

Información de catástrofes y comunicación de crisis: Un análisis de prensa del 11 al 15 de marzo de 2004

JUAN DE DIOS RUANO GÓMEZ
Universidad de A Coruña

Desde hace unos años venimos trabajando empíricamente en la caracterización y contrastación de dos situaciones de alta inestabilidad sociopolítica como son las crisis y las catástrofes. En este sentido, el objeto de esta conferencia es poner de manifiesto esta misma distinción conceptual en el ámbito de los medios de comunicación social escritos. Con este propósito mostraremos un análisis estructural de las portadas de significativos medios de comunicación españoles en torno a la catástrofe terrorista provocada por los atentados del 11 de marzo de 2004 y la subsiguiente crisis político-electoral derivada y resuelta en las elecciones generales celebradas el 14 de marzo de 2004. Como veremos, esta diferencia conceptual entre crisis y catástrofe tiene igualmente su reflejo tanto en la confección de los titulares de prensa como en el tipo de tratamiento que, sobre el acontecimiento y sus consecuencias, realizan en sus noticias estos medios de comunicación social.

Así, tendremos ocasión de plantear la asociación entre información y catástrofe -por una parte- y entre comunicación y crisis -por otra parte- como parejas conceptuales características de sendas situaciones de incertidumbre e inestabilidad. Para ello expondremos el perfil distintivo de la *información* de catástrofes (subrayando el carácter étic y digital de los titulares que se refieren a esta clase de hechos) frente al perfil propio de la *comunicación* de crisis (con titulares de prensa de carácter más émic y analógico), comprobando -en este sentido- su articulación narrativa a través de significativos titulares contenidos en las portadas de la prensa analizada (ABC, Avui, El Mundo, El País, El

Periódico de Catalunya, La Razón, La Vanguardia y La Voz de Galicia). El período temporal analizado pondrá igualmente de manifiesto un desarrollo de los acontecimientos en términos secuenciables conceptualmente en forma de catástrofe terrorista seguida de una crisis política que cristaliza finalmente en una catástrofe electoral. Todo lo cual será considerado a la luz de los dos estilos, el informativo y el comunicativo, puestos en evidencia como distintivos de esta clase de situaciones de alta inestabilidad sociopolítica como son las crisis y las catástrofes.

Esta secuencia concreta catástrofe- crisis hemos tenido ocasión de desarrollarla, en términos genéricos y de un modo más teórico, en otro lugar (Ruano, 1996) y es que *crisis* y *catástrofes* constituyen situaciones de alta inestabilidad sociopolítica susceptibles de generar procesos de auto-organización. Unos procesos de auto-organización consistentes en la aparición de comportamientos colectivos coherentes como consecuencia de la acción de perturbaciones aleatorias sobre un sistema social o político. Estos procesos de auto-organización han supuesto en todos los casos estudiados el pasaje de un comportamiento local a un comportamiento global. Es decir, han significado la amplificación y estabilización de un comportamiento novedoso de carácter local y transitorio que deviene global y permanente en relación con el sistema afectado por la perturbación. Todo ello como consecuencia de la sensibilidad que, en una situación de alta inestabilidad, manifiestan todos los sistemas complejos analizados –sean éstos físicos, biológicos o sociales.

En concreto, en el período histórico analizado, podemos decir que hemos encontrado esta clase de comportamiento inicialmente local y transitorio en la protesta realizada delante de la sede nacional del Partido Popular en Madrid. Comportamiento colectivo que rápidamente se difundió y repitió en otras ciudades españolas, llegando a permanecer activo en Madrid durante toda la madrugada del domingo, pese a que la protesta se iniciara en la tarde del sábado 13 de marzo. Esta protesta colectiva quedó ampliamente reflejada en las portadas de los diarios del domingo 14 de marzo con titulares o subtítulos como los que siguen: “Miles de ciudadanos exigen en la calle que se les diga la verdad antes de ir a votar” (El País); “Rajoy denuncia actos de coacción organizados contra las sedes del PP” (El Mundo); “Jornada de tensió: concentracions a les seus del PP a Barcelona, Madrid i altres ciutats per exigir ‘la veritat’” (Avui); “La jornada de reflexión tuvo mucha tensión política y caceroladas masivas” (El Periódico de Catalunya); “Rajoy denuncia la campaña dirigida contra sedes del PP en plena jornada de reflexión y exige que se pueda votar hoy sin coacciones” (La Razón); “La Junta Electoral Central califica de ‘ilegales’ las protestas y traslada a la Fiscalía la denuncia de Rajoy” (ABC).

De tal manera que hoy día sabemos –como también saben los grupos políticos– que resulta ser en los puntos críticos, es decir, en aquellos momentos históricos en los que el sistema alcanza una alta inestabilidad (en nuestro caso

genérico en las situaciones de crisis o de catástrofe) donde las perturbaciones pueden conducir al sistema afectado a un nuevo régimen de funcionamiento o a una nueva estructuración de sus componentes. Esta situación definible como de *coyuntura fluida* puede hacer cambiar bien el comportamiento bien la articulación habitual o esperable del sistema estudiado por otra novedosa articulación de su estructura o de su comportamiento sociopolítico. La investigación de esos puntos de inflexión o estados de alta inestabilidad ha puesto de manifiesto entre los científicos sociales las insuficiencias de nuestro instrumental metodológico y analítico más clásico.

En este sentido, nuestro propósito es realizar una cierta aportación analítico-conceptual así como comprobar su eficacia explicativa y comprensiva para el caso específico del tratamiento periodístico de los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid y la situación sociopolítica sobrevenida posteriormente. Para ello, tal y como hemos tenido ocasión de avanzar, desarrollaremos la hipótesis de la existencia de una “información” de catástrofes y de una “comunicación” de crisis como estilos periodísticos propios de esta clase de situaciones sociopolíticamente inestables. Unos estilos mediáticos, en definitiva, con unas características específicas y más apropiadas en cuanto a su aplicación y uso en sendas situaciones de crisis o de catástrofe.

A este respecto, podemos encontrar la base teórica de dicha distinción mediática (comunicación/información) en el tipo de incertidumbre que genera cada una de estas situaciones de inestabilidad y, lógicamente también, en la clase de tratamiento periodístico diferenciado que los medios de comunicación escritos otorgan al respecto (nos limitamos a medios escritos por cuanto que -en estos momentos- son nuestro objeto concreto de análisis). En efecto, tal y como hemos tenido ocasión de mostrar (Ruano, 1996), el tipo de incertidumbre que caracteriza a la catástrofe se resume en la pregunta *¿qué ha pasado?* Una pregunta que desea recabar información acerca de un suceso ya ocurrido con el objeto de fijar las condiciones del nuevo tiempo presente que se deriva de esa situación extraordinaria. Esa situación catastrófica se presenta sociológicamente como *un punto de partida* definido por referencias que se pretenden memorables y cuya importancia -en su tratamiento mediático- suele destacársele a la audiencia. Así, en el período analizado, encontramos incluso alusiones explícitas a esta significativa referencia temporal catastrófica: “La mayor matanza terrorista de la historia de España...” (La Voz de Galicia, 12-3-2004); “...la segona pitjor acció terrorista de la història d’Europa” (Avui, 12-3-2004).

Por el contrario, el tipo de incertidumbre que caracteriza a la crisis se vería reflejado en la pregunta *¿qué va a pasar?* Es decir, una incertidumbre que situaría su demanda cognitiva en descubrir el futuro inmediato que se deriva de la situación en curso, esto es, que trataría de despejar cuál pudiera ser *el punto de llegada* del proceso que se abre con la crisis tratada. “España vota bajo el

síndrome del peor atentado de su historia” (El País, 14-3-2004), es decir, se plantea con este titular la incertidumbre de un comportamiento electoral asociado a unas circunstancias que le afectan de modo extraordinario. De aquí que la comunicación de los *sujetos* intervinientes en la crisis se sobreponga en importancia a la información sobre los elementos afectados (*objetos*) más propia de la información de catástrofes. Así los intervinientes de la crisis ocupan un papel de sujetos protagonistas de la actualidad en los titulares de las portadas en la jornada electoral del domingo 14 de marzo: “El Gobierno y el PP acusan al PSOE de alentar el acoso a sus sedes en toda España” (ABC); “Cruce de acusaciones en la jornada de reflexión: Rajoy critica a los grupos de manifestantes que se concentran ante sus sedes; El PSOE acusa a Aznar de ocultar datos y PSC, ERC e IC piden el cese de Acebes” (La Vanguardia). Esto es, las relaciones entre los sujetos intervinientes (Gobierno, PP, PSOE, grupos de manifestantes, Aznar, PSC, ERC, IC, etc.) expresadas en sus declaraciones y actuaciones revelan la prioridad mediática del contexto de crisis del domingo 14 de marzo frente a la información sobre los elementos afectados (víctimas, heridos, número de trenes, etc.) propios de las noticias de un contexto de catástrofe como fueron los titulares de las portadas del viernes 12 de marzo, como veremos más adelante. En definitiva, es como si los medios interpretasen que para la audiencia lo que sería pertinente averiguar en cada una de estas circunstancias es principalmente, y en cada caso, el *¿de dónde venimos?* –punto de partida catastrófico- y el *¿a dónde vamos?* –punto de llegada crítico.

Para despejar ambas incertidumbres entendemos que los medios de comunicación utilizan modelos periodísticos que nosotros identificamos como más propiamente informativos o como más propiamente comunicativos, según se traten de situaciones de catástrofe o de situaciones de crisis, respectivamente. En estos modelos periodísticos resaltan algunas parejas analítico-conceptuales estructuradoras de los mensajes que se elaboran de acuerdo con dichos estilos, tales como las dimensiones digital/analógica, la étic/émic, la explicativa/comprendida, la vertical/horizontal que se corresponderían, como decimos, con las situaciones de catástrofe y crisis, respectivamente. En concreto y por lo que respecta a la dimensión analógica/digital señalaremos que, en el origen del uso conceptual de ambos términos, se encuentran las teorías de la llamada Escuela de Palo Alto (California) para cuyos miembros “toda comunicación es analíticamente descomponible en dos dimensiones, la *analógica* y la *digital*, siendo la analógica la encargada de transmitir información acerca de las *relaciones sociales* contraídas por los intercomunicadores y siendo la digital la encargada de transmitir información acerca de los *objetos de referencia* externos a dichas relaciones” (Gil Calvo, p. 137).

En este sentido, no es de extrañar que Gil Calvo señale la relación existente entre esta bidimensionalidad analógico-digital de los mensajes y dos tareas a las que debe hacer frente toda comunidad. De un lado la supervivencia

del orden interno de la comunidad –a la que se haría frente mediante el empleo de la comunicación analógica- y de otro lado la adaptación a las restricciones impuestas por el entorno –a la que se haría frente mediante la comunicación digital. Entre otras contraposiciones clave, ilustrativas de la dimensión analógico-digital, Gil Calvo señala la diferencia entre la eficacia social –de carácter analógica (a)- y la eficacia económica –de carácter digital (d)- o bien entre el liderazgo expresivo (a) y el liderazgo instrumental (d); el grupo de pertenencia (a) y el grupo de referencia (d); la organización informal (a) y la organización formal (d). En definitiva, diríamos nosotros, entre la comunicación carismática necesaria en una situación de crisis (analógica) y la información racional precisa en una situación de catástrofe (digital).

A este respecto, diremos que lo digital tiene más que ver con la información –con los elementales objetos de referencia de los mensajes- mientras que lo analógico tiene más que ver con la comunicación –esto es, con las comunes relaciones que se producen entre los sujetos interlocutores. Es decir, lo que nosotros sostenemos es que existe una amplificación del componente relacional-estructural de la comunicación en el caso de las situaciones de crisis (con una clara *horizontalidad* y equivalencia en el tratamiento mediático de las declaraciones de los protagonistas de la crisis) frente a lo que consideraremos como un carácter más propiamente objetual-elemental de la información en el caso de las situaciones de catástrofe (con una clara *verticalidad* y diferenciación entre las declaraciones oficiales y las oficiosas). Así, en relación con los titulares de las portadas de los diarios publicados el 12 de marzo de 2004, es decir, aquellos que dan cuenta de la catástrofe terrorista sucedida el jueves 11 de marzo, la información digital se amplifica y subraya con titulares como los siguientes: “11-M” (La Razón); “11-M, 192 muertos, 1430 heridos” (El Periódico de Catalunya) o bien “11-M en Madrid” (La Vanguardia). Como puede observarse la digitalización del suceso es proverbial, de hecho, cuando no se realiza en grandes titulares como los anteriormente citados se hace en los subtítulos, donde las referencias numéricas son igualmente características: “Casi 200 muertos y más de 1400 heridos en el cuádruple atentado contra los viajeros de trenes de cercanías” (El Mundo) o “Infierno terrorista en Madrid: 192 muertos y 1.400 heridos” (El País).

Por lo demás, junto al carácter analógico/digital de la comunicación/información de las crisis y las catástrofes, respectivamente, nos encontramos con otras características igualmente atribuibles a la información de catástrofes y a la comunicación de crisis cuya presencia ilustraremos seguidamente con los titulares de las noticias de las portadas de los periódicos objeto de nuestro análisis. Nos referimos, entre otras señas de identidad, a la ligazón existente entre un carácter más *explicativo* en el relato de las noticias catastróficas frente a lo que podríamos considerar como un carácter más *comprensivo* en el tratamiento de las noticias de las situaciones críticas. Así, una

fotografía que ocupa toda la portada de La Voz de Galicia del sábado 13 de marzo se explica someramente con las siguientes palabras a modo de gran subtítulo: “Todos íbamos en ese tren”. Aludiendo ejemplarmente con ello a la expresión popular de que una imagen vale más que mil palabras.

“Todos contra el terror” es el titular de La Vanguardia del sábado 13 de marzo sobre una fotografía de cientos de miles de manifestantes; del mismo modo y estilo que ABC, quien titula “España contra el terror” sobre una fotografía con cientos de miles de manifestantes. La razón última de esta consideración estriba -a nuestro juicio- en la pertenencia de las situaciones catastróficas al campo semántico del *peligro* frente a la pertenencia de las situaciones críticas al campo semántico del *riesgo*. En este sentido, podemos afirmar que son periodísticamente más fáciles de “explicar” las situaciones de catástrofe, por su palmaria evidencia y ligazón con el peligro, así como –consecuentemente- las respuestas que se puedan dar a esta clase de peligrosas situaciones, como fue el caso concreto de las masivas manifestaciones del viernes 12 de marzo contra los atentados. De esa respuesta multitudinaria se da cuenta fundamentalmente con una gran fotografía de manifestantes en las portadas de los periódicos del sábado 13 y una explicación textual casi autorreferente con la imagen: “No al terrorismo” (La Razón); “Millones de españoles se movilizan contra el terrorismo” (El Mundo); “Millóns contra la barbarie” (Avui); “España se echa a la calle” (El País); “Repulsa histórica” (El Periódico de Catalunya).

Por el contrario las noticias sobre situaciones críticas, dado su carácter socialmente controvertido y su ligazón con el campo semántico del riesgo, requieren dar a conocer a los lectores un mismo horizonte ideológico para poder ser “comprendidas” en su perfil de exponente de una situación crítica. Es preciso ofrecer “pistas” para que la situación controvertida o el punto de llegada crítico puedan ser cabalmente interpretados por el lector. En este sentido, los diarios catalanes analizados constituyen el mejor exponente de esta hipótesis con titulares en sus portadas como los siguientes: “Las pruebas apuntan a Al Qaeda pero el Gobierno insiste en ETA” para subtítular en forma de triple exhortación: “La organización terrorista vasca niega ser la autora de los atentados”; “La policía declara la alerta máxima y refuerza la seguridad de los locales árabes” y “Los servicios secretos israelíes ven la huella del terrorismo islamista”. Todo ello en la misma portada del diario La Vanguardia del sábado 13 de marzo. O bien, en el caso del domingo 14 de marzo, El Periódico de Catalunya titula por su parte de un modo más telegráfico y movilizador si cabe: “Al Qaeda, confirmado: Votar es la solución”.

Esto nos lleva a contemplar de manera genérica una mayor adecuación de los llamados enfoques *Émic* al estudio de las crisis y, de manera complementaria e inversa, considerar una mejor adecuación genérica de los enfoques *Étic* a las situaciones de catástrofe. En efecto, este fenómeno por el

cual las situaciones de crisis son comprendidas mejor por los de “dentro” y las catástrofes son mejor explicadas por los de “fuera” hemos tenido ocasión de ponerla de manifiesto al observar que se reproduce incluso en relación con la preferencia de las audiencias hacia los medios de comunicación cercanos o lejanos al propio universo simbólico de los afectados, según la situación de que se trate sea una crisis o bien una catástrofe.

Así, como resultado de nuestro trabajo empírico en relación con el caso de los vertidos del petrolero Prestige hemos incluso acuñado el término de *xenofilia informativa* para denominar a este último fenómeno que consiste en la atribución de una mayor credibilidad a la información que ofrecen los medios de comunicación más alejados de la cotidiana y habitual preferencia mediática de los afectados que aquellos otros medios a los que atienden y eligen de modo habitual. Es decir, en una situación de catástrofe se prefiere seleccionar y atribuir una mayor credibilidad a la información proveniente de los medios de comunicación más alejados de la realidad diaria de los afectados. Mientras que, inversamente, en una situación de crisis se valora mejor la opinión publicada por parte de aquellos medios de comunicación más cercanos a la realidad cotidiana de la audiencia –en este caso, afectada- (Ruano, 2006).

Para exponer esta idea nos remontaremos al origen de la diferencia de los enfoques étic y émic. En efecto, digamos que en el origen conceptual de esta distinción émic/étic se encuentra la diferente manera de enfocar el estudio de los sonidos por parte de la *Fonémica* y de la *Fonética*. La fonética tiene en cuenta todos los rasgos de los sonidos mientras que la fonémica sólo los rasgos pertinentes, de cara a su diferenciación dentro de una lengua determinada. Generalizando ambas disciplinas lingüísticas diremos que el enfoque émic se caracteriza frente al enfoque étic por los siguientes rasgos: es específico e intracultural (el étic es genérico e intercultural); el enfoque émic constituye un punto de vista interior (el étic exterior); es relativo (el étic absoluto); es integrador (el étic fragmentario); es finalista –proporciona un punto de llegada- (el étic es inicial –proporciona un punto de partida); el enfoque émic se basa en el descubrimiento (el étic en la predicción).

Todos estos rasgos trazarían *grosso modo* una aproximación distintiva para el estudio del tratamiento mediático de las crisis y las catástrofes que hoy día estamos tratando de contrastar empíricamente a través del estudio de los sucesos del 11-M. El carácter émic de las crisis frente al carácter étic de las catástrofes se vería refrendado por multitud de observaciones que venimos realizando desde hace más de una década. Así, las catástrofes inauguran un antes y un después en las comunidades que resultan afectadas (proporcionan un punto de partida, como el enfoque étic), mientras que las crisis abren procesos sobre los que no se tiene certeza acerca de cuál vaya a ser su resultado, proporcionan –en definitiva- un punto de llegada. Y todo ello queda igualmente

expresado, como veremos, a través del propio diseño de los titulares de las primeras páginas de los diarios objeto del análisis.

Así, el carácter émic propio de las situaciones de crisis podemos observar que se ve reflejado en cuanto a su carácter específico e intracultural en una de las noticias que conforman la portada del domingo 14 de marzo del diario *El Periódico de Catalunya* cuando señala que: “En Catalunya, la consulta se ha convertido en una segunda vuelta de las autonómicas de noviembre”. O bien, en el caso del diario *El Mundo* del mismo domingo: “Un policía mata en Pamplona a un panadero que no quería colocar un cartel anti ETA”. Por su parte, *Avui* señala igualmente que: “Un policia mata a trets un forner de Pamplona perquè no volia posar un crespó negre pels atemptats”. O, más específicamente, uno de los titulares de *La Vanguardia* del domingo que cita el hecho de que “Sant Feliu entierra a un militar que viajaba en un tren”. Es decir, aparecen referencias concretas que desmultiplican lo absoluto del hecho catastrófico para ocuparse de aquellos aspectos más específicos y críticos para la audiencia de dichos diarios o que aluden y realzan el estilo y línea de preocupación de estos diarios ante sus propios lectores. De otro lado, y por contra al enfoque émic, el carácter étic de la información de catástrofes puede observarse en sus rasgos genéricos e interculturales incluso en los titulares calificativos de la catástrofe terrorista. De esta manera podemos constatar al día siguiente del atentado, es decir el viernes 12 de marzo, portadas donde el gran titular lo constituyen términos y tratamientos interculturalmente coincidentes en medios de muy dispar línea editorial: “Infamia” (*La Voz de Galicia*); “El día de la infamia” (*El Mundo*) o “Barbàrie” (*Avui*).

De igual modo, el carácter émic –en su rasgo de punto de vista interior– podemos encontrarlo reflejado en la fotografía de un niño frente al féretro de su padre. Fotografía que aparece en las portadas del domingo de los diarios *La Voz de Galicia* (“Escenas desgarradoras en la despedida de las víctimas”), *La Vanguardia* (“Lágrimas por su padre”), *ABC* (“Familiares de una de las víctimas”). O también podemos encontrar este rasgo interior característico del enfoque émic cuando se anuncia en la portada del sábado 13 de marzo un seguimiento más personalizado y singular de las víctimas y sus familiares: “Vidas rotas: homenaje a las víctimas del 11-M” (*El País*); “Aulas huérfanas en un colegio público del barrio de Santa Eugenia” (*El Mundo*) o más aún en el titular “La víctima 199, Patricia tenía 7 meses; su madre polaca está en la UCI y su padre desaparecido” (*El Mundo*). Por el contrario, el carácter étic en su rasgo de punto de vista exterior se observa en los siguientes titulares del domingo 14 de marzo: “Un autodenominado portavoz del grupo terrorista islámico reivindica en un vídeo el atentado” (*El País*); “Un vídeo sin verificar atribuye a Al Qaida la masacre” (*ABC*); “Un portavoz militar de Al Qaeda en Europa reivindica el atentado en un vídeo dejado cerca de la mezquita de Madrid” (*El Mundo*); “En un vídeo localizado por la Policía en Madrid, un supuesto

portavoz de Al Qaida en Europa asume la autoría de los atentados” (La Razón); “El gobierno recibe un vídeo de Al Qaida en el que reivindica los atentados” (La Voz de Galicia).

En definitiva, encontramos rasgos étic, digitales, explicativos, de carácter vertical, asociados a sucesos catastróficos y a peligros, dentro de lo que podríamos reunir bajo el concepto de *información de catástrofes*. Por el contrario, encontramos características émic, analógicas, comprensivas, horizontales, asociadas a procesos críticos y a riesgos, dentro de lo que podríamos denominar como *comunicación de crisis*. Bien es cierto que en el período analizado hemos observado -en un mismo día- titulares de noticias de portada que responden en unos casos a un esquema catastrófico y en otros casos a un esquema crítico. Pero no hay que olvidar que, en un espacio muy corto de tiempo -cuatro días de marzo-, se ha producido una secuencia iniciada por una catástrofe terrorista, seguida de una crisis política que cristaliza en una catástrofe electoral; todo ello en un período sustancial de latente (de manera explícita) pero patente (de manera implícita) campaña electoral. Una campaña electoral que, al fin y al cabo, no es más que una ritualizada y periódica crisis política, institucionalizada en los regímenes democráticos.

Para terminar diremos que éstos serían pues, muy sintéticamente, algunos de los resultados que estamos obteniendo del análisis de las noticias de los medios de comunicación españoles con ocasión de la catástrofe terrorista del 11-M y su posterior crisis político-electoral resuelta el 14-M. Someramente, a los efectos de ilustrar el modelo de análisis desarrollado, se ofrece un cuadro referido únicamente a las portadas del diario El País de los días 11 a 15 de marzo de 2004, en el que puede observarse que la información de catástrofes se caracterizaría en este esquema por primar objetos de referencia *digitales* (número de muertos, cantidad de heridos, número de explosiones, etc.). Mientras que, por el contrario, en la comunicación de crisis primarían los titulares de noticias que revelan la relación que se produce entre interlocutores de carácter *análogo* (declaraciones de Aznar, de Acebes, de Otegui, de ETA, de la Policía, etc.). En todas las portadas encontramos titulares y noticias de carácter crítico y de carácter catastrófico, si bien el contexto y el tratamiento mediático primordial en cada uno de los días estudiados es principalmente revelador de una situación de crisis (portadas de los días 11 de marzo -crisis electoral institucionalizada- y 14 de marzo -crisis político/electoral sobrevenida-) o de una situación de catástrofe (portadas de los días 12, 13 y 15 de marzo -siendo este último día caracterizable de catástrofe electoral tanto en su acepción de cambio brusco e imprevisible como a la luz de su específico tratamiento mediático¹).

¹ Así, las portadas de los diarios estudiados titulaban en un estilo mediático digital, étic y explicativo: “Zapatero derrota a Rajoy en un vuelco electoral sin precedentes: el PSOE logra 164



REFERENCIAS

- GIL CALVO (1988): "Comunicación analógico-digital" en Román Reyes (Dir.) *Terminología científico-social: aproximación crítica*, Barcelona, Anthropos, pp. 137-139.
- IBÁÑEZ, J. (1988): "Cuantitativo/Cualitativo" en Román Reyes (Dir.) *Terminología científico-social: aproximación crítica*, Barcelona, Anthropos, pp. 218-233.
- RUANO GÓMEZ, J. de D. (1996): *Auto-organización: entre el orden y el caos*, A Coruña, Servicio de Publicaciones de la Universidad.

diputados y el PP, 148" (El País); "Tomb històric: Victòria inesperada dels socialistes i important vot de càstig als populars" (Avui); "Ganó Zapatero: El PSOE se impone con claridad al PP y da un vuelco electoral en unos comicios marcados por la matanza del 11-M" (La Razón); "Zapatero gobernará: El PSOE necesitará el apoyo de 13 diputados, pertenecientes al menos a dos partidos" (La Voz de Galicia); "Vuelco histórico: El PSOE acaricia los 11 millones de votos y supera al PP en 16 diputados" (La Vanguardia); "Zapatazo a Aznar y Rajoy: El PSOE gana 39 escaños y saca 16 de ventaja al PP, que pierde 35" (El Periódico de Catalunya); "España castiga al PP y da su confianza a Zapatero: Tras la conmoción, el vuelco histórico" (El Mundo) y, finalmente, "El PSOE gana las elecciones bajo la conmoción del 11-M" (ABC).

-(2005): *Riesgos colectivos y situaciones de crisis: el desafío de la incertidumbre*, A Coruña, Servicio de Publicaciones de la Universidad.

-(2006): “El efecto *Prestige*: la producción mediática de una realidad interesada” en VV.AA. (Eds.) *La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M*, Pamplona, Eunsa, pp. 337-347.