

## La “naturalización” mediática de las catástrofes. Una aproximación crítica

### Media “naturalization” of disasters. A critical approach

**JOSÉ MARÍA BERNARDO**, Universidad de Valencia, España. Comunicación Audiovisual. (jose.bernardo@uv.es)  
**NEL·LO PELLISSER**, Universidad de Valencia, España. Comunicación Audiovisual. (Manuel.Pellicer@uv.es)

► Recibido: 15 / 04 / 2010. Aceptado: 03 / 05 / 2010

#### RESUMEN

La información sobre las llamadas catástrofes naturales que transmiten los medios de comunicación suele construirse de forma acrítica, incidiendo en la casualidad, imprevisibilidad e imposibilidad de luchar contra fenómenos naturales de semejante magnitud. Se conforman así discursos fundamentados en la naturalización, que eluden profundizar en la responsabilidad de determinados agentes políticos, económicos, sociales y culturales. Para fundamentar la crítica a dicha naturalización se recurre, en este trabajo, al término y concepto de Responsabilidad Comunicativa, según el cual los dueños de los medios, los procesos de producción y los productos mediáticos deben actuar de acuerdo con una lógica socio-comunicativa que comporte el análisis e interpretación del carácter complejo de la realidad, en este caso la catástrofe, en lugar de privilegiar la lógica económica tanto del tratamiento espectacular de los hechos como en la elisión, simplificación o tergiversación de las causas.

**Palabras claves:** Catástrofes naturales, medios, naturalización mediática, responsabilidad comunicativa.

#### ABSTRACT

*Broadcast news on natural disasters is often done uncritically; randomness, some unforeseen events and impossibility of struggling against such natural phenomena are often stressed as being the cause for this. This has led to basic discourses on naturalization; such discourses avoid a more in-depth inquiry into certain political, economic, social and cultural agents. In this paper the basic essentials of such criticism to naturalization are synthesized by the concept of Communicative Responsibility. According to it, media owners, the production processes and media products have to operate under the socio-communicative logic able to analyze more complex interpretation of reality, namely catastrophes, instead of privileging the economic logic of both the spectacular treatment of the event and the elision, simplification and distortion of the causes.*

**Keywords:** Natural catastrophes, media, media naturalization, communicative responsibility.

*“Por muy «natural» que parezca, ninguna catástrofe es natural. Un sismo de intensidad idéntica causa más víctimas en un país empobrecido que en otro rico e industrializado” (I. Ramonet, 2010).*

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 OBJETO Y ÁMBITO DE ESTUDIO

El contenido al que alude el enunciado del título de este trabajo hace referencia básicamente a la aproximación crítica a una práctica mediática que suele ser dominante en la información, sobre todo la más inmediata, en torno a las catástrofes naturales.

Se entiende por naturalización de los discursos mediáticos el tratamiento que hacen los medios de comunicación de los hechos catastróficos, asumiendo una perspectiva determinista (Beck, 2002) en la que dominan las causas naturales y apenas se alude a cualquier otro tipo de concausas que, sin duda alguna, tienen que ver con la complejidad de factores que necesariamente han de ser considerados en una información adecuada cuyo objeto son tanto las causas como el desarrollo y los efectos. En tales circunstancias, quizás debería tenerse en cuenta que, como subraya I. Ramonet (2010): “Por muy natural que parezca, ninguna catástrofe es natural. Un sismo de intensidad idéntica causa más víctimas en un país empobrecido que en otro rico e industrializado”.

La aproximación crítica consiste fundamentalmente en ofrecer pautas para desentrañar algunas de las razones que subyacen (o se esgrimen por parte de los dueños y profesionales de los medios) a la construcción de los relatos que, sobre las llamadas catástrofes naturales, suele realizarse en los medios de comunicación. Semejante operación supone centrar la atención, como mínimo, en tres ámbitos específicos de la estructura y dinámica de la comunicación, que pueden ser considerados elementos básicos del complejo entramado del sistema mediático global y local conformado por el conjunto de las llamadas industrias culturales y de la comunicación (Bustamante, 2004; Bernardo, 2006; McPhail, 2010).

El primer ámbito es el de los emisores e incluye tanto a los dueños como a los profesionales de los medios y de las industrias que son, sin duda, los responsables del proceso de producción, especialmente del establecimiento de la agenda temática y de la decisión en torno al formato, a la selección y a la estructura de los contenidos de los discursos mediáticos. El segundo ámbito es precisamente el de los textos o discursos, entendidos como relatos contruidos de acuerdo con un punto de vista o focalización que, como ya se ha dicho, consiste en privilegiar la naturalización de las catástrofes y, especialmente, de sus

efectos. Finalmente, el ámbito de la recepción, que supone establecer los límites e implicaciones que conlleva considerar a los receptores como meros consumidores o, por el contrario, agentes copartícipes ineludibles de la interacción comunicativa y mediática.

Teniendo en cuenta lo anotado hasta el momento, la estructura argumentativa de este texto está encaminada principalmente a establecer los fundamentos para el desarrollo de una hipótesis sobre la naturalización como perspectiva dominante de la construcción de la información mediática en torno a las catástrofes. Su formulación podría llevarse a cabo incidiendo en que dicha naturalización es el resultado no sólo de una rutina periodística e informativa, sino también de la compaginación del conjunto de factores que conforman el complejo sistema de la comunicación mediática. Es decir, construir la información sobre las catástrofes mal llamadas naturales (Beck, 2002) estableciendo como punto de vista o foco fundante de la estructura narrativa y/o argumentativa la fuerza irracional de la naturaleza como causa única y determinante constituye una decisión gestada y planificada por los dueños de los medios de acuerdo con la lógica económica que rige actualmente la estructura y dinámica de las industrias de la cultura y de la comunicación (Mosco, 2009). Sus derivaciones más relevantes se plasman en la selección de los hechos y en la construcción de los mismos como discursos informativos caracterizados, entre otros rasgos importantes, por la fragmentación, la espectacularización y la descontextualización (Bernardo y Pellisser, 2009a; Imbert, 2008).

La perspectiva dominante, para establecer tanto los fundamentos de la aproximación crítica como el desarrollo de los epígrafes de este trabajo, es la que se deriva de la que, en otros trabajos (Bernardo, 2009; Bernardo y Pellisser, 2009b; Bernardo, Pellisser y Vicent, 2010), se ha denominado Responsabilidad Comunicativa. Como se expondrá a continuación, esta tiene como objetivo fundamental exigir a los dueños y a los profesionales de la comunicación e información el cumplimiento de funciones y requisitos relacionados con la lógica social-comunicativa de los medios: éstos son agentes socioculturales ineludibles de la creación y afianzamiento de una ciudadanía crítica y comprometida precisamente a partir de la recepción e interpretación de una información compleja y responsable.

**“Las siempre engorrosas y poco excitantes tareas destinadas a la comprobación de la información se reemplazan por otras más de ‘ingeniería informativa’, dúctiles a la voluntad del diseñador o de su grupo de sostén. Las ‘hipótesis’ se transforman en ‘hechos’, dando origen a toda una sarta de ‘no-hechos’, semejantes, que hacen innecesario aportar cualquier tipo de prueba; el proceso de verificación se ha invertido y con ello basta con imaginarse algo para convertirlo sin más en ‘dato’”. Ortega (2006: 47).**

Al entender de estos autores, la Responsabilidad Comunicativa constituye, pues, una perspectiva adecuada y eficaz para poner de relieve que las razones de la naturalización de las catástrofes en los discursos mediáticos hay que buscarlas en la lógica económico-mercantil que domina actualmente la producción mediática. Esta conduce, sin duda, a evadir análisis e interpretaciones que puedan conllevar la denuncia de determinadas actuaciones a todas luces irresponsables y dolosas contra el equilibrio social y ecológico mundial y regional. En resumidas cuentas, los discursos mediáticos prefieren salvaguardar sus intereses económicos a ejercer la responsabilidad y función social que constituye la razón primordial de su existencia.

Este trabajo tiene un carácter eminentemente teórico. No obstante, y solo con la finalidad de aportar ejemplos relevantes que ilustren la teoría, se incluyen algunas acotaciones específicas referidas a la construcción que ciertos medios de comunicación españoles hicieron de dos catástrofes naturales recientes, los terremotos de Haití del 12 de enero de 2010, y el de Chile del 27 de febrero de 2010.

## **1.2 LA RESPONSABILIDAD COMUNICATIVA: FUNDAMENTOS E IMPLICACIONES**

El concepto de Responsabilidad Comunicativa que se formula y delimita en este trabajo tiene su origen terminológico y su fundamentación conceptual en los estudios realizados desde campos del saber (García Perdiguero, 2003; Conill y González, 2004; Camps, 2004) tales como la Ética de la empresa, la Responsabilidad corporativa y, más específicamente, la Responsabilidad social de la empresa (RSE). Las conexiones con ese primer ámbito de la fundamentación hay que buscarlas en la exigencia que los especialistas plantean de integrar la empresa en la dinámica de la sociedad considerada en toda su complejidad. Esto, con la finalidad de establecer las causas, dimensiones e implicaciones del déficit social que pone de manifiesto la estructura y dinámica empresarial dominante en el

capitalismo industrial y financiero. En palabras de García Perdiguero (2003: 17-18), la empresa ha de ser contemplada “como una institución que, además de tener responsabilidad y obligaciones legítimas ante sus accionistas, sería también responsable de los impactos sociales y ambientales de sus actividades. Unas responsabilidades que van más allá del cumplimiento de las leyes y de las normas que regulan el desarrollo de los negocios, por entenderse que las empresas no pueden quedarse al margen de los problemas y retos a los que se enfrenta la sociedad, y que la razón económica no puede justificar unas desigualdades hirientes y la exclusión social de grupos de personas cada vez más amplios en todos los países desarrollados”.

Por tanto, parece correcto enmarcar el estudio de la responsabilidad social de las empresas de la comunicación e información dentro de los presupuestos de esas formulaciones teóricas y a partir de los protocolos que los especialistas proponen para realizar los estudios pertinentes en las empresas (García Perdiguero, 2003: 166-189; García-Marzá, 2004). No obstante, en este caso, con la acuñación del término y concepto de Responsabilidad Comunicativa se pretende hacer una propuesta que, por una parte, tiene en cuenta las aportaciones relevantes de la “Ética de los medios de comunicación” (Cortina, 2004: 19-24) y, por otra, supere y complemente ciertas restricciones que presenta la perspectiva de la RSE encaminada primordialmente a resaltar aquellos aspectos del sistema de la comunicación que han de ser considerados como especialmente relevantes a la hora de delimitar y aplicar esa Responsabilidad Comunicativa (Bernardo, 2009; Bernardo y Pellisser, 2009b; Bernardo, Pellisser y Vicent, 2010).

La fundamentación internalista de la Responsabilidad Comunicativa se realiza en este trabajo a partir de los parámetros que se derivan del estudio de la realidad de la comunicación (estructura y dinámica) desde un paradigma ecléctico de la comunicación (Bernardo, 2006). Dichos parámetros poseen una dimensión teórica y otra empírica o experimental y, en ambos

casos, los centros de atención son los agentes responsables de la producción comunicativo-mediática, los procesos de producción de los productos comunicativos y los destinatarios o consumidores de los mismos.

Al nivel teórico, en primer lugar, corresponde establecer la lógica sociocomunicativa que rige tanto la interacción que ha de existir entre todos los factores que conforman el sistema de la comunicación como la interrelación equilibrada y simétrica del mismo con el resto de los subsistemas (político, económico, social y cultural) que interactúan dentro del sistema de la sociedad en su conjunto. O, lo que es lo mismo, la representación de la sociedad como un sistema complejo (Morin, 2000) -conformado por subsistemas que compaginan su autonomía, al menos teórica, con la interrelación e interacción que exige la dinámica integral del sistema-, conlleva, a la hora de delimitar la Responsabilidad Comunicativa, que el subsistema de la comunicación ha de estar siempre, en cualquier situación concreta espacio-temporal, relacionado con el resto de los subsistemas. Por ello, ha de cumplir ineludiblemente las funciones que le corresponden como factor integrante de ese sistema, pero, al mismo tiempo, no ha de plegarse a determinación alguna proveniente de otra instancia o subsistema.

En segundo lugar, es preciso resaltar que el propio subsistema de la comunicación se rige por una lógica interna: por una parte, tiene la necesidad de cumplir y respetar las funciones que le han sido atribuidas en el sistema en su conjunto y, por otra, define la estructura y dinámica de los factores que interactúan en el propio subsistema de la comunicación: los agentes, los productos y los destinatarios. El subsistema de la comunicación, que es la plasmación concreta del esquema canónico de la comunicación, ha de respetar, pues, la naturaleza interactiva de la comunicación y, por tanto, descartar cualquier tipo de asimetría y desproporción en lo que respecta a los papeles y funciones que se atribuye a los agentes-emisores y receptores como copartícipes del proceso de comunicación y a los discursos y mensajes como instrumentos vehiculares de dichos procesos (Bernardo, 2006: 16-59).

Los agentes, las instituciones sociopolíticas y las industrias y empresas de la comunicación han de actuar como reguladores o como productores, de acuerdo con los principios derivados de la interacción, equilibrio y coherencia propios del sistema en su conjunto. Por lo tanto, están obligados a construir y hacer que se construya mediáticamente la realidad social en conexión con las exigencias del sistema social, pero también de acuerdo con supuestos sociocomunicativos específicos con respecto a la conformación de los productos y a las peculiari-

dades de los destinatarios como agentes copartícipes. Como subraya Cebrián (2003:160), “las empresas de información, en su sentido clásico, trabajan con una materia prima que no les corresponde, administran un bien público y un derecho general de los ciudadanos y, consecuentemente, amén de estar sometidas a cauciones y limitaciones específicas, no siempre tolerables, incorporan a sus formas de actuación características y valores que les son propios, aunque en realidad no resulten sino el desarrollo de principios casi universales”.

Los procesos de producción y, sobre todo los formatos y contenidos de los productos comunicativo-mediáticos -ya sean funcionales (informativos y formativos) o ficcionales-, han de estar conformados de tal manera que no incurran en inadecuaciones e incoherencias en las representaciones de los referentes o en las normas que marcan la conformación de los discursos. Excluyen, pues, la imposición de determinaciones externas a la lógica sociocomunicativa y descartan los imaginarios aberrantes y tergiversadores de la realidad social que representan con la finalidad de favorecer intereses no específicamente sociales y comunicativos.

La lógica interna del sistema comunicativo tiene, en tercer lugar, que trasladarse también a las interrelaciones entre los agentes, reguladores institucionales y dueños productores de las industrias, y los destinatarios, puesto que son igualmente agentes copartícipes del proceso y no meros receptores pasivos. Los agentes, además, han de construir los formatos y contenidos de los textos o discursos de tal manera que los destinatarios tengan la posibilidad de realizar una aproximación crítica y dialéctica a partir de su propia y peculiar competencia comunicativa, desde la cual habrán de realizar la interpretación de los discursos mediáticos como forma de coparticipación crítica en la dinámica comunicativa y social (Lacalle, 2001: 17-43; Díaz Nosty, 2005: 187-252; Orozco, 2006).

En este ámbito, además, debe incluirse la naturaleza de bien público y derecho fundamental de la comunicación y la información y, por lo tanto, como otro elemento básico fundante de la Responsabilidad Comunicativa que adquieren tanto las instituciones públicas como las empresas privadas. De ese modo, ningún agente-emisor o instancia pública o privada de la comunicación puede transgredir por intereses ajenos (normalmente económicos y mercantiles) esa condición de bien público, que afecta a la construcción de una sociedad democrática en lo que respecta a los productos generados, a los valores transmitidos e incluso a los lenguajes empleados (Bustamante, 2004; Diezhandino, 2007; Imbert, 2008). Esta es también la base para reivindicar la existencia ineludible de

**“Estamos muy habituados a percibir grandes cantidades de información pertenecientes a muchas clases de situaciones de inestabilidad social y/o medioambiental que saturan los límites de nuestras capacidades cognitivas para procesar correctamente esos datos y, en consecuencia, poder interpretarlos de forma adecuada; esta confusión mental (...) no sólo afecta a los usuarios de los medios cuando reciben la información, sino que también afecta a emisores (periodistas, presentadores, redactores) en el momento de reelaborar narrativamente lo sucedido e intentar aproximar (más que explicar) a las audiencias lo sucedido en las quiebras del acontecer”. Lozano (2009: 235).**

instituciones reguladoras y supervisoras, por ejemplo, los consejos del audiovisual (Camps, 2004), del cumplimiento o incumplimiento de la Responsabilidad Comunicativa por parte de las empresas públicas y privadas de la comunicación e información que, sin duda alguna, contribuirán a la superación y eliminación de lo que Díaz Nosty (2005: 221-248) llama “déficit mediático” y que podría denominarse irresponsabilidad comunicativa o también déficit democrático de la estructura y dinámica del sistema de la comunicación.

La verificación empírica de la Responsabilidad Comunicativa alude básicamente a la comprobación del cumplimiento de la lógica sociocomunicativa enunciada anteriormente y necesita, como es lógico, estudios experimentales, de carácter cualitativo y cuantitativo, sobre el desarrollo de las industrias de la comunicación y de la cultura en el ámbito global y local. Esto, con la finalidad de establecer, cuando menos, las tendencias dominantes que definen la dinámica del sistema actual de la comunicación con respecto al cumplimiento o incumplimiento de la Responsabilidad Comunicativa (Curran, 2005; Díaz Nosty, 2005; Diezhandino, 2007)

Semejante operación ha sido realizada desde diferentes perspectivas y, de forma especial, desde el paradigma de la Economía Política de la Comunicación (Vidal, 2002; Bustamante, 2004; Díaz Nosty, 2005; Bernardo, 2006). A partir de los estudios de esos autores, no es difícil extraer como conclusión más general el incumplimiento de la lógica sociocomunicativa como resultado de la determinación y dominio de la lógica mercantil y financiera que define la acción de los dueños, públicos y privados, de las industrias en los procesos de producción, circulación y consumo.

Este trabajo comparte y asume los resultados del conjunto de estudios críticos citados anteriormente, que denuncian la

irresponsabilidad comunicativa en los términos a los que alude el párrafo anterior. A modo de resumen, hacen referencia, entre otros, a aspectos tales como: la mercantilización de los contenidos, que conduce a dar valor únicamente a los parámetros de carácter exclusivamente cuantitativos como son los índices de audiencia (Bourdieu, 1997: 96-97); la espectacularización, banalización y anecdotización de la información como efecto de un proceso de producción regido básicamente por la lógica del beneficio económico (Kapuscinski, 2002: 36); el desconocimiento de las pautas y los referentes más básicos del oficio en la formación de los periodistas y comunicadores, sustituyendo el perfil de profesionales responsables por el de colaboradores eficaces de los intereses económicos de las empresas. En palabras de Ortega (2006: 47), esto conduce a que “las siempre engorrosas y poco excitantes tareas destinadas a la comprobación de la información se reemplazan por otras más de ‘ingeniería informativa’, dúctiles a la voluntad del diseñador o de su grupo de sostén. Las ‘hipótesis’ se transforman en ‘hechos’, dando origen a toda una sarta de ‘no-hechos’, semejantes, que hacen innecesario aportar cualquier tipo de prueba; el proceso de verificación se ha invertido y con ello basta con imaginarse algo para convertirlo sin más en ‘dato’”.

## **2. RIESGOS EXTRAORDINARIOS Y CATÁSTROFES NATURALES**

Mayoritariamente, las reflexiones y aproximaciones teóricas sobre la comunicación de riesgo, así como las propuestas de actuaciones y protocolos se han desarrollado sobre los riesgos previsibles, también denominados riesgos ordinarios. Pero en el caso de las catástrofes naturales, como los recientes terremotos de Haití (12 de enero) y de Chile (27 de febrero), nos enfrentamos a lo que Gil Calvo (2009) califica, por oposición, de

---

**Hay que tener presente que en las situaciones de catástrofes las estructuras de gestión de poder también se ven alteradas, por lo que el desconcierto también afecta a las fuentes informativas. Así, en este contexto, protección civil, fuerzas policiales y militares, ONG's, entre otros, emergen como fuentes informativas de primer orden, junto con las fuerzas de gobierno y los organismos internacionales que se hacen presentes en los primeros momentos.**

riesgos extraordinarios, “que por su imprevisibilidad escapan a las posibilidades de control, amenazando con desestabilizar el mantenimiento del orden. Este otro riesgo excepcional se debe al impacto imprevisto de acontecimientos catastróficos (sociales como los atentados o ambientales como los desastres) que desbordan los protocolos de regulación”. Lo que distingue el riesgo ordinario y previsible del extraordinario es el grado de incertidumbre (Luján y Echeverría, 2004). Se puede decir, por tanto, que a mayor dificultad de prever el riesgo, mayor grado de incertidumbre, como ocurre, entre otros, en los movimientos sísmicos. Esta ecuación se puede trasladar al tratamiento que hacen los medios de estos sucesos. Cuanto mayor es la incertidumbre, mayores son las consecuencias y mayores las dificultades para trasladar los hechos al espacio y el tiempo de los medios. Como afirma Gil Calvo,

por su propia naturaleza, los medios informativos están interesados en explotar la incertidumbre de los hechos para poder convertirlos en noticia. No podría ser de otro modo, si tenemos en cuenta que el interés informativo de una noticia es una función de su grado de imprevisibilidad o incertidumbre. Cuanto más imprevisible sea un hecho, mayor noticia genera si se produce. De ahí que los informadores estén interesados en sembrar incertidumbre sobre los hechos, para que se conviertan en mayor fuente de noticias (2003).

Para este mismo autor, quien distingue dos niveles de riesgo: el normal y el catastrófico, “sólo son noticias las malas noticias, y los riesgos son las peores. De ahí que los medios de comunicación dediquen a la información de riesgos un espacio muy generoso, que despierta poderosamente el interés del público” (Gil Calvo, 2009). A su juicio, del riesgo ordinario se informa en la crónica de sucesos, pero la voz de alarma ante los riesgos excepcionales adopta el formato de “acontecimientos mediáticos” (Dayan y Katz, 1995). Cuando se produce una emergencia catastrófica de origen ambiental o humano, los medios la apro-

vechan para escenificar un acontecimiento mediático (Verón, 2002) que multiplica y propaga sus efectos escalando el nivel de riesgo percibido. Por eso resulta determinante la mediación, pues sin el poder creciente de los medios informativos no se explica la magnitud global que están cobrando los riesgos. La expresión “acontecimiento mediático” adopta con mucha frecuencia el formato del directo (live) televisivo, lo que conlleva un marco de mediación distinto al de otros formatos y/o géneros. Precisamente, algunas de las cadenas generalistas españolas llegaron a desplazar a Haití a alguno de sus presentadores estrella para conducir las citas informativas de aquellos días desde el epicentro de los hechos.

Por otra parte, si la inseguridad se incrementa no es sólo porque la realidad social genera mayores niveles de riesgo, sino también porque los medios informativos transmiten mayores niveles de alarma social (Gil Calvo, 2003). En este sentido, las imágenes de los saqueos, tanto en los recientes terremotos de Haití y Chile, como anteriormente hemos visto en otras catástrofes y rupturas del acontecer, han formado parte del repertorio icónico de la serialización de los hechos. Habría que preguntarse si ello contribuye a estimular la reproducción de estos comportamientos, si de algún modo establecen pautas de comportamiento ante situaciones como las aludidas, ya que, en muchos casos, éstos no se producen ante una situación de necesidad básica, como la falta de alimentos o de medicamentos, sino que tienen como finalidad apoderarse de algunos de los reclamos más preciados de las sociedades de consumo, entre los que se encuentran los electrodomésticos y, en general, la totalidad de los productos electrónicos. Precisamente, estos episodios acontecen en los primeros momentos, tras producirse los hechos, cuando la incertidumbre es mayor. “Cuando la visibilidad de los riesgos percibidos se acrecienta, la pérdida de control puede desembocar en acciones fuera de lugar, irreflexivas y dominadas por el miedo”, afirma Farré (2005: 118).

### 3. EL TRATAMIENTO MEDIÁTICO DE LAS CATÁSTROFES NATURALES

Como se ha dicho, la Responsabilidad Comunicativa puede constituir una perspectiva adecuada para afrontar la que se ha denominado naturalización mediática de las catástrofes, puesto que, al entender de los autores de este artículo, permite formular un protocolo eficaz para evaluar e interpretar críticamente la acción de los dueños de las industrias y empresas mediáticas con respecto a los procesos de producción, a la conformación de los discursos y a la función que asignan a los receptores, considerados básicamente consumidores, en la interacción comunicativa.

El desarrollo de este epígrafe pretende, por una parte, poner de relieve ciertos aspectos relevantes de la naturalización en el tratamiento mediático de las catástrofes y, por otra, indagar en algunas de las causas que subyacen a la misma. No se trata, por tanto, de una verificación rígida o exhaustiva de una hipótesis, sino más bien del diseño de una línea de investigación que, sin duda alguna, ha de ser completada con estudios empíricos de mayor carácter contrastante y que se llevarán a cabo en trabajos posteriores. No obstante, y como es lógico, la formulación y aplicación del protocolo se realiza introduciendo, cuando es necesario, ejemplos pertinentes extraídos de la aproximación crítica a la construcción que algunos medios de comunicación españoles ha realizado de dos catástrofes naturales cercanas en el tiempo, los terremotos de Haití del 12 de enero de 2010, y el de Chile del 27 de febrero de 2010.

La naturalización mediática, como se ha subrayado en la introducción, supone básicamente la focalización de los relatos de las catástrofes desde el determinismo naturalista y la elisión u olvido de elementos y factores contextuales de carácter político, social, económico y cultural. Las muestras de dicha naturalización se encuentran fundamentalmente en los discursos contruidos a tal efecto, pero, como se intenta resaltar en este trabajo, las razones de la misma abarcan todo el proceso de producción y recepción de la información y comunicación mediática de las catástrofes.

Por eso mismo, una aproximación crítica a este fenómeno comunicativo-mediático debe incidir, como mínimo, en las cuestiones que se afrontan a continuación y que, a modo de resumen, hacen referencia a la estructura y dinámica del sistema de la comunicación imperante en la sociedad actual, a la acción de los dueños y profesionales en cuanto responsables del establecimiento de las agendas, selección y tratamiento de las fuentes, construcción de los discursos-relatos y, finalmente, a las funciones y efectos que se atribuye a dichos relatos (for-

matos y contenidos) en la conformación de modelos de pensar y actuar de los destinatarios/consumidores/ciudadanos.

Dicho esto, y por lo que respecta a la comunicación de catástrofes hay que señalar, en primer lugar, que el hecho comunicativo está en la génesis de este tipo de fenómenos. Como recuerda Lozano (2009: 234), "para que una situación de inestabilidad natural y/o social se convierta en catástrofe es necesario que dicha situación se pueda percibir y, sobre todo, expresar (comunicar) públicamente". El desorden, en tanto que anomalía, y su manifestación a través de la violencia indiscriminada, es el fundamento de este tipo de hechos, de acontecimientos. En este sentido, nos recuerda Imbert (2002: 19), "hoy, el desorden –en sus diferentes encarnaciones: azar, conflicto, accidente, catástrofe– se ha incorporado a las representaciones mediáticas", de manera que "el miedo, la angustia, se convierten en elementos fundadores de los relatos y las mitologías posmodernas". Además, queda fuera de toda duda la trascendencia de los relatos mediáticos en un contexto de información de catástrofes, como ponen en evidencia las campañas de solidaridad que con carácter global se llevan a cabo desde diferentes ámbitos de la sociedad civil, bien a través de organismos internacionales, bien a través de asociaciones locales, entidades financieras, ONG's, etc., con el fin de ayudar a paliar los efectos devastadores de este tipo de fenómenos.

En este sentido, afirma Lozano (2009: 245), los grados de implicación y de reflexividad de los sujetos, frente a las quiebras del acontecer, están influidos, mayoritariamente, por los discursos mediáticos, ya que éstos propician que los sujetos coloquen en un mismo plano la urgencia y la complejidad de las situaciones de inestabilidad provocadas por catástrofes de origen natural (huracanes, terremotos) por catástrofes tecnológicas (mareas negras, accidentes nucleares) y por catástrofes violentas (atentados, guerras).

Cuando se produce una emergencia catastrófica, en general, en los primeros días, el flujo mediático adquiere las dimensiones de una riada, de acuerdo con el principio de incertidumbre y su correspondiente graduación, lo que, unido al flujo mediático ordinario, provoca una sobresaturación discursiva que afecta a receptores, pero también a emisores. Como señala Lozano (2009: 235),

estamos muy habituados a percibir grandes cantidades de información pertenecientes a muchas clases de situaciones de inestabilidad social y/o medioambiental que saturan los límites de nuestras capacidades cognitivas para procesar correctamente esos

datos y, en consecuencia, poder interpretarlos de forma adecuada; esta confusión mental, que no se disipa al descifrar lo que acontece en las situaciones de inestabilidad, no sólo afecta a los usuarios de los medios cuando reciben la información, sino que también afecta a emisores (periodistas, presentadores, redactores) en el momento de reelaborar narrativamente lo sucedido e intentar aproximar (más que explicar) a las audiencias lo sucedido en las quiebras del acontecer.

Esta saturación se da en diversos ámbitos. En primer lugar en los profesionales que operan en el lugar de los hechos. Aquí, las dificultades son varias. Una de ellas está relacionada con la percepción de los hechos, con la dificultad para encuadrar, para jerarquizar, ante la avalancha de imágenes, de relatos, a que se enfrentan los informadores; lo que haría buena, una vez más, aquella máxima que dice: cuanto más miras, menos sabes. Hay que tener presente que en las situaciones de catástrofes las estructuras de gestión de poder también se ven alteradas, por lo que el desconcierto también afecta a las fuentes informativas. Así, en este contexto, protección civil, fuerzas policiales y militares, ONG's, entre otros, emergen como fuentes informativas de primer orden, junto con las fuerzas de gobierno y los organismos internacionales que se hacen presentes en los primeros momentos. En el caso de Haití, es significativo el papel desempeñado por las Fuerzas Armadas norteamericanas tras el terremoto, "resultado sin duda de un generoso deseo de socorrer. Pero también de indiscutibles intereses geopolíticos", como señala Ramonet (2010).

En la coyuntura aludida, se produce, necesariamente, una jerarquización discursiva a partir del relato de los hechos. El relato de las catástrofes es, según Lozano (2009: 237), la reconstrucción escénica de las quiebras del acontecer. Dichos relatos

son, ante todo, información del entorno, datos que no se procesan si no se perciben, pero si se perciben y se procesan, se construyen. Así, las quiebras del acontecer siempre han sido, son y serán entidades pergeñadas por la subjetividad humana (...) Para construir acontecimientos se requiere de relatos que describan, interpreten y, en definitiva, escenifiquen lo sucedido.

Estos relatos, considerando que se elaboran en un contexto marcado por la confusión y el desorden, responden a una estructura narrativa "que escenifica con la información disponible una presentación atractiva y verosímil para despertar el interés del espectador" (Lozano, 2009: 237). La actualidad informativa de catástrofes se sustenta en las reconstrucciones es-

cénicas de las quiebras del acontecer. Su estructura narrativa se caracteriza

por ser un esporádico goteo de datos que, con el paso del tiempo llega a convertirse en un gran torrente de información que desborda, por acumulación, la percepción y comprensión de lo que realmente ha ocurrido y está ocurriendo; de hecho, dicha estructura narrativa funciona exactamente al revés de lo que ocurre en la realidad, en donde la catástrofe se manifiesta a partir de un gran torrente de inestabilidad novedosa e ininteligible que, pasado el tiempo, se va estabilizando en una nueva situación de calma; el testigo presencial o periodista que tiene la oportunidad de elaborar la reconstrucción narrativa delinea, porque no es posible hacer otra cosa en esos momentos, los aspectos más superficiales, llamativos, e incluso estéticos ("figuras catastróficas") lo que ha sucedido en el centro del trastorno; el principal objetivo del relator es restablecer lo más pronto posible, y en primera instancia, su propio desasosiego psicológico, para luego intentar reequilibrar con sus palabras el desasosiego de los espectadores que lo atienden (Lozano, 2009: 241).

Como en otros casos, una de las condiciones de producción de los relatos sobre catástrofes, es la velocidad. En primer lugar, la que se deriva de las condiciones de producción en un contexto de competencia entre medios, pero además agravado por las características de transmisión de los distintos medios, tradicionalmente los audiovisuales, aunque con la llegada de la prensa electrónica este ritmo ha reducido el tiempo de la mediación a la mínima expresión. Precisamente, en este sentido se ha expresado Wolton (2004: 35-36) cuando, refiriéndose a los nuevos desafíos de la comunicación mediática, propone "reflexionar sobre las condiciones de recepción de los diferentes mensajes" ya que a su juicio

no hay teoría de la comunicación sin una problemática del receptor. Esto se traducirá igualmente en la necesidad de admitir la negociación y, por tanto, de lentificar el proceso de comunicación, mientras que hasta ahora sólo se hablaba de acelerarlo. (...) Tomar en cuenta el receptor es, finalmente, plantear la cuestión de la alteralidad y por tanto de la convivencia, que será uno de los grandes asuntos políticos del siglo XXI.

Pero conjugar la velocidad de comunicación con la lentificación que exige una mediación eficaz es un propósito complejo y de difícil ejecución. Si se profundiza en esta cuestión, se puede constatar cómo en las primeras horas y días prima

---

**La naturalización en cuanto focalización de los discursos mediáticos sobre las catástrofes naturales puede ser considerada una manifestación de irresponsabilidad comunicativa que se ha de enmarcar en el proceso de producción de los discursos. Constituye una prueba evidente de la huida de la complejidad comunicativa al optar por la parcialidad y la descontextualización que, sin duda, privan a los receptores, en cuanto ciudadanos competentes, de una información adecuada que permita la comprensión, análisis e interpretación de la situación catastrófica.**

en el relato informativo los efectos de la catástrofe (víctimas y pérdidas materiales) y la descripción del escenario de los hechos. Es decir, la colosal escenografía del desorden centra el flujo mediático. Muy pronto, el epicentro de los relatos se sitúa en los individuos, en los supervivientes y en las víctimas, en la personalización del drama. Simultáneamente, el relato de los hechos se focaliza en el rescate de las víctimas, por lo que las intervenciones de los equipos especializados y la épica que envuelve dichas actuaciones adquieren un elevado protagonismo. Posteriormente, son las historias humanas y la reacción de la comunidad internacional las que centran los relatos. Hay que tener presente que, dado el carácter extraordinario de estos sucesos, los informadores que se desplazan a la zona de los hechos, mayoritariamente enviados especiales, no siempre disponen de la suficiente información de contexto.

Además, como hemos señalado, el desconcierto conlleva la falta de fuentes informativas; fuentes que poco a poco van emergiendo entre representantes de las fracturadas estructuras de poder y de gestión, equipos de rescate y ONG's, así como organismos internacionales presentes en el lugar de los hechos. Es por esto por lo que, como señala Lozano (2009: 241-242),

los medios de comunicación no aportan información rigurosa con los discursos genéricos de las reconstrucciones escénicas de las quiebras del acontecer, más bien facilitan el acceso de un gran número de gente que tele-experimenta la inestabilidad de manera simultánea, es decir, la convergencia tecnológica (unión en red de las industrias culturales, la informática y las telecomunicaciones) ha contribuido a cambiar la "percepción social de los peligros". Las nuevas tecnologías eliminan las barreras del tiempo y el espacio y acercan los acontecimientos a los sujetos receptores facilitando la tele-experimentación de situaciones de inestabilidad social. Daría la impresión de que los receptores estuvieran en el lugar de los hechos, como si también fueran damnificados

porque no son conscientes de la existencia de las mediaciones (comunicativas y técnicas) que les permiten acercarse, en tiempo y en espacio, a los escenarios de los hechos.

Como contrapunto a la excitación informativa inicial, justificada en principio por las desmesuradas dimensiones de los hechos, nos encontramos con que a partir de un momento indeterminado, el tema desaparece de las escaletas de los medios. Primero se produce un descenso gradual en el tiempo y el espacio asignado y, en un determinado momento, desaparecen de las agendas. Para Lozano (2009: 235),

una vez que, con el paso del tiempo, se tiene mucha más información (contrastada y fiable) para explicar lo sucedido, la catástrofe va perdiendo el interés como noticia, ya no forma parte de las primeras páginas, ni de los titulares, a lo sumo se publicará en lugares mucho menos destacados.

Pero, ¿cuándo se produce este momento, cuándo abandonan los medios el lugar de los hechos? Podemos decir que cuando la explotación icónica, cuando el rendimiento icónico está agotado. Dicho de otro modo, cuando la inversión está amortizada, cuando los relatos dejan de cotizar en el mercado de las audiencias, cuando el drama se traslada del exterior (la calle), al interior de las residencias (sean éstas las habituales o las provisionales como las casas prefabricadas, las carpas o las tiendas de campaña), al seno de las familias, del individuo que vive en la intimidad la pérdida de los suyos, de sus bienes, de su vida cotidiana. También, cuando la resistencia física y mental de los informadores desplazados a la zona se resiente, y cuando los gastos de mantenimiento de estos mismos equipos y los costos de transmisión superan el umbral que cada medio establece.

A diferencia de rupturas del acontecer de otro orden, en los casos de las catástrofes naturales el foco de la información se lo-

caliza en la magnitud y las consecuencias de los hechos (vidas humanas y pérdidas materiales). En este caso, no hay investigación que llevar a cabo (a excepción en el caso de Chile del fallo en el sistema de alerta de los tsunamis), ni autoría de los hechos, ni contexto geopolítico que describir. Como mucho, los antecedentes de hechos similares y las políticas de prevención de este tipo de riesgos llevadas a cabo. Por eso, probablemente, los relatos se centran, fundamentalmente, en el estricto presente. Y por eso, cuando finaliza el periodo en que una persona puede sobrevivir sin agua ni alimentos es cuando los equipos de rescate abandonan la zona. Posteriormente, lo hacen los informadores agotados tras intensas jornadas de trabajo y, generalmente, sin opciones de relevo. Cuando los muertos han sido enterrados, el tema deja de tener futuro. Como si se pudiera poner punto y final a las rupturas del acontecer. Como si no hubiese historias que seguir contando, aunque sea de forma periódica y premeditada y no al albur de que el medio mantenga un corresponsal en la zona porque se trate de un enclave preferente para sus intereses empresariales. O de que los seguimientos se produzcan en claves que nada tienen que ver con la responsabilidad que exige la lógica comunicativa de los medios.

Algunas muestras de estas claves serían, cuando tras semanas de no saber de Haití a través de los medios españoles, puntualmente, hemos vuelto a tener noticias el 16 de marzo porque el actor Sean Penn, que se encuentra en la isla desde una semana después del terremoto, recibe al secretario general de la ONU, Ban Ki-moon, en la sede de su Organización de Ayuda para Haití Jenkins-Penn (Jenkins-Penn Haiti Relief Organization). Del mismo modo que la visita de la ministra española de Defensa, Carmen Chacón, a la isla dos meses después del sismo, para supervisar los trabajos de un contingente de 450 soldados españoles en la zona, tiene un amplio seguimiento los días 22 y 23 de marzo. O cuando al cumplirse tres meses de la tragedia de Haití, los días 12 y 13 de abril algunos medios españoles ofrecieron, mediante textos de agencias, informaciones sobre la lenta recuperación de una cierta normalidad en la isla.

En conjunto, se trataría, de acuerdo con Kapuscinski (2000:117), de manifestaciones de la “nueva dramaturgia” que introducen los medios. Una dramaturgia

que carece del último acto, que no tiene final. Vemos en la pantalla del televisor, oímos por la radio o leemos en un periódico que ha ocurrido algo. Vemos ese acontecimiento, vemos a las personas involucradas, vemos que algo se mueve, escuchamos explicaciones. Y de pronto, al cabo de varios días, todo desaparece de nuestra vista de una vez para siempre. No sabemos qué ha ocu-

rrido con esas personas, cómo ha acabado el asunto. Y lo más seguro es que nunca lo sepamos: el acontecimiento en cuestión no tiene futuro (y las más de las veces, tampoco pasado) (2000: 117).

#### 4. ALGUNAS CONCLUSIONES

El desarrollo de los contenidos de este trabajo conduce, en primer lugar, a la constatación de que una aproximación crítica sobre la naturalización de los discursos mediáticos en torno a las llamadas catástrofes naturales o riesgos extraordinarios pone de manifiesto el predominio de un enfoque determinista (Beck, 2002) de la acción irracional e incontrolable de la naturaleza, que conlleva la exclusión y minusvaloración de un complejo conjunto de concausas, naturales y sociales, a la hora de construir el relato y la interpretación de los hechos catastróficos. Es cierto, no obstante, que esa primera constatación tiene, por ahora, un carácter parcial que sólo adquirirá categoría de conclusión o tesis cuando se lleve a cabo, como se pretende hacer, una verificación de la hipótesis formulada a partir del análisis y tratamiento de un corpus textual relevante.

La aportación más importante de este trabajo hace referencia, como se anotó en el primer epígrafe, al establecimiento de los supuestos en los que se fundamenta tanto la formulación como el proceso de investigación pertinente para llevar a cabo la verificación de la hipótesis en torno a la naturalización de los discursos mediáticos sobre las catástrofes naturales. Es decir, tanto la Responsabilidad Comunicativa como perspectiva de estudio de la estructura y dinámica del sistema mediático, como la delimitación de las catástrofes como fenómeno complejo, en lo que respecta a sus causas, proceso y efectos, constituyen una base teórica y práctica adecuada y eficaz para el análisis e interpretación del objeto de investigación, puesto que ambos supuestos ofrecen la posibilidad de conjugar los factores y proponer los requisitos que emisores, receptores y discursos deben respetar para la construcción adecuada y coherente de la información sobre las catástrofes naturales.

Acorde, en fin, con las afirmaciones vertidas en los dos párrafos anteriores se puede corroborar, como resultado del trabajo, que la naturalización en cuanto focalización de los discursos mediáticos sobre las catástrofes naturales puede ser considerada una manifestación de irresponsabilidad comunicativa que se ha de enmarcar en el proceso de producción de los discursos y constituye una prueba evidente de la huida de la complejidad comunicativa al optar por la parcialidad y la descontextualización que, sin duda, privan a los receptores, en cuanto ciudadanos competentes, de una información adecuada que permita la comprensión, análisis e interpretación de la situación catastrófica.

## REFERENCIAS

- Beck, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Madrid: Siglo XXI.
- Bernardo, J. M. (2003) Pensar los *media*, interpretar la complejidad. En Bernardo, J.M.; Gavaldà, J. y Pellisser, N. (Coords.) *El debate sobre la cultura de la imagen*. Valencia: Nau Llibres.
- Bernardo, J. M. (2006). *El sistema de la comunicación mediática. De la comunicación interpersonal a la comunicación global*. Valencia: Tirant lo Blanc.
- Bernardo, J. M. (2009). De “consumidor” a “ciudadano”. Crítica de la construcción del receptor en la producción mediática. En francés, M. (Ed.), *Hacia un nuevo modelo televisivo. Contenidos para la Televisión Digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bernardo, J.M.; Pellisser, N. (2006). La construcción mediática de la sanidad. En Gallardo, B.; Hernández, C.; Moreno, V. (Ed.) *I Congreso nacional de lingüística clínica*. Valencia: Universitat de València.
- Bernardo, J. M.; Pellisser, N. (2009). La información sanitaria y los discursos mediáticos. En Moreno, C. (Ed.) *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Bernardo, J. M.; Pellisser, N. (2009a). La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso “El Cabanyal”. En RLCS, *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, 2009 (<http://www.revistalatinacs.org/09/>).
- Bernardo, J.M.; Pellisser, N. (2009b). Responsabilidad comunicativa y tratamiento mediático de la violencia de género. En Marzal/Casero/Gómez Tarín, *Actas.Tendencias. Periodismo audiovisual en la era del espectáculo*. Castellón: UJI (CD ISBN: 978-84-692-2179-2).
- Bernardo, J.M.; Pellisser, N.; Vicent, C. (2010). De la autorregulación a la Responsabilidad Comunicativa. En *Comunicación y desarrollo en la era digital*, Congreso internacional de AE-IC; Málaga, 2010.
- Bourdieu, P. (1997). *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.
- Bustamante, E. (Coord.) (2002). *Comunicación y cultura en la era digital. Industrias, mercados y diversidad en España*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, E. (2004). *La televisión económica. Financiación, estrategias y mercados*. Barcelona: Gedisa.
- Camps, V. (1999). La responsabilidad ética de los medios informativos. En Bonete Perales, E. (Ed.) *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Tecnos.
- Camps, V. (2004). Instituciones, agencias y mecanismos de supervivencia mediática. En Conill, J.; Gozávez, V. (Coord.) (2004). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid: Alianza.
- Cebrián, J. L. (2003). Los valores de la empresa informativa. En Cortina, A. (Ed.) *Construir confianza. Ética de la empresa en la sociedad de la información y las comunicaciones*. Madrid: Trotta.
- Conill, J.; Gozávez, V. (Coord.) (2004). *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.
- Cortina, A. (2004). Ciudadanía activa en una sociedad mediática. En Conill, J.; Gozávez, V. (Coord.) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa.
- Curran, J. (2005). *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer.
- Dayan, D. y Katz, E. (1995). *La historia en directo. La retransmisión televisiva de los acontecimientos*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Díaz Nosty, B. (2005). *El déficit mediático*. Donde España no converge con Europa. Barcelona: Bosch.
- Diezhandino, M. P. (2007). *Periodismo y poder*. Madrid: Pearson.
- Farré Coma, J. (2004). Espirales de riesgo en tiempo de crisis. En *Zer*, 27-43.

- Farré Coma, J. (2005). Comunicación de riesgo y espirales del miedo. En *Comunicación y Sociedad*, 3, 2005, 95-119.
- García Marzá, D. (2004). Ética de la publicidad. En Conill, J.; Gozálviz, V. (Coord.) *Ética de los medios. Una apuesta por la ciudadanía audiovisual*. Barcelona: Gedisa, 111-137.
- García Perdiguero, T. (2003). *La responsabilidad social de las empresas en un mundo global*. Barcelona: Anagrama.
- Gil Calvo, E. (2003). *El miedo es el mensaje*. Madrid: Alianza.
- Gil Calvo, E. (2009): Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación. En Moreno, C. (ED.) *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid, Biblioteca Nueva, 185-197.
- Humanes, M. L. (2006). La anarquía periodística: Por qué le llaman información cuando quieren decir... En Ortega, F. (Coord.), *Periodismo sin información*. Madrid: Tecnos.
- Imbert, G. (2002). Azar, conflicto, accidente, catástrofe: figuras arcaicas en el discurso posmoderno (entre lo eufórico y lo disfórico). En *Trama y fondo*, 12, 2002, 19-31.
- Imbert, G. (2008). *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- Kapuscinski, R. (2000). *Lapidarium IV*. Barcelona: Anagrama.
- Kapuscinski, R. (2002). *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- Lacalle, Ch. (2001). *El espectador televisivo*. Barcelona: Gedisa.
- Linde, E. y Vidal, J. M. (2007). *Derecho Audiovisual*. Madrid: Colex.
- Lozano Ascensio, C. (2009). Periodismo de catástrofes: La actualidad informativa como fuente de incertidumbres. En Moreno, C. (Ed.) *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Moreno, C. (Ed.), Madrid: Biblioteca Nueva, 231-248.
- McPhail, Th. L. (2010). *Global Communications. Teories, Stakeholders and Trends*. Third Edition, Wiley&Blackwell publication.
- Moreno, C. (Ed.). *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid: Biblioteca Nueva.
- Morin, E. (2000). *La mente bien ordenada*. Barcelona: Seix Barral.
- Mosco, V. (2009). *La economía política de la comunicación. Reformulación y renovación*. Barcelona: Bosch.
- Orozco, G. (2006). Los estudios de la recepción: de un modo de investigar, a una moda, y de ahí a muchos modos. En Saintout, F.; Ferrante, N. *¿Y la recepción? Balance crítico de los estudios sobre el público*. Buenos Aires: La Crujía, 15-31.
- Ortega, F. (2006). *Periodismo sin información*. Madrid: Tecnos.
- Ramonet, I. (1998). *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- Ramonet, I. (2010). Aprender de Haití. En *Le Monde diplomatique en español*, nº 172 Febrero de 2010, 1.
- Verón, E. (2002). *Construir el acontecimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Wolton, D. (2004). *La otra mundialización. Los desafíos de la cohabitación cultural global*. Barcelona: Gedisa.

**José María Bernardo** es licenciado en Filosofía y Teología, Universidad Lateralense de Roma. / Licenciado en Geografía e Historia y Licenciado en Filología Hispánica por la Universidad de Valencia (UVEG). / Estudios de Sociología en el Instituto de Estudios León XIII de Madrid. / Doctor en Filología Hispánica por la UVEG. / Profesor Titular de Comunicación Audiovisual UVEG.

**Nel•lo Pellisser** es licenciado en Ciencias de la Información, Universidad Autónoma de Barcelona (UAB). / Doctor en Comunicación Audiovisual por la Universidad de Valencia. / Profesor Asociado de Comunicación Audiovisual y Publicidad de la Universidad de València-Estudi General.