

La recepción de los mensajes mediáticos en situaciones de crisis.

Análisis de los efectos de la comunicación del caso Prestige

Ariadna Rodríguez Teijeiro

Laboratorio de Prospección Social

Universidad de A Coruña

Campus de Elviña, 15071-A Coruña

Telf. 981 167000; email: ariadna@udc.es

I. Introducción

La génesis y desarrollo de la *Mass Communication Research*, constituida por una línea de investigación relativa a los efectos producidos por los medios de comunicación en la opinión pública, concretamente, “hacia sus efectos inmediatos y a corto plazo sobre un público receptor pasivo, primero, y más tarde, hacia los efectos acumulativos y a largo plazo sobre una sociedad activa y heterogénea” (Rodríguez Teijeiro, 2007: 127), sitúa el tema de los efectos sociales de los medios de comunicación de masas como uno de los ámbitos de mayor trascendencia en el estudio de la comunicación mediática, siendo considerado como el aspecto más visible de la acción y presencia de los medios de comunicación en las sociedades modernas y contemporáneas (Alsina, 2005: 88 y Wolf, 1992: 96).

Si el papel de los medios de comunicación ha sido importante en cualquier época y tipo de sociedad desde su surgimiento y generalización alrededor de los años treinta¹, lo es de manera especialmente relevante en el contexto de la sociedad del riesgo actual (Gil Calvo, 2003) en la que no sólo la gestión sino la comunicación social y mediática de crisis y catástrofes, constituye un aspecto de vital importancia. No en vano, a lo largo de las distintas fases de desarrollo de los estudios sobre los efectos de los medios de comunicación masivos, se ha ido comprobando empíricamente la existencia de diversos niveles de afectación de su contenido

¹ Coincidiendo con el primer periodo de desarrollo de los estudios mediológicos sobre los efectos (*Mass Communication Research*) en el que se elaboran distintos modelos teóricos que se recogen en las primeras teorías tales como la teoría de la bala mágica, la aguja hipodérmica, la transición en cadena, o la teoría del estímulo-respuesta, que establecen la existencia de un poder fuerte de los medios al amparo de su concepción como instrumentos omnipotentes de manipulación sobre un público receptor pasivo.

sobre la conformación, modificación o mantenimiento de las actitudes, opiniones y percepciones de la población receptora de los mismos².

En este sentido, teniendo en cuenta no solamente el decisivo papel de los medios de comunicación en el conocimiento y recepción de cualquier suceso o acontecimiento -y especialmente en el desarrollo y gestión de aquellas situaciones susceptibles de generar una alta inestabilidad social y política como son las crisis o las catástrofes-, sino también las dificultades que, de entrada, el estudio de sus efectos plantea³, nuestras pretensiones se centran, en esta ocasión, en el hundimiento del buque Prestige frente a las costas gallegas en el año 2002, como un estudio de caso de naturaleza paradigmática en el que los aspectos sociales, políticos y mediáticos que lo componen constituyen variables fundamentales y determinantes en su estudio. Hablamos, en concreto, de las características y modo de vida de la población afectada por los vertidos del buque, la trascendencia social y mediática alcanzada por el suceso y la relevancia e implicaciones políticas del mismo.

Así, partiendo de un marco teórico determinado por la *Mass Communication Research* desde el que se establece la existencia de diversos grados de poder de los medios de comunicación (poder fuerte, poder limitado y poder acumulativo), así como distintos niveles de influencia de sus contenidos mediáticos sobre la conformación de las actitudes y opiniones de la población receptora⁴, y basándonos en el análisis del discurso producido en los Grupos de

² En efecto, según la fase de desarrollo en la que nos situemos, nos encontramos con un efecto de manipulación de las opiniones del público receptor de los mensajes mediáticos –primer periodo-, un efecto de refuerzo de las opiniones ya existentes –en el segundo periodo- o un efecto de construcción de las mismas a largo plazo y de manera acumulativa –tercer y último periodo cuyos resultados todavía siguen vigentes en la actualidad-.

³ La enorme diversidad en las investigaciones, así como en los modelos teóricos aplicados y en la cantidad de teorías surgidas a raíz de su estudio durante el desarrollo de la *Mass Communication Research*, se debe, según diversos autores, a la notable dificultad para su estudio empírico. En primer lugar, partiendo de la premisa de que “los mass media no son más que uno, quizá el más importante, de los canales (de información) posibles a los que el individuo tiene acceso” (Rodrigo Alsina, 2005: 74), muchos de los estudios basados únicamente en el análisis de un solo medio de comunicación pecan de parcialidad ya que no tienen en cuenta la influencia de otros medios de comunicación existentes entre la oferta comunicativa, así como el posible efecto de orquestación producido entre todos ellos.

En segundo lugar, el modelo de europeo de pluralismo existente en la oferta informativa en el que cada medio informa en función de una determinada tendencia ideológica, supone que la selección de unos medios de comunicación u otros a la hora de llevar a cabo una investigación sobre los efectos, sesgará completamente los resultados hacia una u otra tendencia determina por la línea editorial del diario en cuestión.

Por último, pese que a lo largo del desarrollo de la *Mass Communication Research* ha ido aumento su importancia y protagonismo, para algunos autores no se considera en toda su importancia las propias características de la población receptora –actitudes, valores o juicios preexistentes- como factores determinantes que condicionan y dirigen el efecto final de la comunicación mediática.

⁴ Se trata, en concreto, de la existencia de tres niveles de afectación de la información y contenidos mediáticos sobre el público receptor, a saber: a) nivel de cognición, entendido como el procedimiento por el que procesamos psíquicamente la información (recepción, selección, memoria, organización y transformación); b) nivel de

Discusión y Entrevistas Abiertas realizadas a distintos colectivos sociales implicados en la catástrofe –marineros, mariscadoras, hosteleros, vecinos, etc.- en diversos puntos de la geografía gallega afectada⁵, la presente comunicación constituye un análisis exhaustivo de cuál ha sido la percepción social existente entre la población directamente afectada por la catástrofe en relación al papel desempeñado por los medios de comunicación durante la gestión institucional y comunicativa de la misma.

II. Principales características del proceso comunicativo del caso Prestige desde el punto de vista de sus efectos sobre la población afectada

Los medios en comunicación en el papel de agentes cooperantes que se les atribuye durante la segunda fase de desarrollo de la MCR⁶, parecen haber contribuido a un posible efecto de refuerzo de la opinión pública existente en torno al tema, siendo en este caso, los valores, opiniones y actitudes existentes previamente a la acción informativa entre la población receptora, los que, interactuando junto con los medios de comunicación, parecen haber determinado sus efectos en los siguientes aspectos:

En líneas generales, a partir del análisis del discurso producido por la población participante en los Grupos de Discusión realizados, podemos decir que la población directamente afectada por el hundimiento del Prestige, señala la existencia de distintos niveles de afectación del contenido de los medios de comunicación, otorgándoles diversos papeles en la gestión

actitud o de juicio, en la predisposición del individuo receptor para valorar de manera favorable o desfavorable la realidad; y c) nivel de comportamiento, en la actuación del individuo a partir de determinadas informaciones sobre hechos o acontecimientos concretos (Canel, 1999: 182) (para más detalle sobre los efectos de la comunicación mediática llevada a cabo tras el hundimiento del buque Prestige en uno de los niveles señalados, véase Rodríguez Teijeiro, 2007).

⁵ Dicho material constituye el Trabajo de Campo realizado en el marco del proyecto de investigación “De la catástrofe ecológica a la crisis política: Opinión pública y opinión publicada sobre el caso Prestige” financiado en convocatoria pública por el Ministerio de Ciencia y Tecnología y la Xunta de Galicia durante el periodo 2003-2006.

⁶ A partir de los estudios llevados a cabo durante el segundo periodos de desarrollo de la Mass Communication Research, se minimiza el enorme poder atribuido durante sus inicios a los medios de comunicación como agentes creadores de opinión y constructores de la realidad informativa dando lugar al denominado *paradigma del poder limitado de los medios*. Por un lado, los medios de comunicación dejan de ser los únicos agentes de influencia en la conformación de opiniones tal y como se consideraba en periodos anteriores, actuando como agentes cooperantes junto con otra serie de factores intermediarios –cuáles-. Se considera, por tanto, que la acción conjunta de los medios de comunicación junto a otra serie de variables no menos importantes, determinarán la dirección y el nivel de los efectos de los mensajes emitidos por los medios de comunicación sobre las actitudes y opiniones existentes entre la población. En definitiva, la comunicación mediática se convierte en un factor más que interactúa fundamentalmente con las características y predisposiciones previas de los individuos receptores, las cuales determinarán, en última instancia, la afectación social de la acción comunicativa.

informativa de la catástrofe. A saber, en primer lugar, identifican a los medios como agentes creadores de opinión en función de las tendencias que determinan sus distintas líneas editoriales, esto es, parecen alcanzar una posible incidencia en las actitudes y opiniones de la población receptora; estaríamos en este caso ante una afectación de los contenidos mediáticos a un *nivel de actitud o juicio*⁷. En segundo lugar, los medios de comunicación son identificados como agentes directores de la atención y constructores de distintas realidades en torno a un mismo suceso informativo logrando una incidencia a un *nivel cognitivo*.

Por último, esa población afectada de la que hablamos señalan a los medios de comunicación en general como movilizadores sociales, que a partir de la transmisión de ciertas imágenes e informaciones, dan lugar a una “*conciencia cívica*” manifestada a través de la llegada masiva de ayudas y voluntarios a las zonas afectadas por la catástrofe. Este hecho determinaría la actuación y el comportamiento de los individuos receptores incidiendo a un *nivel de comportamiento*. Esto, como decimos, a nivel general, pero conviene analizar los aspectos que caracterizan la comunicación mediática llevada a cabo en relación a la catástrofe de un modo más concreto y detallado.

Existencia de manipulación informativa:

Como decimos, a partir del análisis del discurso de las opiniones vertidas por la población afectada por la catástrofe del buque Prestige, se aprecia que, en numerosas ocasiones, la población denuncia la existencia de un grado de manipulación informativa por la que se considera que los contenidos de los medios de comunicación están determinados, dirigidos o vetados desde el poder político con una finalidad de engaño, ocultación de información o manipulación de la opinión pública y, en concreto, en relación a la naturaleza, consecuencias y aspectos polémicos de la gestión de la catástrofe. En estos casos, se llega incluso a considerar a ciertos medios de comunicación informadores de la catástrofe y su gestión como “*el brazo armado del poder político*”.

⁷ Se trata del esquema de tres niveles de afectación de la información y contenidos mediáticos sobre el público receptor seguido por Canel para la medición de los efectos de la comunicación política, a saber: a) nivel de cognición, entendido como el procedimiento por el que procesamos psíquicamente la información (recepción, selección, memoria, organización y transformación); b) nivel de actitud o de juicio, en la predisposición del individuo receptor para valorar de manera favorable o desfavorable la realidad; y c) nivel de comportamiento, en la actuación del individuo a partir de determinadas informaciones sobre hechos o acontecimientos concretos (Canel, 1999: 182).

En efecto, los medios de comunicación audiovisuales públicos –TVE1, TVE2 y TVG-, así como los medios de comunicación escritos beneficiarios de algún tipo de subvención autonómica –Faro de Vigo, Ideal Gallego, El Correo Gallego o La Voz de Galicia⁸-, son considerados como fuentes de manipulación de la realidad existente en torno a la catástrofe, con la finalidad de ocultar o bien de suavizar las deficiencias o errores cometidos en la gestión de la catástrofe, dependiendo de la tendencia ideológica de las distintas líneas editoriales. Los medios de comunicación son señalados, por tanto, como “sospechosos” llegándose incluso a plantear la existencia de actividades de “*compra*” de determinados medios por parte de las instituciones. Mientras, las cadenas de televisión privadas consideradas como independientes por la población afectada, a saber, Telecinco, Canal Plus o el diario El País, se erigen como los transmisores de una versión certera de la realidad de lo ocurrido.

Desmesura en la cobertura mediática:

Así mismo, la enorme cobertura mediática otorgada a la catástrofe, constituida por un ingente volumen de noticias, minutos radiofónicos y televisivos, entrevistas, debates, programas especiales así como las diversas numerosas publicaciones relativas al hundimiento del buque, mantenida durante un dilatado periodo de tiempo posterior al hundimiento, podríamos decir que ha sido percibida y valorada por la población afectada de un modo ambivalente.

Por un lado, esa amplia y extensa cobertura mediática, convertida en un baile de cifras sobre la cantidad de toneladas de fuel derramado o los kilómetros de costa afectada, en declaraciones y contradecaraciones institucionales, en entrevistas y debates radiofónicos y televisivos, parecen haber contribuido a generar cierta sensación de desinformación entre la población afectada. De hecho, del discurso manifestado en los Grupos de Discusión se desprende la percepción de un exceso de ruido informativo y una notable desmesura en la cobertura mediática otorgada al suceso. Ese alubión informativo surgido a raíz de la catástrofe es calificado por la población afectada de “*bombardeo*” y “*saturación*” de información.

⁸ Resulta conveniente destacar en este punto el hecho de que los discursos aquí reproducidos no se basan en informaciones constatadas sino que se tratan de las opiniones manifestadas por la población interviniente en los distintos Grupos de Discusión, por lo que es posible que la consideración de algunos de estos medios como beneficiarios de algún tipo de subvención sea errónea. Hay que decir también que en el caso de este último, La Voz de Galicia, la población señala la existencia de un cambio de actitud en el tratamiento informativo de las informaciones relativas a la gestión de la catástrofe, determinado por el “*aviso*” por parte de alguna institución que otorgaría algún tipo de subvención al diario. A partir de ese momento, según la población interviniente en uno de los Grupos de Discusión, las críticas transmitidas inicialmente a través de este diario se verían sustancialmente suavizadas.

En este sentido, y profundizando un poco más en este aspecto, se plantea que a través de “la fuerza de las imágenes” transmitidas a través de los medios de comunicación televisivos, se generó un *“sentimentalismo extremo”*. Así mismo, lo que podríamos denominar como una sobre-representación de la catástrofe podría haber contribuido en gran medida –y siempre desde el punto de vista de la población afectada- al importante desarrollo del movimiento voluntario -existiendo, sin embargo, *“cantidad de cosas más importantes en el mundo que no crean ese tipo de colectivos”*-, así como la transmisión de una *“imagen tercermundista”* de Galicia y de una versión trágica de la realidad: *“Llegaron juguetes, ropa, libros... como cuando realmente hay una catástrofe”*; *“El Prestige fue una catástrofe... grande pero nos la vendieron tres veces más grande de lo que fue”*.

Por otro lado, opiniones contrarias a estas vertidas por la población gallega afectada por la catástrofe del buque, manifiestan y denuncian la existencia de un *“apagón informativo”* por parte de determinados medios de comunicación, concretamente, por aquellos considerados afines al Gobierno, esto es, cadenas públicas y Antena Tres. En este caso, se considera que las informaciones e imágenes transmitidas trataban de minimizar e incluso de no manifestarse sobre determinados aspectos polémicos de la catástrofe, tales como los relativos a la cantidad de fuel derramado, el alcance de los daños medioambientales o el recorrido errático del buque antes de su hundimiento.

En este sentido, se considera a los medios de comunicación, tanto escritos como radiofónicos o televisivos, como instrumentos del poder político los cuales se encargan de construir y transmitir versiones divergentes de una misma realidad en virtud de los distintos intereses que determinan la línea editorial de cada uno de ellos. No en vano, la población afectada las califica como *“realidades virtuales”* que, en la mayoría de los casos, no se corresponden con la *“realidad real”* que ellos mismos podían percibir de manera directa por la cercanía de la catástrofe.

Existencia de un consumo informativo selectivo:

En la cobertura informativa de los asuntos de actualidad, en general, y durante la cobertura mediática del caso Prestige, en particular, se mantiene en los medios de comunicación tanto escritos como audiovisuales, un modelo de pluralismo externo (Donsbach en Muñoz-Alonso y Rospir, 1995: 53), según el cual cada medio informa en función de una línea editorial

determinada⁹. En efecto, como hemos visto, la población afectada nos muestra a través de sus discursos su percepción de los medios de comunicación: a) como constructores de distintas realidades, y b) como creadores de opiniones divergentes, en función de las tendencias ideológicas que los medios mantienen en sus líneas editoriales.

En esta línea, dado que los medios de comunicación, especialmente los medios televisivos, fueron distinguidos prontamente por la población en función del enfoque político que le otorgaban al hundimiento del buque, los individuos parecen haber llevado a cabo un consumo informativo selectivo en base a sus predisposiciones cognitivas previas relativas al suceso. En este sentido, siguiendo a autores como Noelle-Neuman y Wolfgang Donsbach, los individuos expuestos a la comunicación informativa que cuentan con unas opiniones previamente formadas en relación a un hecho informativo determinado, tienden a seleccionar los medios de comunicación con tendencias afines a las propias y a atender y asimilar aquellas informaciones que se encuentren en consonancia con sus valores, opiniones y percepciones previas, tratando de hallar la concordancia y coherencia que refuerce sus percepciones¹⁰, de modo que los individuos receptores considerados como “inactivos” por no tener una concepción y esquemas de pensamiento previos en relación a un tema, serían los que se encontrasen más expuestos a una posible afectación del contenido de los medios de comunicación sobre sus actitudes y opiniones.

Uso social de la información:

Durante un largo periodo de tiempo posterior al hundimiento del buque Prestige, las noticias sobre su gestión y posibles consecuencias medioambientales, políticas y económicas, ocuparon un lugar central en las conversaciones cotidianas y en las relaciones interpersonales de las poblaciones afectadas. En este contexto, tanto para exponer públicamente las opiniones propias como para rebatir con coherencia las opiniones ajenas y contrarias, la población hace uso de aquellos medios y contenidos informativos en los que los mensajes son coherentes con

⁹ Frente a este modelo europeo de pluralismo externo, se encuentra el modelo plural interno, propio del sistema informativo estadounidense, según el cual dentro de un mismo medio se da cabida a las informaciones correspondientes a cada uno de los puntos de vista políticos y sociales relevantes. Así, mientras que según este modelo, el pluralismo existe dentro del propio medio, en el modelo de pluralismo externo, ese pluralismo se encuentra “en el quiosco” a través de los diversos ofertores (Donsbach en Muñoz-Alonso y Rospir, 1995: 53).

¹⁰ De hecho, aquellos individuos receptores de la información que podríamos considerar como inactivos (non-discussants: Robinson, 1976) por no tener una concepción y esquemas de pensamiento previos en relación a un tema, se habrían encontrado más expuestos a una posible afectación a nivel de cambio o construcción de sus actitudes, opiniones o percepciones sobre el suceso, ya que no mantendrían una actitud selectiva frente a las informaciones.

sus valores y opiniones previamente formadas. De este modo, parece apropiado atribuirle una utilidad social a la información que desembocaría -según los presupuestos teóricos de un modelo que establece la existencia de un poder de refuerzo de las actitudes y opiniones a través de un consumo selectivo de la información-, en el mantenimiento y consolidación de las percepciones, actitudes y opiniones preexistentes entre la población afectada en relación al tema, es decir, en un efecto de refuerzo de las mismas.

Percepción directa y comunicación interpersonal como fuentes de información:

La población afectada contaba en todo momento con la posibilidad de acceso a otras fuentes de información relativas a la catástrofe más allá de los medios de comunicación. En concreto, contaban, por un lado, con la posibilidad de percibir de manera directa lo acontecido y, por otro, con el alto nivel de comunicación interpersonal existente entre ellos. Nos encontramos, por tanto, ante un bajo nivel de dependencia de los individuos respecto las informaciones transmitidas a través de los medios lo cual, en base a las teorías que conforman el modelo teórico correspondiente a la existencia de un poder de refuerzo de los mensajes mediáticos, su posible afectación de cara a alcanzar un efecto de cambio de las actitudes u opiniones de la población afectada, en principio, se vería disminuida. En ese caso, el alto grado de comunicación interpersonal actuaría como un elemento potenciador del efecto de refuerzo de las actitudes preexistentes entre la población aumentando la necesidad de fortalecer sus opiniones de cara a exponerlas en sus debates públicos y cotidianos, si bien podría actuar también como un factor reductor del mismo, considerando, en este caso, la comunicación interpersonal como un filtro que reduciría la influencia de los mensajes mediáticos sobre el público receptor.

Peculiaridades del consumo informativo televisivo:

La espectacularidad de las imágenes transmitidas así como el amplio despliegue informativo realizado en las zonas afectadas por el hundimiento del buque, parecen haber actuado como reclamo de la atención de la población afectada, habiendo seguido los acontecimientos, tal y como manifiestan en sus discursos, en mayor medida a través de la televisión. En este sentido, las características propias de la comunicación mediática llevada a cabo a través de los medios televisivos, a saber, a) el factor de acumulación, resultante de la transmisión periódica y constante de las informaciones; b) el factor de homogeneidad, es decir, la argumentación

prácticamente unánime respecto a acontecimientos, personas, problemas, etc.; y c) la pasividad que caracteriza al consumo televisivo (Noelle-Neumann, 1995: 36), hacen que los individuos receptores consuman los mensajes de manera más inconsciente y menos selectiva.

De este modo, el mantenimiento de una actitud selectiva de exposición y asimilación de determinadas informaciones, la cual –como decimos- tiende a hacer reforzar y mantener las opiniones preexistentes, resulta más difícil de mantener frente a los medios televisivos que frente a los medios de comunicación impresos. En definitiva, este tipo consumo informativo mayoritario entre los individuos receptores, podría haber incidido en un posible cambio de las actitudes y opiniones de la población poniendo en entredicho la existencia del mero efecto de refuerzo que indicamos anteriormente.

a) **Exposición constante y cotidiana:** La dilatada gestión tanto institucional como mediática llevada a cabo tras la catástrofe del Prestige, conlleva la existencia durante un largo periodo de tiempo de multitud de noticias, artículos, documentales, entrevistas, programas especiales, etc. relativos a la catástrofe publicados de manera diaria. Del grado de implicación e interés existente hacia el tema por parte de la población afectada, de la importante cobertura mediática del suceso y de las opiniones vertidas por la propia población, se desprende la existencia de un alto grado de consumo informativo durante los meses posteriores a la catástrofe: *“Durante esos días hubo un bombardeo de noticias”*. Asimismo, este alto grado de consumo informativo ha ido acompañado de una exposición constante y cotidiana de la población a los mensajes mediáticos transmitidos, la cual determina, según Mauro Wolf, un efecto mediático de los medios de comunicación basado en la acción informativa constante, sutil y cotidiana de sus contenidos.

b) **Asimilación inconsciente del contenido informativo:** Tal y como se desprende de los discursos vertidos por la población de los municipios afectados por la catástrofe, la acción informativa constante, sutil y cotidiana que tiene lugar a raíz de la catástrofe, además de un mayor efecto sobre la conformación de las actitudes y opiniones de la población expuesta, ha podido conllevar la asimilación de manera casi inconsciente del contenido de los mensajes informativos. De este modo, continuando con las tesis de Mauro Wolf, al final de un periodo de cobertura informativa tan prolongado, la población receptora mezclaría sus percepciones directas de la catástrofe con las transmitidas a través del proceso de información mediático,

siendo incapaz de diferenciar entre lo innato –sus propios juicios y valores- y lo adquirido a través de los medios (Wolf, 1992: 36).

Así, en virtud del modelo teórico en el que se establece la existencia de un poder acumulativo de los contenidos mediáticos a través de la exposición constante al contenido de los medios de comunicación, podemos decir que el consumo informativo elevado y continuado que se da en nuestro estudio de caso, junto con la asimilación casi inconsciente de los mensajes mediáticos, conlleva una situación de una mayor vulnerabilidad de la población receptora ante los efectos acumulativos de los medios de comunicación sobre la conformación de sus actitudes, opiniones y percepciones en relación al suceso en cuestión.

Influencia sobre la percepción de la realidad:

En base a la existencia de esta serie de circunstancias comunicativas, a saber, la acción del proceso informativo relativo a la catástrofe en un contexto cuyas variables sociales y mediáticas se encuentran fuertemente interrelacionadas, la existencia de una dependencia orientativa, la alta implicación social, la exposición constante y cotidiana a los mensajes mediáticos y la asimilación casi inconsciente de sus contenidos, así como las actitudes de la población afectada ante el papel de los medios y su percepción de la gestión informativa de la catástrofe, podríamos plantear que el poder ejercido por los medios de comunicación ha podido alcanzar una afectación a nivel cognitivo llegando a provocar un efecto de realidad sobre la percepción de la población receptora en relación a la catástrofe.

Del mismo modo que diversos autores ya situaron a las noticias como la principal fuente de definición de la realidad social en el mundo moderno, en este caso, los medios de comunicación se situarían como “constructores de una descripción convincente de la realidad social” (Alsina, 2005: 108). Así es como en el propio discurso de la población afectada por la catástrofe se le atribuye a los medios el poder de orientar la atención hacia determinados temas y de construir realidades divergentes en torno a un mismo hecho informativo.

Interrelación entre las variables del sistema social y del sistema mediático:

En el caso del hundimiento del buque Prestige en noviembre de 2002, tanto las variables sociales, económicas y políticas como las mediáticas y sociales, han estado fuertemente

interrelacionadas desde los primeros momentos de la catástrofe. De hecho, su naturaleza paradigmática ha estado determinada en gran medida, además de por su dimensión y alcance mediático, por las implicaciones y consecuencias a nivel social, político y económico que ha conllevado, contribuyendo de este modo a la creación de un contexto notablemente complejo en torno a su gestión tanto institucional como comunicativa.

a) **Dependencia orientativa:** La convulsión del contexto social surgida en torno a la catástrofe del Prestige y durante los meses posteriores a su hundimiento, dio lugar a que las conversaciones cotidianas existentes entre los grupos sociales, girasen de manera intensa en torno a la génesis y desarrollo de la catástrofe. En este caso, los medios de comunicación constituirían para la población afectada un referente constante a la hora de nutrirse de informaciones relativas al suceso que pudiesen ser expuestas y comentadas entre la población afectada.

En este sentido, podríamos hablar de la existencia de una dependencia de tipo orientativo, dado que los individuos recurren a las informaciones mediáticas como base orientativa y de refuerzo de sus argumentos en relación a la catástrofe, con el fin de exponerlos al debate social que surge de sus relaciones interpersonales cotidianas. En efecto, durante el trabajo de campo realizado, hemos podido observar a través de las referencias realizadas por los individuos participantes en los Grupos de Discusión, el hecho de que, curiosamente, aquellas poblaciones que más aludían en sus discursos a cuestiones relativas a la comunicación mediática de la catástrofe, el papel llevado a cabo por los medios o la verosimilitud de sus contenidos, fueron aquellas que se encontraron afectadas de un modo más directo por la marea negra provocada por el hundimiento del buque¹¹, las cuales no dependían de las noticias para averiguar lo que acontecía.

b) **Falta de dependencia a nivel cognitivo entre los individuos y la información mediática:** Sin embargo, en el caso Prestige, aunque los medios de comunicación tanto escritos, como radiofónicos y televisivos han jugado un papel de importancia capital, la experiencia directa del suceso y el alto nivel de comunicación interpersonal existente entre la población afectada, permite que la población afectada no haya contado con los medios de comunicación como únicas fuentes de información en relación al suceso. Asimismo, la

¹¹ Se trata de los Grupos de Discusión realizados en los municipios de Muxía, Corcubión, Ribeira, O Grove, Cangas y A Coruña, esta última en menor medida.

posibilidad de percibir el hundimiento del buque y sus consecuencias medioambientales de manera directa, determina considerablemente el nivel de credibilidad otorgado por la población a la información transmitida a través de los medios de comunicación. En efecto, esa percepción directa de la catástrofe permite a la población afectada confirmar, invalidar o matizar el contenido de las informaciones mediáticas (Alsina, 2005: 47)¹², reduciendo notablemente la posible incidencia de los mensajes mediáticos a nivel cognitivo sobre la población afectada.

c) **Grado de implicación social con el suceso:** Podemos constatar a través de las opiniones vertidas, la existencia de otro factor que resulta determinante para analizar el nivel de afectación ejercido por los medios de comunicación sobre la opinión pública. Hablamos, siguiendo las tesis de Rodrigo Alsina, del grado de implicación de la población afectada hacia el suceso en cuestión y hacia las informaciones relativas al mismo. Dado que, en nuestro análisis, la población objeto de estudio es aquella que reside en los municipios en los que sus costas se han visto afectadas de manera directa por el fuel derramado del Prestige, es de esperar que el grado de implicación de esta población con el suceso sea considerablemente alto.

En este sentido, no sólo es previsible que el interés por las informaciones transmitidas a través de los medios de comunicación relativas al asunto resulten de interés para los individuos receptores, sino que su vulnerabilidad ante una posible afectación del contenido de la información mediática sobre sus actitudes y opiniones también será considerablemente notable.

Escaso impacto del contenido mediático en la construcción del temario del público:

Uno de los efectos del impacto constante, sutil y cotidiano que veíamos anteriormente del contenido de los medios de comunicación sobre la población afectada sería, basándonos en la teoría de la construcción del temario¹³, la determinación de los asuntos de actualidad en los

¹² En el caso de la población no afectada directamente por el suceso, aunque no es objeto de este análisis, existiría una menor implicación y mayor dependencia con respecto a la información transmitida por los medios de comunicación, por lo que podríamos esperar que, eventualmente, el grado de afectación de los mensajes, en ese caso, sobre la conformación de sus opiniones fuese mayor.

¹³ La teoría de la Agenda-setting o construcción del temario, desarrollada por McCombs y Shaw en 1972, se basa en la relación existente entre aquellos asuntos a los que se les otorga cobertura en los medios de comunicación (temario de los media) y los temas que resultan importantes para el público (temario del público), estableciendo

que la población ha de basar su experiencia informativa. Los medios de comunicación en su proceso de construcción de la realidad determinan qué asuntos son actualidad y cuáles no a través de la aplicación de determinados criterios de noticiabilidad y de la construcción de las noticias en base a unas características determinadas.

Pues bien, en nuestro caso, si bien los medios de comunicación han mantenido el caso Prestige como algo noticiable durante un largo periodo de tiempo tras su hundimiento, en los discursos producidos en los distintos Grupos de Discusión se señala, en diversas ocasiones, la aplicación de unos criterios de selección a la hora de dar cobertura a determinados aspectos y no a otros relativos a la catástrofe, notablemente alejados de las preocupaciones reales y cotidianas de la población afectada. Es decir, aunque eran publicadas un gran número de noticias en las que se aludía directamente al suceso, la población percibe que había subtemas o aspectos del mismo que, o bien eran enfocados desde un punto de vista erróneo, o directamente no se hacía referencia a ellos en los medios.

Hablamos, por ejemplo, de la falta de interés por los diversos accidentes marítimos ocurridos con anterioridad en las costas gallegas (Ruano, 2005: 34), la sobre-representación de la falta de cobertura de las necesidades básicas de la población –con el consecuente, e innecesario desde el punto de vista de la población, envío de juguetes y comida a las zonas afectadas-, la emisión de determinadas imágenes de unas zonas de la costa y no de otras, en función del interés por maximizar o minimizar la catástrofe, etc.

Escasa credibilidad atribuida a los medios de comunicación:

Otra de las cuestiones que se plantean como cruciales para que el efecto del temario establecido por los medios de comunicación incida en la conformación de actitudes, opiniones o percepciones de la población en relación a un determinado suceso, sería la existencia de un alto nivel de credibilidad atribuida a los medios de comunicación.

una relación directa y causal entre el contenido de los medios y los temas del día para el público. Partiendo de esta perspectiva teórica se puede sostener que los medios de comunicación, independientemente de si son capaces de influir o no en la actitud o el comportamiento de la población respecto a un asunto concreto, lo que sí consiguen con total seguridad, es imponerle en qué asuntos o acontecimientos han de pensar (Alsina, 2005: 98), es decir, proporcionan el “orden del día” a la población (McCombs y Shaw en Wolf, 1994: 86).

Tal y como apunta Alsina, la credibilidad existente entre la población hacia los medios informativos depende de diversos factores y puede actuar en distintos niveles: a) puede existir o no credibilidad en el sistema mediático; es decir, confiar o no en la actividad informativa de los medios de comunicación en general; b) se le puede atribuir credibilidad a la actividad realizada tan solo por determinados medios –estaríamos hablando de una credibilidad selectiva en función del medio del que se trate-; y c) pueden tener credibilidad algunas de las noticias o informaciones emitidas por un determinado medio -se trataría, en este caso, de una credibilidad interna en base a la cual se le otorga mayor credibilidad a unas noticias y no a otras dentro de un mismo medio- (Alsina, 2005: 107). En cualquier caso, la existencia de credibilidad es imprescindible para que los mensajes informativos tengan algún tipo de efecto sobre el público receptor.

En este sentido, en nuestro caso, gran parte del discurso producido en los Grupos de Discusión nos muestra de manera inequívoca la falta de credibilidad otorgada por la población afectada por la catástrofe al contenido mediático transmitido a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación se ven deslegitimados por la percepción social existente entre la población afectada en relación a su papel de mediadores y transmisores de información. En este sentido, factores como la identificación por parte de la población receptora de las tendencias que determinan las líneas editoriales de cada uno de los medios de comunicación, el alejamiento del interés y preocupaciones de la gente en sus criterios de noticiabilidad y la representación de una realidad divergente a la realidad percibida de manera directa por la población afectada, han dado lugar a la manifestación de opiniones de las que se desprende una falta de credibilidad en ocasiones hacia el sistema informativo en general, y de manera mayoritaria hacia determinados medios de comunicación.

Referencias

Canel, M. J. (e.o.1999/2005): *Comunicación Política: Técnicas y estrategias para la sociedad de la información*, Madrid, Tecnos.

Donsbach, W. (1995): “Contenidos, utilización y efectos de la comunicación política” en Muñoz-Alonso, A. y Rospir, J. A. (eds.): *La Comunicación Política*, Madrid, Universitas (p.p. 41-67).

Gil Calvo, E. (2003): *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*, Madrid, Alianza Editorial.

Noelle-Neumann, E. (e.o. 1984/1995): *La espiral del silencio*, Barcelona, Paidós.

Rodrigo Alsina, M. (2005): *La construcción de la noticia*, Barcelona, Paidós.

Rodríguez Teijeiro, A. (2007): “Los efectos sociales de los medios en el caso Prestige: Del poder de refuerzo al efecto de realidad”, en *El riesgo en la sociedad de la información, II Jornadas sobre Gestión de Crisis*, Servicio de Publicaciones, Universidad de A Coruña, p.p. 127-156.

Ruano Gómez, J. D. (2005): “El efecto Prestige: la producción social de una realidad interesada”, en Vara Miguel, A. (et al.) (eds.): *La comunicación en situaciones de crisis: del 11-M al 14-M*, Universidad de Navarra, Eunsa, p.p. 337-348

Wolf, M. (1994): *Los efectos sociales de los media*, Barcelona, Paidós.