

REFLEXIONES SOBRE EL DISCURSO MEDIÁTICO COMO EXALTADORES DE LA GUERRA: ANÁLISIS DE CASO SOBRE LOS ATENTADOS DE PARÍS (13N 2015).

Patricia de-Casas-Moreno

Universidad de Huelva

Ángel Torres-Toukourmidis

Universidad de Huelva

Luis Miguel Romero-Rodríguez

Universidad Santiago de Cali

Ignacio Aguaded

Universidad de Huelva

Resumen

La capital francesa fue el escenario de los ataques terroristas ocurridos en la noche del 13 de noviembre de 2015 por el grupo yihadista Daesh, resultando 137 fallecidos y centenares de heridos. La cobertura de los medios de comunicación en la construcción de la realidad sobre el trágico episodio ha generado cambios en la política exterior, enarbolados por un discurso alarmista que vaticina enfrentamientos hacia un enemigo en común. La cobertura de los medios de comunicación a este tipo de conflicto ha generado múltiples cambios en el proceso informativo, por tanto que los medios tradicionales (prensa, radio y televisión), como los portales de Internet y las redes sociales, asumen un rol preponderante en la creación e institucionalización de las realidades. Además, la reconstrucción mediática en tiempos de guerra puede estructurarse como «espectáculo» debido a su carga trágica y emotiva, creando realidades paralelas. Atendiendo el interés de los grupos predominantes de la sociedad, es necesario destacar que el discurso mediático en este tipo de noticias se torna con un matiz persuasivo, incluso incidiendo en la calidad periodística, construcción de estereotipos y demonización de los términos. En este sentido, se realiza un análisis del conflicto suscitado en París desde una perspectiva reflexiva, a través de la información extraída de cuatro agencias internacionales de noticias: Al Jazeera Al Arabiya, Associated Press (AP) y Reuters sobre su rol mediático en la fomentación de un *statu quo* favorable a la guerra, enfrentamiento y lucha armada.

Palabras clave: Terrorismo, retórica belicista, calidad informativa, agencias de comunicación, 13N, París

1. Introducción

Por tercera ocasión en el mismo año, Francia era el centro de atentados terroristas. Enero inició con el asalto a la redacción del semanario satírico *Charlie Hebdo*, siete meses más tarde se produjo la tentativa terrorista en el tren *Thalys* y tres meses después, el día viernes 13 de noviembre de 2015, entre las 21.00 y las 00.58 horas, 8 terroristas del grupo yihadista insurgente Daesh, armados con fusiles AK-47, granadas de mano y cinturones explosivos consumaron su arremetida en 6 locaciones de los distritos X y XI de París, incluyendo las proximidades del Estadio Saint Denis y en la sala de espectáculos Bataclan resultando 137 fallecidos y 415 heridos.

Los medios de comunicación dedicaban máxima cobertura a los ataques perpetrados. Tanto la radio, la televisión y la prensa como los medios digitales y las redes sociales retransmitían la información en directo sobre la situación de las víctimas, homenajes, daños colaterales del atentado, planes de contingencia, testimonios, identificación de los terroristas, comunicados institucionales de los diferentes voceros oficiales, manifestaciones espontáneas de sentimientos, entre otros.

A partir de los atentados del 11 de septiembre de 2001, se ha transformado la visión de los medios de comunicación al internalizar la línea oficial en el contenido informativo (Zelizer & Allan, 2011). En estas situaciones trágicas, como es en el caso de actos terroristas, una de las funciones de los medios está en la recuperación de la experiencia traumática de la población a través de la promoción, mantenimiento y consolidación de la identidad (Jomini Stroud, 2007). No obstante, la reconstrucción de esa identidad colectiva combina representaciones de miedo, patriotismo, consumo y victimización (Altheide, 2007) que en dependencia de su utilización pueden generar distintos efectos en la audiencia.

1.1. Cobertura mediática del terrorismo

En los últimos años se ha presenciado una escalada del terrorismo islámico a escala global (Hiro, 2014). La cobertura de los conflictos posee nuevos formatos de transmisión, nuevos géneros periodísticos, nuevas narrativas y nuevas audiencias (Sacco, 2016). Sin embargo, esta ampliación no ha hecho más que potenciar la influencia de los medios tradicionales en la opinión pública, instaurando una percepción de la realidad que impacta indirectamente en la gestión y legislación de las relaciones internacionales (Evans, 2010).

Los medios tradicionales, en especial la televisión, siguen siendo, hoy por hoy, uno de los medios de comunicación y socialización más influyentes (Fajardo, 2007). Especialmente, los productos televisivos se han adaptado a los nuevos canales de difusión contribuyendo a generar identidades a partir de los mecanismos narrativos, semióticos e interrelativos que se ponen en marcha en cada acto de significación, normalizando y naturalizando aquello que no es sino fruto de una compleja construcción social (Arocha & Carrasco, 2008). Sin embargo, los medios tradicionales buscan competir por la preferencia de la audiencia frente al abanico de propuestas digitales, en razón de su subsistencia económica, generalmente intentando difundir contenidos pseudoinformativos de gran valor límbico, pero carente de utilidad en el proceso de toma de decisiones (Aguaded & Romero-Rodríguez, 2015: 44). En efecto, los cibermedios están produciendo cambios estructurales en la interactividad de los usuarios, renovando la expansión en que la sociedad civil, los colectivos y las personas orientan y dirigen los procesos comunicativos, operando hacia nuevos mercados y nuevas modalidades de control sobre el ecosistema mediático (Herreros, 2009).

Independientemente si se trata de los medios tradicionales o cibermedios, los estudios sobre los efectos de la cobertura sobre las actitudes individuales encuentran que tanto el contenido, como la frecuencia de la exposición, influyen en la percepción de la relevancia de un tema y en las creencias de las personas (Iyengar, 1994). En este ámbito, Schmid (1992) considera que los actos terroristas tienen el propósito de crear un evento que amerita ser analizado y recreado por la cobertura de los medios de comunicación llamando la atención y enviando un mensaje al gobierno del país en el que se produjo el ataque, poniendo en riesgo la cultura y valores que lo conforman. En consecuencia, el máximo impacto de un acto terrorista proviene de la amplia cobertura mediática, creando un clima de temor entre la población, al centrar la atención en el uso de los recursos económicos y militares en la lucha contra el terrorismo por parte del gobierno (Powell, 2001).

La cobertura de las noticias puede ordenarse en base a dos categorías: temáticas y episódicas (Iyengar and Simon, 1993) o descriptivas e interpretativas (Olsson, Nord, Falkheimer, 2015). En primera instancia, la cobertura temática es común cuando acontecen actos terroristas, pues se produce generalmente después de un evento en el que se busca conocer los criterios de los funcionarios públicos y expertos en seguridad, reforzando el apoyo de líderes políticos y políticas de seguridad, mientras que la episódica

es temporal y solo transmite los hechos. Por otro lado, la cobertura descriptiva, habitual en ataques terroristas, se orienta al qué, dónde, cuándo y quién, reportando las acciones tomadas por los actores responsables en la gestión de la crisis. En cambio, la cobertura interpretativa domina el análisis, evaluación y explicación de la situación por parte de los periodistas.

El público se identifica con las necesidades socioafectivas y argumentos configurados por la programación mediática (Romero-Rodríguez, De Casas Moreno y Torres-Toukoumidis, 2015). En efecto, las noticias se presentan de una forma que promuevan respuestas emocionales que coincidan con los intereses políticos de un determinado Estado, lobbies y grupos de interés relacionados con la empresa de medios (Aguirre, Ferrándiz y Pureza, 2003).

Al profundizar aún más sobre la cobertura de los medios de comunicación de masas, el terrorismo es una fuente infinita de sensacionalismo y de noticias atractivas capaz de aumentar la audiencia (Wilkinson, 1997), llegando a tal punto que uno de los factores influyentes de la cobertura de los medios internacionales sobre actos terroristas depende del número de víctimas y damnificados (Gartner, 2004).

El poder del terrorismo se caracteriza por extender el miedo, la inquietud y la incertidumbre sobre la ciudadanía. Por lo tanto, el rol de los medios de comunicación ha sido el de generar mensajes codificados que reflejan la realidad de una sociedad. Sin embargo, con el desarrollo y evolución de las informaciones y sus formatos, el escenario actual se ha visto condicionado por la capacidad de introducir nuevos sistemas ideológicos dominantes, hasta el punto de limitar los imaginarios colectivos y a la sociedad en general (Maigret 2009).

Según Hacker (1976) se identifican tres tipos de terroristas: los criminales, los cuales buscan un beneficio económico; los locos, aquellos que buscan la gloria personal; y los cruzados, quienes se enfocan en alcanzar un objetivo político. Estos últimos, tienden a utilizar formas retóricas adaptadas a las agencias de noticias, al ser únicos, comprender un valor de entretenimiento y a su vez afecta de algún modo la vida de la audiencia (Dowling, 1986).

1.2. Retórica bélica en el terrorismo según las agencias internacionales de noticias.

Los medios de comunicación siempre han jugado un papel fundamental en los conflictos bélicos caracterizados por el tratamiento del dolor como espectáculo. Los mensajes vinculados con el terrorismo han buscado desde sus inicios desestabilizar el *status quo* del sistema político y social a través del uso de la propaganda emitida por los medios de comunicación de masas (Calderón, 2012; Borja-Gallegos, 2015).

Actualmente, las agencias internacionales de noticias han cobrado una posición notoria como generadores informativos para medios de comunicación en los asuntos extrafronterizos. Además, se han convertido en los organismos que fijan la agenda informativa, enfocando y versionando la opinión pública de los consumidores de noticias (Romero-Rodríguez, 2014: 43-45).

Considerando la pluralidad que existe en estas agencias, hay que destacar que la sociedad se encuentra cubierta por una nube ideológica de contenidos mediáticos. Esta afirmación señala que la cobertura de las noticias internacionales está enmarcada por una «domesticación» de las informaciones a través de una visión etnocéntrica específica cuyo objetivo es enmarcar, construir y juzgar los hechos desde el punto de vista de un discurso demandado por la audiencia (Fowler-Watt, & Allan, 2013:58).

2. Método

La presente investigación trata de valorar los exaltadores de la guerra en el discurso mediático transmitido por las noticias respecto a los atentados terroristas del 13 de noviembre en París. Para llevar a cabo este análisis, se seleccionan las 4 agencias internacionales de noticias con mayor tráfico web del último trimestre de 2015. Coincidentemente dos de ellas resultaron proceder del contexto occidental (Reuters y Associated Press) y dos vinculadas al mundo árabe (Al Arabiya y Al Jazeera).

Esta selección de agencias se realiza por número de enlaces a los que se acceden por día, entendiendo que en el proceso de las coberturas informativas domésticas los profesionales de la información en cada país acceden a ellas a través de esta vía, por lo que a mayor tráfico web en agencias internacionales, se entiende que mayores referencias tienen en medios domésticos (Bielsa, 2007).

El objetivo de este estudio es analizar el rol de las agencias mencionadas en la fomentación de un *status quo* favorable a la guerra. Para la elaboración de la recopilación

informativa, se asumieron todas aquellas informaciones de las agencias seleccionadas que incluyeran algunas de las siguientes palabras: «Paris», «Attack», «Terrorism», «13N», «Jihad», «Assailants», «France», «Daesh» e «ISIS» en el antetítulo, titular, subtítulo, entradilla y cuerpo de la noticia.

Para ello se codificó el discurso a través del análisis hermenéutico de las informaciones comprendidas entre el 13 de noviembre de 2015 (día del atentado) y el 27 de noviembre de 2015 (dos semanas naturales) emitido por las agencias internacionales. De este modo, los “exaltadores de la guerra” extraídos se ordenaron en base a los siguientes códigos emergentes:

- a. Demonización del islam.
- b. Demonización del mundo árabe.
- c. Polarización Occidente- Medio Oriente.
- d. Enfatización del miedo/ pánico en la población civil.

La demonización se ha infundido extensivamente en la sociedad occidental contemporánea. El «Peligro Amarillo» con la expansión colonialista de Japón hasta mediados del siglo XX, el «Comunismo» hasta la caída del muro de Berlín en 1989 y el más reciente terrorismo islámico. Este último designa los movimientos integristas y fundamentalistas del Islam que se oponen a las prácticas modernistas de Occidente, enfatizando el retorno a las costumbres y a la tradición musulmana (Wallerstein, 1999). La designación del demonio como origen de los males sigue aún vigente pese a la extendida secularización y la persistencia de la evocación de los textos bíblicos. La demonización del Islam, también conocido como el «síndrome Ahmad Gragn» son remanencias del reciclaje de la memoria histórica del catolicismo, utilizado por primera vez en el Siglo XVI durante la destrucción del Reino Cristiano (Erlich, 2007). Las agencias de noticias no han quedado exentas de ello, la asociación de las cruzadas islámicas con las manifestaciones fundamentalistas ha encauzado la resurgencia actual del uso de esta terminología en el discurso, promoviendo la estigmatización y la atribución de actitudes negativas a los creyentes del Islam.

La persistencia de la demonización también incluye al mundo árabe. En este caso, la demonización simboliza regímenes violentos, cínicos, represivos e impredecibles, sin libertad de expresión, orientados hacia un nacionalismo exacerbado, antiamericano y

antieuropeo (Lynch, 2006). El rol de las agencias de noticias también está presente en la radicalización xenofóbica de la región de Medio Oriente. Según Scott (2007) la exposición pública de los medios de comunicación en contra de las minorías es políticamente incorrecto a excepción del mundo árabe. La diferencia principal entre la demonización del Islam y del mundo árabe está en que en el primero se amenaza la continuación de la visión laica, modernista y mundana de la sociedad, mientras que en el segundo la amenaza se concentra en el vilipendio de los principios democráticos de Occidente.

La polarización Occidente-Medio Oriente se fundamenta en la noción del «Choque de Civilizaciones» (Huntington, 1997), en la que Occidente busca preservar el poder político, económico y militar restringiendo la influencia de otros países, entre ellos, los pertenecientes a la región de Medio Oriente. La localización estratégica, las grandes poblaciones y los recursos energéticos reflejan una oportunidad de ensalzarse con el liderazgo geopolítico desplazando el impacto de Occidente en las zonas adyacentes. Si bien en la actualidad se hace mención de la existencia de un mundo multipolar (Mouffe, 2009), el antagonismo de la visión de Occidente y Oriente, reflejan la existencia de una interacción conflictiva, en la que además de las discrepancias ideológicas resaltan las distinciones en la determinación de políticas públicas (Lawson, 2013).

Por último, el miedo es un mecanismo contundente de adoctrinamiento social y político de los seres humanos (Skoll & Korstanje, 2013) que se reconstruye a través de interacciones culturales y lingüísticas convirtiéndose en una situación real a través de procesos fisiológicos y psicológicos (Mythen & Walklate, 2006). La enfatización de esta emoción a través del discurso está a cargo de las agencias de noticias, las cuales, difunden una visión unilateral de la realidad de acuerdo a sus intereses específicos (Norris, Kern & Just, 2003). En cuanto a los actos terroristas se prescribe que la transmisión de pesimismo y aversión al riesgo en la población civil facilita la implementación de medidas preventivas delegadas en el gobierno (Lerner, Gonzalez, Small y Fischhoff, 2003). El bombardeo de noticias, así como de imágenes del suceso, generan un superávit de atención por parte de los ciudadanos influenciados por el miedo usado por los medios de comunicación para explicar e interpretar la realidad en la que vivimos (Marco & López, 2011: 96). Apoyándonos en esta tesitura, Buckingham (2005: 100) afirma que los medios de comunicación no ofrecen un escenario basado en la transparencia, sino que muestra una adaptación de éste a través de la representación de los eventos.

En definitiva, los resultados de estos cuatro códigos emergentes del discurso bélico como exaltadores de la guerra se expresarán de forma cualitativa revisando la reiteración de los componentes discursivos en las unidades informativas publicadas por las agencias internacionales de noticias con la finalidad de demostrar cómo la difusión de las informaciones sobre los conflictos, en este caso con los atentados terroristas del 13 de noviembre de 2015 influyen en los lectores a través de las estrategias verbales y no verbales afectando de ese modo la perspectiva de los hechos acontecidos.

3. Resultados

En el período comprendido entre el 13 al 27 de noviembre de 2015, las cuatro agencias internacionales de noticias seleccionadas (Reuters, Associated Press, Al Arabiya y Al Jazeera) publicaron 1.697 unidades informativas, las cuales 859 (51%) estaban vinculadas a los códigos emergentes catalogadas como “exaltadores de la guerra”. Específicamente, los medios de Occidente poseen 545 informaciones analizadas, mientras que en Medio Oriente la retórica bélica está representada con 314 unidades informativas.

Al organizar los datos obtenidos según los códigos emergentes se puede constatar que Associated Press es la agencia con mayor cantidad de unidades revisadas con el 37%, en la cual predomina la incitación al miedo y pánico en la población civil, con el 40% de las unidades informativas. Por el contrario, en la misma agencia se evidencia que la demonización del islam se presenta en el menor número de intervenciones discursivas con 13%. Por su parte, en Reuters la tendencia es similar, enfatización del miedo 41% y demonización del Islam con 15%. En consiguiente se exhibe una muestra de los titulares recopilados en esta investigación de las agencias de noticias occidentales:

- *Associated Press, 16 de noviembre de 2015*
Paris attacks: Second fugitive sought; more French airstrikes on ISIS.
- *Associated Press, 17 de noviembre de 2015*
Stories of those who died in the Paris attacks.
- *Associated Press, 18 de noviembre de 2015*
U.S. Muslims Face Backlash After Paris Attacks.
- *Associated Press, 21 de noviembre de 2015*
Brussels under serious threat after Paris attacks.
- *Associated Press, 25 de noviembre de 2015*
French lawmakers vote to extend airstrikes against IS

- *Reuters, 13 de noviembre de 2015*
France to decree state of emergency, shut borders: Hollande.
- *Reuters, 14 de noviembre de 2015*
France must 'annihilate' Islamist radicals, far-right leader Le Pen says.
- *Reuters, 16 de noviembre de 2015*
World stocks surge, impact from Paris attacks seen limited.
- *Reuters, 18 de noviembre de 2015*
France to urge EU to tighten passport checks.
- *Reuters, 25 de noviembre de 2015*
California rock band in interview describes horror of Paris attack

Respecto a los datos obtenidos en las agencias internacionales de noticias de Medio Oriente, Al Jazeera acentúa la polarización Occidente-mundo árabe con el 43%. En cambio, la incorporación de la demonización del mundo árabe responde al sustrato de menor relevancia en las unidades informativas extraídas con 12%. Por su parte Al Arabiya, además de poseer el menor número de publicaciones analizadas con el 22% -a consecuencia de una disminución de su cobertura a los acontecimientos-, se aproxima a los medios occidentales enfocando su discurso hacia la enfatización del miedo en los ciudadanos con 38%. No obstante, del mismo modo que Al Jazeera, reduce drásticamente la demonización del mundo árabe con el 9% en las unidades informativas expuestas. Entre las noticias presentadas que demuestran la fomentación de un *status quo* favorable a la guerra se evidencian:

- *Al Arabiya, 13 de noviembre de 2015*
Paris' Bataclan theatre: From music venue to killing ground
- *Al Arabiya, 15 de noviembre de 2015*
French Muslims fear repercussions from Paris attacks
- *Al Arabiya, 16 de noviembre de 2015*
Oil prices up on geopolitical tensions sparked by Paris attacks
- *Al Arabiya, 16 de noviembre de 2015*
Quick thinking averted massacre at Paris attacks stadium
- *Al Arabiya, 19 de noviembre de 2015*
Who is Abaaoud the mastermind of Paris attacks?

- *Al Jazeera, 13 de noviembre de 2015*
Chaos and horror described after Paris rock concert attack.
- *Al Jazeera, 17 de noviembre de 2015*
France's Hollande: Change constitution to tighten security powers.
- *Al Jazeera, 22 de noviembre de 2015*
16 detained in Belgium as Brussels stays on maximum alert.
- *Al Jazeera, 23 de noviembre de 2015*
Paris attacks cast doubt on future of Schengen Area.
- *Al Jazeera, 26 de noviembre de 2015*
Cameron says Britain should start bombing ISIL in Syria.

En suma, la inclinación generalizada del discurso bélico suscribe que la demonización del mundo árabe se encuentra en 13% de media respecto a la totalidad de noticias revisadas, seguido de la demonización del Islam con 16% de promedio. Esto significa que en dichos códigos emergentes categorizados dentro del ámbito de exaltadores de la guerra son las de menor utilización por parte de las agencias internacionales de noticias.

Al contrario, las informaciones que enfatizan el miedo en la población civil y la polarización de Occidente con el mundo árabe acumulan una media aritmética mayor al 30%, concretamente, el 36% incita al miedo y pánico de los ciudadanos, mientras que en el 32% vislumbran un posicionamiento divergente en el liderazgo geopolítico internacional.

4. Conclusiones

Al perfilar el discurso bélico en las cuatro agencias internacionales de noticias, se identifica una clara tendencia en los términos exaltadores de la guerra. En primera instancia, el uso de argumentos para demonizar un sector de la población es obsoleto, el posicionamiento hacia un “enemigo” común deshumanizando sus acciones dentro de la dualidad relativa compuesta por el bien y el mal no es explícito. Si bien la demonización sigue siendo un instrumento político que justifica forma inmediata y directa la necesidad de la destrucción del contrario en nombre del bien/Dios (Reguera, 2011), en las unidades informativas extraídas no es el alegato central para tomar acciones violentas en contra de una población. De hecho, se busca trazar una clara diferenciación entre el grupo terrorista «ISIS» que en sus siglas aparece región y religión «Estado Isámico de Iraq y el Levante»

denominándolo «Daesh» en el 78% de las publicaciones referidas, evitando de ese modo establecer un marco de proximidad con el Islam y el mundo árabe.

Más allá de esta salvedad, los medios de comunicación se mantienen bajo la dirección hegemónica de la visión del Estado, orientándose a la utilización de otros recursos discursivos, poniendo de manifiesto la importancia de actuar con severidad y violencia frente a la amenaza latente (George, 1991; Wilkinson, 2011). En primer lugar, las representaciones que sustentan la polarización Occidente-mundo árabe se suscriben en el posicionamiento de los líderes mundiales frente al flagelo del terrorismo, vislumbrando acciones de mayor o menor repercusión bélica. En otras palabras, mientras Francia, Estados Unidos, Alemania y Turquía disponen la activación de operaciones militares, Rusia, China y países árabes de la región presentan públicamente sus condolencias sin emitir declaraciones acerca de una potencial participación en una guerra contra el grupo terrorista. Asimismo, continuando en el juego de la geopolítica mundial, las informaciones denotan cierta predilección antagonista en la toma de decisiones sobre asuntos relacionados con la guerra al terrorismo preservando la conexión con los acontecimientos de París, entre los que destacan: guerra civil de Siria y la crisis de los refugiados de Siria. En ambos se predispone una visión contrapuesta entre los países aludidos *ut supra*. El último exaltador de la guerra extraído de las unidades informativas analizadas es la enfatización del miedo en la población, la cual se vislumbra como estrategia central aplicada por las agencias de noticias al construir la imagen de un peligro constante e inminente con la finalidad de estimular reacciones de angustia y pánico, consecuencia de la falta de control sobre los acontecimientos. Los medios a través de la reiteración discursiva funcionan como creadores y modeladores de la opinión pública (Baum & Potter 2008; Romero-Rodríguez, De-Casas-Moreno & Torres-Toukourmidis, 2015), radicalizando a la opinión pública a posiciones extremas (Davis & Silver 2004). La información emitida por las cuatro agencias internacionales busca alterar la percepción de la opinión pública mediante la intersubjetividad del acto discursivo, contribuyendo al incremento de la polarización de la sociedad.

En definitiva, la cobertura de los medios fue descendiendo paulatinamente y al final, la noticia dejó de tener trascendencia mediática. Pese a ello, el análisis refleja que los medios dentro del escenario de conflicto buscan hacer de los hechos un espectáculo. Los códigos emergentes acogidos como exaltadores de la guerra por las agencias internacionales de noticias son un instrumento de manipulación informativa temporal, que facilita el

otorgamiento de facultades al poder central con el objetivo de preservar la seguridad a costa de las libertades civiles.

5. Referencias bibliográficas

- Aguaded, I., & Romero-Rodríguez, L. M. (2015). Mediamorfosis y desinformación en la infoesfera: Alfabetización mediática, digital e informacional ante los cambios de hábitos de consumo informativo/Mediamorphosis and misinformation in the infosphere: media, digital and information literacy face of changes in information consumption habits. *Teoría de la Educación; Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*, 16(1), 44.
- Aguirre, M., Ferrándiz, F., & Pureza, J. M. (2003). *Before emergency: conflict prevention and the media*. Bilbao, España: Universidad de Deusto.
- Altheide, D. L. (2007). The mass media and terrorism. *Discourse & Communication*, 1(3), 287-308.
- Arocha, J. B., & Carrasco, S. G. (2008). Co-educar la mirada contra los estereotipos de género en TV. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (31), 115-120.
- Baum, M. A., & Potter, P. B. (2008). The relationships between mass media, public opinion, and foreign policy: Toward a theoretical synthesis. *Annu. Rev. Polit. Sci.*, 11, 39-65.
- Bielsa, E. (2007). Translation in global news agencies. *Target*, 19(1), 135-155.
- Borja-Gallegos, R. A. (2015). Medios de comunicación masiva forjadores del discurso del terrorismo global. (Tesis doctoral inédita). Universidad San Francisco de Quito, Ecuador.
- Calderón, E. (2012). *El discurso de la seguridad democrática en el metarrelato de la lucha global contra el terrorismo bajo la retórica del derecho penal del enemigo* (Tesis doctoral inédita). Universidad Nacional de Colombia, Bogotá.
- Davis, D. W., & Silver, B. D. (2004). Civil liberties vs. security: Public opinion in the context of the terrorist attacks on America. *American Journal of Political Science*, 48(1), 28-46.
- Dowling, R. E. (1986). Terrorism and the media: A rhetorical genre. *Journal of Communication*, 36(1), 12-24.
- Fajardo, E. G. (2007). Construcción de género y ficción televisiva en España. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (28), 229-236.
- Erlich, H. (2007). *Saudi Arabia and Ethiopia: Islam, Christianity, and Politics Entwined*. Londres: Lynne Rienner Publishers.

- Evans, M. (2010). Framing international conflicts: Media coverage of fighting in the Middle East. *International Journal of Media & Cultural Politics*, 6(2), 209-233. doi: http://dx.doi.org/10.1386/mcp.6.2.209_1
- Fowler-Watt, K., & Allan, S. (2013). *Journalism: New Challenges*. CJCR: Centre for Journalism & Communication Research, Bournemouth University.
- Gartner, S. S. (2004). Making the international local: The terrorist attack on the USS Cole, local casualties, and media coverage. *Political Communication*, 21, 139-159.
- Hacker, F. J.(1976). *Crusaders, Criminals, Crazyies: Terror and Terrorism in Our Time*. New York: Norton.
- George, A. (Ed.). (1991). Western state terrorism (pp. 76-101). Cambridge, Reino Unido: Polity Press.
- Herreros, M. C. (2009). Nuevas formas de comunicación: cibermedios y medios móviles. *Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación*, (33), 10-13.
- Hiro, D. (2014). *War without end: the rise of Islamist terrorism and global response*. Londres, Reino Unido: Routledge.
- Huntington, S. P. (1997). *The clash of civilizations and the remaking of world order*. India: Penguin Books.
- Iyengar, S. (1994). *Is anyone responsible? How television frames political issues*. Chicago, EEUU: University of Chicago Press.
- Iyengar, S., & Simon, A. (1993). News coverage of the Gulf crisis and public opinion: A study of agenda-setting, priming, and framing. *Communication Research*, 20, 365–383
- Jomini Stroud, N. (2007). Media effects, selective exposure, and Fahrenheit 9/11. *Political Communication*, 24(4), 415-432.
- Lawson, S. (Ed.). (2013). *The New Agenda for International Relations: From Polarization to Globalization in World Politics*. New York: John Wiley & Sons.
- Lynch, M. (2006). *Voices of the new Arab public: Iraq, Al-Jazeera, and Middle East politics today*. Columbia University Press.
- Lerner, J. S., Gonzalez, R. M., Small, D. A., & Fischhoff, B. (2003). Effects of fear and anger on perceived risks of terrorism a national field experiment. *Psychological science*, 14(2), 144-150.
- Maigret, E. (2009). *Sociología de la comunicación y de los medios*. Madrid: Fondo de Cultura Económica.
- Mouffe, C. (2009). Democracy in a multipolar world. *Millennium-Journal of International Studies*, 37(3), 549-561.
- Mythen, G., & Walklate, S. (2006). Communicating the terrorist risk: Harnessing a culture of fear?. *Crime, Media, Culture*, 2(2), 123-142.

- Olsson, E. K., Nord, L. W., & Falkheimer, J. (2015). Media coverage crisis exploitation characteristics: A case comparison study. *Journal of Public Relations Research*, 27(2), 158-174.
- Norris, P., Kern, M., & Just, M. R. (2003). *Framing terrorism: The news media, the government, and the public*. Londres: Psychology Press.
- Powell, K. A. (2011). Framing Islam: An analysis of US media coverage of terrorism since 9/11. *Communication Studies*, 62(1), 90-112.
- Reguera, G. B. (2011). De la demonización al racismo (sobre la deshumanización del otro). *Criterio jurídico*, 8(2).
- Romero-Rodríguez, L. M. (2014). *Pragmática de la desinformación: Estratagemas e incidencia de la calidad informativa de los medios*. Tesis Doctoral. Repositorio Institucional Arias Montano, Huelva: Universidad de Huelva. Disponible en línea en: <http://goo.gl/DyhUi3>
- Romero-Rodríguez, L. M., Moreno, P. D. C., & Toukourmidis, Á. T. (2015). Estereotipos, tópicos y lenguaje de la programación sensacionalista en la televisión: programa «Corazón» de TVE. *Alteridad. Revista de Educación*, 10(1).
- Sacco, V. (2016). How does social media shape media convergence? The case of journalists covering war and conflict. In *Media Convergence Handbook-Vol. 1* (pp. 363-386). Springer Berlin Heidelberg.
- Schmid, A. P. (1992). Terrorism and democracy. *Terrorism and Political Violence*, 4(4), 14-25.
- Scott, J. (2007). The Demonization of Pan-American Nationalism. *Socialism and Democracy*, 21(2), 123-131.
- Skoll, G. R., & Korstanje, M. E. (2013). Constructing an American fear culture from red scares to terrorism. *International Journal of Human Rights and Constitutional Studies*, 1(4), 341-364.
- Steuter, E. (1990). Understanding the media/terrorism relationship: An analysis of ideology and the news in Time magazine. *Political Communication*, 7(4), 257-278.
- Wallerstein, I. (1999). Islam, the West, and the World. *Journal of Islamic Studies*, 10(2), 109-125.
- Wilkinson, P. (1997). The media and terrorism: A reassessment. *Terrorism and political violence*, 9(2), 51-64.
- Wilkinson, P. (2011). *Terrorism versus democracy: The liberal state response*. Reino Unido: Taylor & Francis.
- Zelizer, B., & Allan, S. (Eds.). (2011). *Journalism after september 11*. Londres, Reino Unido: Taylor & Francis.