



CIUDADANÍA Y VALORES
FUNDACIÓN

Terrorismo y Medios de comunicación

Por ***Ubaldo Cuesta Cambra***

*Catedrático de Comunicación Audiovisual
Universidad Complutense de Madrid*

Abril, 2008



La Fundación Ciudadanía y Valores como institución independiente, formada por profesionales de diversas áreas y variados planteamientos ideológicos, pretende a través de su actividad crear un ámbito de investigación y diálogo que contribuya a afrontar los problemas de la sociedad desde un marco de cooperación y concordia que ayude positivamente a la mejora de las personas, la convivencia y el progreso social

Las opiniones expresadas en las publicaciones pertenecen a sus autores, no representan el pensamiento corporativo de la Fundación.

Sobre el autor

Ubaldo Cuesta Cambra es Catedrático de la Universidad Complutense de Madrid y Director del Departamento de Comunicación Audiovisual II de la Facultad de Ciencias de la Información. Ha dirigido numerosas investigaciones sobre diversos temas, como Medios de Comunicación y Terrorismo.

Terrorismo y Medios de comunicación

Se ha escrito –y también hablado y pensado- mucho sobre el terrorismo y los medios de comunicación. Por ello no es fácil escribir de nuevo algo de verdadero interés sobre la materia. Algo que aporte ideas que puedan servir para una reflexión y un diálogo conjunto profundo y riguroso y, lo que es más importante, útil para afrontar con mejores instrumentos este fenómeno perverso y doloroso de la contemporaneidad.

Y también es difícil porque el problema es muy complejo –aunque muchos otros también lo son, esa no es razón suficiente- y, sobre todo, cargado de connotaciones políticas y sociales, muy vinculado a los derechos humanos fundamentales: derecho a la vida y la libertad, derecho a la libertad de expresión, derecho a oponerse al propio sistema.

Por este motivo, mis reflexiones intentarán desarrollarse entorno a algunos conceptos relativos a los medios de comunicación y el terrorismo que hayan sido explorados con menor frecuencia, pero que puedan aportar puntos de reflexión de interés para comprender un poco mejor el fenómeno –en la medida que esto es posible, ante un fenómeno tan “irracional”- y, por lo tanto, las estrategias de abordaje.

Nuestro discurso se articula a partir del siguiente planteamiento:

El terrorismo consiste en la actividad ilegal y violenta de grupos organizados que cuentan con un cierto apoyo social (aunque muy minoritario). El fin consiste en obtener objetivos políticos mediante el terror social producido, en gran medida, a través del eco social mediático.

Soy consciente que esta definición acota el fenómeno en términos muy precisos y que deja al margen algunos aspectos en ocasiones considerados dentro de esta esfera de análisis. Sin embargo, me parece que el terrorismo más extendido, grave e importante está cubierto en esta definición. Quizá sería necesario emplear otras palabras para definir otros terrorismos de tal modo que la confusión terminológica no condujera a una confusión conceptual. Por ejemplo, el terrorismo de estado, como fenómeno sociopolítico es diferente en su origen y estructuras de

mantenimiento y su abordaje también lo es. Algo similar ocurre con el terrorismo que no cuenta con *ningún* apoyo social, muy diferente al que abarca nuestra definición.

Por lo tanto, esta definición abarca tres grandes conceptos:

1. La violencia como instrumento para obtener objetivos políticos.
2. La importancia de los medios en la difusión de los acontecimientos.
3. El apoyo social (minoritario)

Es evidente que existen actos terroristas que no son públicos (mediáticos). Pero estos son, en general, meramente instrumentales: sirven para obtener financiación (secuestros con rescate, atracos) o recursos (robos de explosivos, armamento, documentación falsa) o intimidaciones con fines precisos (autoridades, fiscales, jueces).

Veamos cómo se desarrollan estas ideas.

1. Conceptualización de terrorismo y violencia.

Hay múltiples definiciones de terrorismo. Es un concepto cargado de valores ideológicos, sociales, políticos, económicos, militares, etc. Y, sobre todo, es un concepto cargado de un fuerte componente emocional, que dificulta su análisis ponderado y racional.

Si buscamos los elementos de definición con los que podría haber un mayor consenso, encontraríamos los siguientes:

- Los actos terroristas son cometidos por grupos organizados al margen de la ley. Con cierta frecuencia cuentan con apoyo social, extremadamente minoritario, en proporción al resto de la población, pero de gran importancia para el tratamiento del fenómeno.
- Con sus actos, pretenden obtener determinados objetivos que no han sido consensuados legal y democráticamente (aunque hubiera sido en minoría).
- El principal instrumento que utilizan para ello consiste en provocar terror social.
- El terror se consigue mediante aquellos actos de intensidad extrema, capaces, por ello mismo, de captar el interés de los medios de comunicación y de comprometer a las autoridades civiles al más alto nivel. Este tipo de actos comprometen vidas humanas de forma indiscriminada.

Por lo tanto, el terrorismo ejecuta actos de extrema violencia que comprometen a vidas humanas con el objetivo de obtener notoriedad social y comprometer a los interlocutores políticos. La acción violenta es meramente instrumental y las víctimas constituyen el instrumento para obtener dicho eco social.

El principio de la ética kantiana “no desees para los demás lo que no desearías para ti mismo” (Kant, 1990), que define el principio de la “no instrumentalización”, es aceptado como uno de los principios universales básicos de una ética normativa, e implica la decisión de, bajo ningún concepto, tratar a las personas como instrumentos para obtener fines.

En esto consiste, precisamente, la *esencia* del fenómeno terrorista: en la instrumentalización de la estructura dramática del acto violento y de sus víctimas.

Esta **primera conclusión** nos proporciona dos reflexiones:

- En primer lugar, el rechazo ético de toda actividad terrorista así conceptualizada: como **instrumentalización del ser humano**, mediante el terror, con fines políticos.
- En segundo lugar, las implicaciones profundas de los medios de comunicación: el terrorismo, para ser eficaz, necesita de la participación activa de los medios de comunicación.

2. Conceptualización de medios de comunicación e industria mediática.

Desde la obra de Lasswell (1948) y Wright (1986), se acepta que los medios de comunicación desarrollan cuatro funciones: Vigilancia, Correlación, Socialización y Entretenimiento.

1. Vigilancia: Cumple la función de “watchdog”, es decir, de analizar la actividad socialmente relevante desde la esfera pública para informar de aquellos acontecimientos que pudieran estar fuera de los valores sociales.
2. Información: Consiste en analizar con cierto rigor y profundidad aquellos eventos socialmente relevantes para transmitir una información seria, rigurosa e intelectualmente válida a las audiencias.
3. Socialización: Se basa en reforzar las normas y reglas sociales, favoreciendo la cohesión social y la percepción de estabilidad social. Esta función es especialmente importante en situaciones de crisis (Mc Leod, Eveland y Signorelli, 1994).
4. Entretenimiento: Se trata de proporcionar programas de componente lúdico o cultural que aporten reducción de tensión a la audiencia,

Desde esta óptica, resulta evidente la íntima relación entre los medios de comunicación y los acontecimientos terroristas: los medios *deben* informar sobre los acontecimientos terroristas. Más aún, el acto terrorista compromete a las tres primeras funciones de la actividad comunicativa: a la vigilancia, puesto que se trata de acontecimientos de indudable importancia social y situados al margen de los valores; compromete a la correlación, puesto que debe analizar con rigor el fenómeno para transmitir una información rigurosa y sólidamente construida y compromete a la socialización, como situación de crisis de extraordinaria importancia.

Alcanzamos, con esto, una **segunda reflexión**: los medios de comunicación *deben* informar sobre los acontecimientos terroristas. Con cierta frecuencia, se plantea la posibilidad de intervenir desde la esfera política sobre los medios de comunicación para *controlar* la información emitida sobre el fenómeno, con el argumento del bien público y la seguridad nacional. Sin embargo, como acabamos de ver, la *función* de los medios consiste, precisamente, en colaborar al bien común mediante la información y análisis de estos acontecimientos.

Por otro lado, desde un punto de vista puramente pragmático, al margen de consideraciones éticas, las repetidas experiencias por intervenir desde la esfera política sobre los medios de comunicación para censurar o dirigir la información sobre terrorismo se han demostrado no sólo inútiles, sino también contraproducentes. Tal es el caso de la censura previa y/o control establecido en épocas pasadas en Argentina, Uruguay, Brasil o Sri Lanka.

Esta segunda reflexión acerca de la responsabilidad ética de los medios a la hora de informar conduce a una nueva propuesta de obligación ética: la derivada de la *comunicación participativa* (Habermas, 1985). Los medios tienen también la obligación ética de fomentar, a través de foros de discusión, la participación del tejido social en la construcción de las valoraciones éticas de los actos terroristas. Algunos autores han llamado a esto la construcción de los valores mediante la *ética discursiva* que implica una actitud profundamente *dialógica* por parte de los profesionales mediáticos.

Estas consideraciones éticas subyacen, sin duda, a algunos códigos deontológicos presentes en importantes empresas informativas. Así, por ejemplo, el código de la *CBS News* reconoce que la cobertura de las acciones de terrorismo es indispensable, pero que “there must be thoughtful conscientious care and restraint” (Alexander & Latter, 1990, p.139). La cobertura no debería “provide an excessive platform for the terrorists” (p.139), ni tampoco oscurecer otras noticias importantes “unduly crowd out other important news of the hour/day” (p.140).

2.1 La industria mediática

Los medios se encuentran insertos dentro de unos mecanismos de creación, producción y distribución extremadamente complejos y condicionados por una realidad política, social y económica que introduce elementos de dificultad al planteamiento ético general y, más específicamente, en el tratamiento del terrorismo.

- Los medios, como empresas audiovisuales, pertenecen a grupos empresariales, con la consiguiente dependencia de las alianzas económicas establecidas por estos grupos. Estas alianzas, en ocasiones pueden implicar decisiones mediáticas de tipo político.

- En un sentido similar, los grupos mediáticos se adscriben a determinadas corrientes ideológicas, lo que supone influencias sobre el enfoque del tratamiento de determinadas noticias “sensibles”.
- Con frecuencia, existe una “tensión” entre los medios y las autoridades. Esta “desconfianza” nace de la función de *watchdog* de los medios y del recelo de las autoridades frente a un “contrapoder implícito”.
- Aún cuando no es frecuente, en ocasiones, determinados periodistas pueden desarrollar su tratamiento informativo del acto terrorista guiados por la motivación de obtener reconocimiento o éxito profesional, relegando a un segundo plano la necesaria reflexión, análisis y ponderación que la información de este tipo exige.
- La propia estructura narrativa de los medios de comunicación (especialmente los audiovisuales) tiende a utilizar un *enfoque episódico* más que *temático* (Iyengar, 1991), con la consiguiente pérdida de objetividad. A esta estructura propia del medio, se une la necesaria –imperiosa, en ocasiones- necesidad de conseguir audiencia, lo que reclama una narratividad “atractiva”.
- Finalmente, la propia naturaleza del acto terrorista, inesperado y dramático, provoca que su cobertura sea inmediata y urgente, dificultando así la necesaria reflexión ética e intelectual.

3. El apoyo social (minoritario).

Existe cierto tipo de grupos organizados que comenten actos violentos con el fin de obtener réditos políticos y que no cuentan con apoyo social, o es tan minoritario que carece de relevancia social. En estos casos nuestro criterio es que conviene no “etiquetarlos” como terrorismo, puesto que su origen se encuentra restringido a ese grupo exclusivamente y, por lo tanto, carece del mismo origen, justificación ideológica, ramificaciones sociológicas y políticas, etc. Pero, sobre todo, porque el abordaje es muy diferente: en estos casos, las medidas deben ser de carácter policial y judicial. Una vez detenido el grupo, el problema desaparece.

En cambio, cuando el apoyo social minoritario existe, el problema no termina con detener policialmente al grupo, entre otras razones, porque siempre puede volver a resucitar de su cantera social.

En España se detectan tres percepciones diferentes, tanto por el tipo de noticias que aparecen en los medios, como por la valoración política que parece estar presente y por las percepciones de los ciudadanos:

Un primer tipo es el terrorismo internacional, el que sucede fuera y lejos de las fronteras, casi siempre localizado en Irak, Afganistán, o Palestina. Los actores que conforman el escenario político son “planos”, en el sentido de que no despiertan especiales reacciones; las acciones son menos virulentas y las acusaciones casi ausentes. En definitiva, el enfoque es más estable y permanente en el tiempo, menos dinámico, y, por tanto, menos abierto a conexiones temáticas.

Al segundo le denominamos “nacional islamista”, que surge a partir del 11M, y que, a pesar de proceder de grupos internacionales como Al Qaeda, no sólo recibe la cobertura en las secciones de Nacional, sino que siempre se conecta con cuestiones de política nacional distintas del terrorismo en sí. Los sucesos que dan origen a las noticias son las investigaciones relacionadas con el 11M y las posturas de los distintos partidos al respecto.

Por último, el que podríamos denominar “terrorismo nacional”, originado, fundamentalmente, en las acciones de ETA.

Todos ellos cuentan con apoyo social, en grados diferentes, por supuesto, y con raíces sociológicas distintas.

Desarrollemos a continuación algunas ideas que pueden ser útiles entorno a estos dos conceptos tan inter-relacionados y tan relevantes (aunque no exclusivos, claro está) en el campo del terrorismo: los medios de comunicación y el apoyo social.

4. Medios de comunicación y terrorismo:

4.1 ¿Cómo funcionan los medios?

Para comprender adecuadamente el papel de los medios es necesario comprender su mecanismo de acción a diferentes niveles:

- 1.- En la construcción del discurso informativo y su influencia social
- 2.- En sus mecanismos psicológicos de persuasión (de modificación de actitudes).

1.- La construcción del discurso informativo y su influencia social.

Los medios de comunicación han evolucionado desde planteamientos iniciales de total objetividad hacia la consideración de la posibilidad de que los acontecimientos presentados estén sujetos a interpretación. No se trata de negar la clasificación entre periodismo informativo y valorativo, que continúa existiendo. Es algo más complejo. Se trata de una conciencia de que lo social es “construido”, mediante interpretaciones y valoraciones. Se trata, en definitiva, de procesos de categorización social, mediante los cuales construimos *esquemas de representación de la realidad*. Europa siempre ha sido muy proclive a *interpretar* la realidad atribuyéndola, quizá en exceso, a constructos mentales (recordemos la obra de Berger y Luckman “La Construcción de la Realidad social”).

Este concepto se analiza en la teoría de la comunicación dentro del modelo conocido como “Teoría del Frame” (Entman, 1993), el cual deriva de las teorías sociológicas del llamado “interaccionismo simbólico” (véase Goffman, 1974). Los medios de comunicación construyen las noticias a través de los *frames* o marcos de referencia. Un frame consiste en un marco conceptual en el que el periodista “enmarca la noticia”. Los frames consisten en “sutiles valoraciones” donde la noticia se enmarca en términos de “héroes y villanos”, causas, consecuencias y posibles soluciones. Aunque no siempre se dan todas estas variables, pero basta con que se den las más relevantes. Por otro lado, la fuerza de los *frames*, depende de

cuatro variables: Esas variables son las motivaciones que provocan los *frames*, la fuerza con la cual son impulsados (mediática y políticamente) , la estrategia empleada, y la cohesión cultural, es decir, el grado de sinergia con el imaginario social.

El concepto de *frame* enlaza con otro muy relevante: el de ***New Long Journalism***.

A finales de los años setenta, principios de los ochenta, surgen en EE.UU. dos programas de la cadena de radio norteamericana NPR, “All things considered” y “Morning Edition”, que revolucionan la manera de entender el periodismo. Dicho fenómeno empieza a ser conocido como *The New Long Journalism* y poco a poco, el resto de los medios adaptan dichos aspectos a su nueva visión del periodismo (Barhurst, 2003).

Con el *The New Long Journalism* la información da un giro espectacular tanto en la forma como en el contenido: En la forma, este *New Long Journalism* aporta al periodismo mayor extensión, volumen de páginas, diferente estructura del discurso, uso de imágenes, efectos, variedad en el uso de planos... En cuanto al contenido, esta nueva visión del periodismo, cambia el esquema de preguntas clásico, quién, cuándo, qué, dónde, cómo, y por qué. El *New Long Journalism* se centra en la información más interpretativa, mucho más en lo connotativo del suceso que en lo denotativo del mismo (Event Specific Strategy contra Generic Strategy Issue). Por otro lado, comienza a emerger, muy recientemente, una especie de nuevo *formato* dentro del género informativos: el *infoentretenimiento* (“infotainment”), caracterizado por permitirse, no sólo un contenido más valorativo, sino una construcción visual mucho más narrativa.

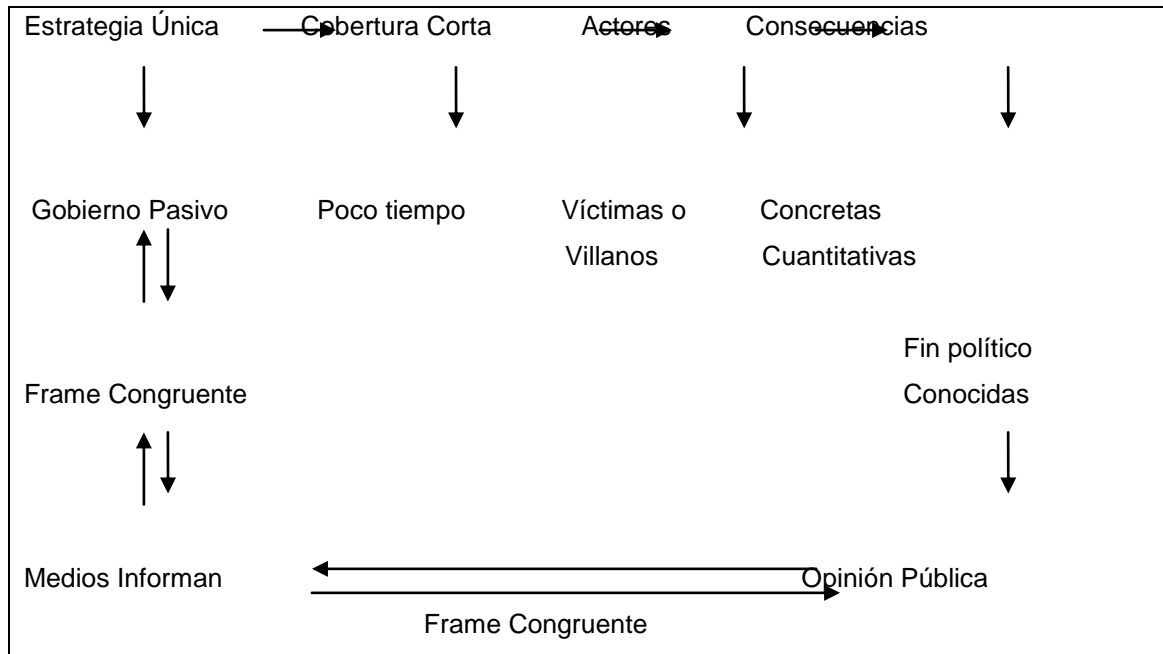
Finalmente, ello confluye en lo que algunos autores (Iyengar , 2003) han denominado el periodismo “episódico” (que narra las noticias mediante estrategias propias de la narración basadas en el esquema inicio-nudo y desenlace), frente al clásico periodismo “temático”.

Así, en el tratamiento informativo en España del terrorismo, citando nuestras propias investigaciones, encontramos que:

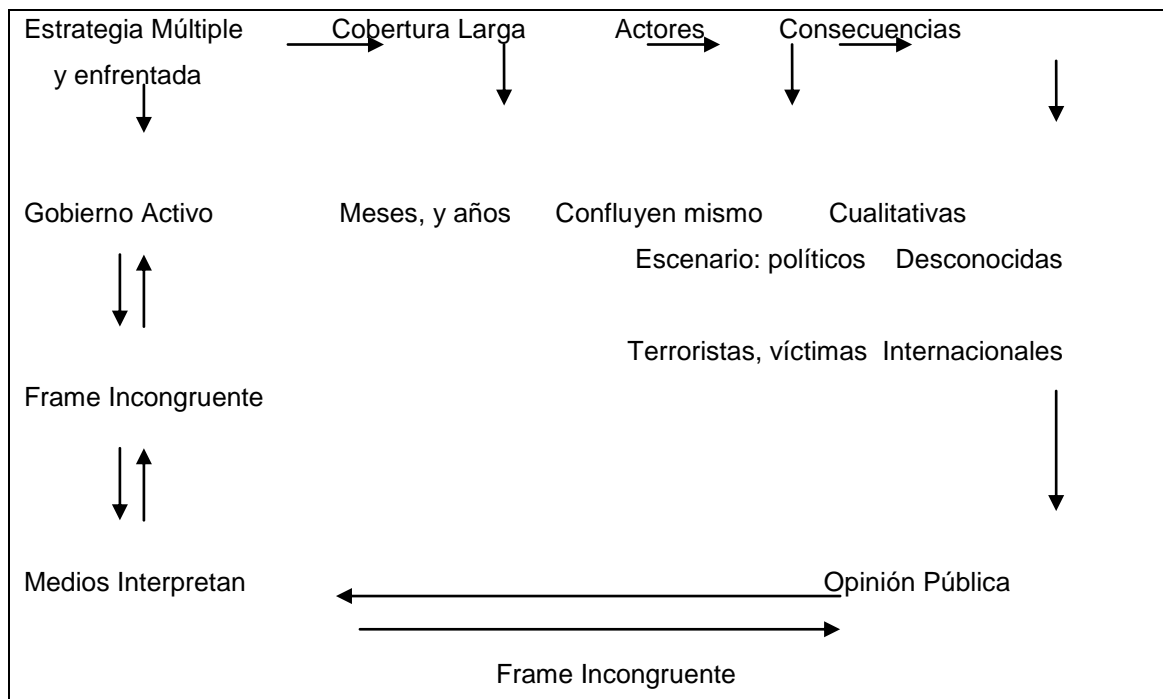
“las partes enfrentadas son los terroristas (y sus malas acciones: actos terroristas que les caracterizan de villanos) frente a los no terroristas (y sus buenas acciones, o más bien, el padecimiento de las malas acciones: son las víctimas). En el escenario político, las partes enfrentadas son unos políticos (y sus malas acciones) y los otros políticos (y sus malas acciones). El conjunto del escenario político adquiere mayor complejidad: generalmente es el Gobierno frente a la oposición; en algún caso el nacionalismo frente al no nacionalismo. De manera que el ‘cleavage’ o criterio en torno al cual se produce el enfrentamiento es, fundamentalmente, la posición ideológica. A este marco interpretativo contribuye la prensa, por una parte, transmitiendo un esquema temático de análisis; y por otra la televisión, con la emisión de noticias episódicas. Es decir, el marco interpretativo produce una contaminación semántica, generando esquemas episódicos también de carácter conflictivo para la política” (García, Echart y Canel, 2007 p. 9).

Los medios de comunicación influyen sobre los ciudadanos, mediante estos *frames*, a través de un “sistema en cascada” (Entman, 2005), donde los flujos comunicativos van descendiendo de unos actores (gobierno, líderes de opinión, medios, audiencias) a otros. La Teoría del “doble flujo comunicativo” (*two step flow*) explicó ya este fenómeno anteriormente.

En España, citando de nuevo el trabajo de nuestro equipo, tras el atentado del 11M, se ha producido una aparente modificación en el flujo y la estructura comunicativa (que refleja, además, modificaciones en la estrategia política de los partidos) en el siguiente sentido (Cuadros 1 y 2):



Cuadro 1. Flujo de Información antes del 11M



Cuadro 2. Flujo de Información tras el Nuevo Terrorismo

Desafortunadamente, no parece existir una política informativa diseñada con la eficacia suficiente. No parece existir una conciencia clara de la importancia de establecer una política informativa coherente que articulo todos los procesos y actores en un elemento común de acción eficaz.

Gabriel Elorriaga, (Secretario Ejecutivo de Comunicación del PP al declarar) *“La gestión de la información no es la censura ni el control de la información, son cosas distintas... El intento por ofrecer información demasiado próxima al momento de los acontecimientos lo que tiende es a incrementar la confusión o incluso a confundir a la opinión pública”* (26 de Junio de 2007)

Ramón Jáuregui, (Diputado del PSOE): *“El sentido de la responsabilidad de un medio... No puede haber reglas, pero la competencia entre los medios es tan feroz que realmente resulta muy difícil pretender, pretender conseguir colaboraciones mediáticas de estas cosas...Se publicará todo, lo que se sabe y lo que no se sabe, porque se especulará...Entonces yo soy muy escéptico con eso. Lo que hay que hacer es establecer una relación honesta con ellos. Hay que intentar controlar por convicción, no por imposición”* (19 de Junio de 2007)

Ramón Gil Casares, (Ex Secretario de Estado en el Gobierno de Aznar, y actualmente Embajador de España en Pretoria, Sudáfrica): *“Creo que si el medio tiene información es su responsabilidad consultarlo y pedir permiso para publicarlo...Más un tema como el terrorismo”* (21 de Junio de 2007)

Todos los teóricos coinciden en que la coherencia informativa es esencial para enfrentarse al terrorismo. Y no únicamente para explicar al ciudadano las grandes políticas de lucha anti-terrorista, posibles negociaciones, etc., sino también para explicar las políticas que suponen dificultades a la libertad individual o colectiva o de expresión.

En este sentido, cualquier mecanismo de intervención, para ser eficaz, debe contar no sólo con el acuerdo de todos los partidos mayoritarios (lo que es indispensable), sino también con una política informativa común bien diseñada.

2. Mecanismos psicológicos de persuasión.

Los medios de comunicación influyen finalmente sobre el ciudadano, mediatizados por los procesos explicados anteriormente, a través de los llamados mecanismos persuasivos, estudiados por la teoría del cambio de actitudes.

Mediante el envío de sus mensajes, organizados entorno a los *frames*, los medios provocan un efecto de *agenda setting*, y un efecto de *construcción de lo social*.

El fenómeno de agenda provoca que los temas sean importantes para el sujeto, que pasen a ocupar un lugar en su pensamiento. Obedece a un mecanismo de *priming*, es de decir, de “activación de categorías mentales”. Las categorías más activadas, pasan a ocupar espacios preeminentes en nuestras ideas: se le denomina fenómeno de *top of mind*, puesto que estas ideas pasan a ocupar el tope o lugar privilegiado de la mente.

En el caso del terrorismo en España, se produce un curioso y contradictorio fenómeno: Es tal la abundancia de información que la categoría mental “terrorismo” está presente en la agenda de los ciudadanos (la agenda privada), pero no surge de forma espontánea entre los tres primeros problemas; en ocasiones ni siquiera aparece hasta que no es sugerido (citamos los resultados de las investigaciones cualitativas realizadas con *grupos de discusión* desde hace 4 años, Menéndez y Cuesta, 2007). Se ha producido en la audiencia un fenómeno de *laxitud*, de habituación.

La profundización en el mecanismo psicológico descubre el hastío, el aburrimiento, la falta de confianza en una solución cercana. Sin embargo, también descubre una sorprendente fuerza del tejido social que permanece firme en el rechazo y el deseo de “plantar cara”.

Las audiencias tienden a percibir la información mediática mediante un mecanismo eficaz pero muy simple de procesamiento de la información, basado en procesos truncados y la aplicación de reglas simplificadas (incluso sesgadas, aunque frecuentemente eficaces) llamadas *heurísticos*. Este tipo de procesamiento cognitivo de la información encaja muy bien con el tipo de narrativa “episódica” a la que nos hemos referido anteriormente. Como consecuencia, las imágenes mentales transmitidas a las audiencias se consolidan mediante esquemas mentales muy simples, poco proclives a descender a matices o análisis elaborados.

Los resultados de nuestras investigaciones (tanto cualitativos como cuantitativos) muestran que la información sobre terrorismo objetiva, concreta, basada en hechos, datos, acuerdos políticos, etc. es muy limitada. En todos los grupos, tanto jóvenes como adultos, de clase baja o media, hombres o mujeres.

Actualmente, el principal efecto provocado por los medios sobre los ciudadanos podría resumirse en “una postura crítica frente a medios y políticos”.

Actualmente hemos desarrollado un modelo psicosocial que pretende interpretar los resultados empíricos más importantes encontrados en este sentido en nuestras investigaciones (Cuesta y Menéndez, 2008).

La siguiente figura refleja, parcialmente, este modelo (figura 1).

Motivación social de Pertenencia: Necesidad de vínculos fuertes y estables.

	MOTIVACIÓN SOCIAL COGNITIVA	MOTIVACIÓN SOCIAL EMOCIONAL
ALTOS EN CRITICISMO (tendencia a mostrar un patrón de consumo mediático más verbal -prensa, radio- y a realizar inferencias atributivas críticas)	EXPLORADORES (predicción/comprensión)	REACTIVOS (autoestima /potenciación personal)
BAJOS EN CRITICISMO (tendencia al patrón de consumo mediático visual – TV- y a realizar inferencias atributivas menos críticas)	ADAPTADOS (explicación/control)	ACOMODADOS (autopresentación/confianza)

Figura 1. Modelo explicativo del efecto criticismo y el patrón de consumo de medios en terrorismo en España.

Tanto los EXPLORADORES como los ADAPTADOS actúan de forma más cognitiva, pero los EXPLORADORES son más fríos y críticos: conducta frecuente en determinados entornos urbanos desarrollados (por ejemplo, los catalanes en la investigación cualitativa de los *focus group* más recientes, Marzo, 2008). Los ADAPTADOS serían también cognitivos, pero menos críticos con la situación, mas adaptados: las mujeres, especialmente a partir de 30-35 años y los hombres sin anclaje ideológico o ligera inclinación al centroderecha en áreas territoriales poco conflictivas.

Los REACTIVOS y ACOMODADOS son ambos más emocionales que los anteriores. Los REACTIVOS son muy sensibles a las críticas y a la lesión de su autoestima, reaccionan con ansiedad o agresividad o mecanismos represión ante las dudas y ante el miedo al rechazo o a la presión normativa del grupo (ej. grupos muy anclados a la políticamente hacia polos radicales o sujetos de determinadas zonas sometidas a presión social cercana al terrorismo).

Los ACOMODADOS, en cambio, necesitan confiar en los demás y que se confíe en ellos: sujetos adultos sometidos a ciertas presiones sociodemográficas pero sin anclaje ideológico.

5. El apoyo social.

Como dijimos anteriormente, el apoyo social es una cuestión muy relevante en el campo del terrorismo. Y muy relacionado con los medios.

Los agentes sociales (pero es especial responsabilidad del gobierno, claro) deben conseguir:

1.- El mayor apoyo social posible (cohesión social) frente al terrorismo. Por parte de todos los actores: asociaciones de víctimas, cuerpos de seguridad, cuerpos especiales, líderes de opinión y ciudadanía.

2.- La desarticulación del apoyo social del grupo terrorista.

Para la consecución de ambos objetivos es esencial la intervención de los medios de comunicación.

Ahora bien, una adecuada aproximación al fenómeno implica una previa consideración y comprensión de los mecanismos subyacentes. En España, el terrorismo de ETA, parece estar vinculado a un fenómeno de *relaciones intergrupales*. Si esto fuera así (y, al menos parcialmente, parece haber datos que lo apoyan), es importante considerar las teorías que describen los llamados *determinantes y causas del conflicto intergrupal*, así como las estrategias para reducir el conflicto.

Si en el País Vasco existen diferentes grupos sociológicos/ideológicos que juegan diferentes papeles en el conflicto, es necesario profundizar en los mecanismos de *identidad social* y de *identificación social* que subyacen a ellos.

Uno de los modelos que mejor podría aproximarnos a este problema es el llamado Modelo Instrumental del Conflicto de Grupos, el cual hace referencia al estrés de recursos y a la "privación relativa" de éstos. Entendiendo por recursos, también los de estatus y poder. Cuando los recursos son limitados y se dan las circunstancias sociológicas adecuadas, se puede producir un "conflicto de identidad" y una percepción de amenaza que desemboca en la frustración, conflicto y, eventualmente, la violencia. Si estos mecanismos se propagan mediante los flujos *formativos e informativos* sociales, el grado de conflicto puede desembocar en una violencia que, finalmente se organiza y mantiene en el tiempo.

El papel que juegan aquí los medios es muy relevante, pero no debe hacernos perder en consideración el papel de otro mecanismo social de transmisión de la información también –o posiblemente más- muy relevante: los mecanismos *formativos*.