGO 36202, López de Velasco, 3, 3.ª Oficina 303. Tel. 986 22 79 33. Telefax: 986 43 81 99.

BRUSELAS Bd. Charlemagne, 46, 1000 Bruselas. Tel. 32(2) 231 1932. Fax: 32(2) 230 9503.

NEUVA YORK 1330, Avenue of the Americas, 8.ª New York, NY 10019. Tel. (1212) 641 65 96. Fax: (212) 641 65 97.

LONDRES Financial Times Number One Southwark Bridge, London SE1 9HL. Tel. 44 20 78733369. Fax: 44 20 78733731.

Publicidad NOVOMEDIA, S.A.

PRESIDENTE José Manuel Rodrigo

DIRECTOR ÁREA ECONOMÍA Pablo Semper

JEFE DE PUBLICIDAD Jaime Sánchez

COORDINACIÓN Antonio Solanas

Tel. 91 337 37 90. Fax: 91 337 37 84

MADRID Paseo de la Castellana, 66, 28046 Madrid

Tel. 91 337 32 58-91 337 09 32. Fax: 91 337 37 84

BARCELONA Jefe de Publicidad: Alicia Montesaguado

Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4. planta. 08017 Barcelona.

Tel. 93 227 67 11. Fax: 93 227 67 62

BILBAO Juan Luis González Andujar Gran Vía, 8, 3.ª dcha.

48001 Bilbao. Tel. 94 435 65 20. Fax: 94 435 65 25.

VALENCIA José Vicente Sánchez Basto/Paseo Dr. Serra, 1, 2.ª pta. 5. 46004 Valencia. Tel. 96 351 77 76. Fax: 96 351 81 01.

ANDALUCÍA Miguel Dávila Avda. República Argentina, 25, 9.ª B. 41011 Sevilla. Tel. 95 499 14 40. Fax: 95 427 25 01.

A CORUÑA Miguel Vizu C/ Juana de Vega, n.º 10 bis -5.ª planta.

15003 A Coruña. Tel. 981 20 85 37. Fax: 981 22 84 59.

VIGO Manuel Carrera C/ López de Velasco, 3, pl. 3.ª ofc. 303.

36202 Vigo. Tel. 986 22 91 28. Fax: 986 43 81 99.

ZARAGOZA Álvaro Cardemil Avda. Pablo Gargallo, 100.

50006 Zaragoza. Tel. 976 40 50 53

COMERCIAL

SUSCRIPCIONES Paseo de la Castellana, 66.

28046 Madrid. Tel. 902 37 33 37. Fax: 91 337 37 71

EJEMPLARES ATRASADOS CDA. Tel. 902 50 54 86.

Fax: 91 208 93 31.

CIRCULACIÓN

MADRID Paseo de la Castellana, 66.

Tel. 91 337 38 76-91 337 37 89. Fax: 91 337 37 91.

SEVILLA Polígono Industrial La Palmera. Parcela 3.

Carretera Madrid-Cádiz, km. 550. 41700 Dos Hermanas (Sevilla)

BARCELONA Avda. Diagonal, 640. Edif. 3-4. planta.

Tel. 93 227 67 11. Fax: 93 227 67 62

IMPRIME

RECOPIRINT IMPRESIÓN, S.L.

Tel. 91 692 73 20. Fax: 91 692 13 74

DIFUSIÓN CONTROLADA POR

