

EL SENSACIONALISMO DE LOS RIESGOS Y LAS CATÁSTROFES: UN SIGLO EN LOS RELATOS PERIODÍSTICOS

DOI: <http://dx.doi.org/10.12795/RiHC.2015.i05.03>

Carlos Lozano Ascencio
Universidad Rey Juan Carlos
carlos.lozano@urjc.es

 <https://orcid.org/0000-0003-2537-0799>

Recibido: 29-12-2015

Aceptado: 9-2-2016

Resumen: *El impulso industrial de la prensa norteamericana y europea de finales del siglo XIX estuvo acompañado necesariamente de una estrategia editorial que tenía como finalidad que los receptores de las principales cabeceras comenzaran a sentirse mucho más implicados con los temas de actualidad. Al principio Pulitzer involucró a sus lectores con temas que conmovieron, después Hearst, con base en la provocación, consiguió que el amarillismo informativo consiguiera la implicación a distancia. Así, se fue expandiendo el perímetro de afectaciones físicas y psicológicas procurando que los receptores estuvieran más conmovidos y gratificados que informados. Este estilo narrativo, tan rentable para los periodistas y tan llamativo para las audiencias, no ha desaparecido, sino que, más bien, ha evolucionado y se ha hecho cada vez más sofisticado y complejo, a tal grado que, hoy en día, los riesgos más acuciantes y las catástrofes más devastadoras del orbe no se pueden llegar a entender sin apelar al sensacionalismo.*

Palabras clave: *Catástrofes, Comunicación, Sensacionalismo, Sociedad del Riesgo.*

Abstract: *The industrial boom of the American and European press of the late nineteenth century was necessarily accompanied by an editorial strategy that was intended that receivers of the major newspapers will begin to feel more involved with current issues. At first Pulitzer readers involved with issues that touched. After Hearst, based on provocation, he got the news sensationalism was the beginning of the distance involved. Thus it was expanding the scope of physical and psychological effects ensuring that recipients were more moved and gratified than informed. So, as profitable for journalists and so engaging for the audience, narrative style has not disappeared but rather has evolved and become increasingly sophisticated and complex, so much so that, today, the risks most pressing and the most devastating catastrophes of the world cannot come to understand without resorting to sensationalism.*

Keywords: *Catastrophe, Communication, Sensationalism, Risk Society.*

Introducción

En este artículo se comenta que los riesgos más acuciantes y las catástrofes más devastadoras del orbe no se pueden llegar a entender sin apelar al sensacionalismo periodístico. Lo anterior sería tanto como afirmar que la opinión pública se ha ido acostumbrando a requerir edulcorantes extra-informativos (imágenes, montajes, bandas sonoras, retóricas, etc.) que faciliten la atención y comprensión de las *quebras del acontecer*¹, anteponiendo la implicación a sus propias reflexiones.

Partimos de la premisa de que para que los sujetos asuman el rol de receptores de la comunicación (personal y/o social) no sólo deben saber percibir y saber interpretar los datos transmitidos, sino, sobre todo, deben sentirse aludidos e interesados por el contenido de la información. Se puede decir que dicha implicación de los receptores es una condición necesaria para que cualquier comunicación pueda tener éxito. Ahora bien, el emisor, desde tiempos inmemoriales, ha aprendido a “seducir” al receptor para conseguir metas por la vía comunicativa, es decir, el emisor no solo ha sabido hacerle llegar los datos necesarios al receptor para conseguir algún objetivo determinado, sino que también ha sabido distinguir el momento más propicio para dar a conocer (comunicar) las cosas y alcanzar determinados cometidos. El

¹ Las *quebras del acontecer* remiten a la percepción que tienen los sujetos sobre una ruptura que sucede en el transcurso del devenir previsible. La percepción les afecta en el control (cognitivo y práctico) sobre su entorno, llevándoles a una representación de desorden espacial y temporal, es decir, a una sensación de inseguridad. Cfr. Piñuel, Gaitán, Lozano, 2013.

sensacionalismo periodístico es, en este sentido, un edulcorante que pretende seducir a los receptores para que se sientan más aludidos e implicados en los mensajes transmitidos aunque dichas informaciones no justifiquen por sí solas el gusto, la atracción y la aceptación por parte de las audiencias. Así pues, el sensacionalismo fue, al mismo tiempo, causa y consecuencia de la mayor amplitud en la difusión de la prensa industrial de finales del siglo XIX y principios del siglo XX. Esas cabeceras que cada vez llegaban más lejos y a más lectores propiciaron que la implicación se manifestara a distancia, es decir, que los temas y los acontecimientos de lugares más remotos y ajenos comenzaran a tener el mismo interés y atracción que los temas más cercanos y propios.

Las narrativas sensacionalistas protagonizaron el estilo y el éxito periodístico de una época que sobrevive hasta nuestros días². Ha calado tanto en las formas sociales e individuales en el acceso a la información que, sin estos recursos artificiosos en el lenguaje, en la estética y en la tecnología, los receptores podrían llegar a tener la sensación de no estar informados. En otras palabras: sin aspectos llamativos la información no informa, o mejor: sin sensacionalismo las audiencias tienen la sensación de no estar informadas.

1 Los recursos sensacionalistas para conseguir involucrar a distancia a los lectores de periódicos

La implicación de los receptores es un requisito imprescindible para que cualquier comunicación pueda tener éxito. Ahora bien, la función de cualquier emisor (desde épocas muy antiguas) ha consistido en “seducir” al receptor para conseguir metas por la vía comunicativa, esto es, el que intenta informar no solo ha sabido hacerle llegar los datos necesarios a quien busca informar, sino que también ha sabido distinguir “la forma y el momento más idóneos” para comunicar su mensaje. El receptor, por su parte, al querer estar o sentirse informado siempre ha buscado los mensajes más atractivos al dejarse llevar o seducir por quienes le informan de esa manera. Ahora bien, no es hasta finales del siglo XIX y principios del XX, en pleno apogeo de la prensa

² Jesús Timoteo Álvarez fundamenta esta idea afirmando que “grandes diarios, contando ya con la radio y la televisión, mantuvieron a sus seguidores o lectores (audiencias) en torno a muy diferentes temas, relacionados siempre con la expectación, el sensacionalismo, el escándalo, las pasiones, la demagogia, todo aquello con que, desde siempre, se ha conseguido atraer y mantener el interés de las multitudes. (2004: 34-35).

industrial, cuándo se consolida el sensacionalismo como un edulcorante informativo para seducir a los lectores que pudieron sentirse aludidos e implicados con esos temas. Al tiempo que a dichos lectores, por su parte, también les gustaba leer, dejarse llevar e involucrarse emotivamente con esa clase de noticias.

Los antecedentes más directos son los periódicos denominados *Penny Papers* en los Estados Unidos, que desde los años treinta del siglo diecinueve van “adulterando emotivamente” la información periodística:

Hasta ese momento las “noticias”, generalmente, se limitaban a notas sobre hechos sociales o políticas de genuina importancia, o de ciertos sucesos que tuvieran significado para un público amplio. Sin embargo Benjamin Day llenó su periódico (el *Sun*) con noticias de otro carácter –relatos de delitos, historias de pecado, catástrofe o desastre– que la gente de la calle consideraba excitantes, entretenidas o divertidas (De Fleur y Ball-Rokeach, 1993:60)

No sería inadecuado afirmar que existe una relación muy cercana e inter-dependiente entre la prensa de masas y el sensacionalismo, ya que ninguno de los dos se explica sin la existencia del otro. Miquel Rodrigo (1989: 88) lo comenta de la siguiente manera:

La prensa (de masas) se ha convertido para los ciudadanos en la principal fuente de transmisión de acontecimientos. Además, frente a los acontecimientos sociales, la prensa adopta una postura más activa; ya no se trata de recibir la información y comentarla, sino que hay que descubrir el acontecimiento (...). Frente a la democratización de las sociedades hay una politización del acontecimiento. La explicación del acontecimiento se hará en función de una ideología explícita. Aunque frente al periodo anterior, en el que el comentario era el que dominaba el acontecimiento, con la gran prensa de masas, este último es el elemento central de la mercancía informativa. Esta demanda de acontecimientos hace que sea frecuente la exageración o incluso falsificación del acontecimiento. Estamos en la época del nacimiento del periodismo sensacionalista.

Los periódicos de finales del siglo xix se convierten en los principales agentes de la socialización, del orden social y de la construcción del acontecer público, al tiempo que se convierten en empresas muy lucrativas.

Es la nueva concepción del periódico como empresa y no sólo como instrumento político al servicio de un partido, manifestación más habitual hasta entonces. El compendio es manifiesto, se están poniendo los nuevos lenguajes y presentaciones, los mecanismos de influencia social y las fuentes de ingresos gracias a la información, concebida como medio de enriquecimiento (Bordería, E. *et. al.* 1998-321).

Los recursos sensacionalistas del periodismo tratan de:

conmover al lector y a ese fin se le sirven a diario relatos convenientemente aderezados con grandes titulares e ilustraciones –las primeras fotografías– sobre asuntos de la más variada temática: irrumpen con fuerza los temas sociales, los escándalos –el escándalo sexual o el crimen se convierten en las grandes estrellas del momento– y junto a ellos el tema político, que no desaparece, sin que se adapta a los nuevos tiempos elevando la nación a categoría de sujeto periodístico (Gloria García González, 1999).

Por su parte, Belén Alonso comenta que

El resultado principal (de la prensa de masas) fue que las noticias se convirtieron en un objeto de consumo masivo. Si el final del siglo diecinueve señala el triunfo de la nueva prensa, el comienzo del veinte observa su consolidación. En el período previo y durante la primera gran guerra la curiosidad actuó como estimulante y los diarios populares de masas se vieron ampliamente beneficiados (2007: 91).

Esta particularidad en la que se encontraba la prensa de masas (hegemónicamente dominada por la narrativa sensacionalista) marcó un determinante punto de partida para delimitar una tendencia en las coberturas periodísticas de la Primera Guerra Mundial y también una marcada predisposición por parte de las audiencias para atender, informarse e interpretar el conflicto bélico según los estilos narrativos imperantes en la prensa de entonces. No cabe duda, que después de ese gran conflicto mundial, al quedar al descubierto la gran distancia que había entre el “acontecer” y los “relatos periodísticos del acontecer” tanto los periodistas como los lectores experimentaron un desajuste (engaño, exageración, manipulación) que propiciaron considerables cambios en la forma de hacer periodismo en las etapas subsiguientes, cambios que no dejaron atrás la narrativa sensacionalista, sino que, más bien, la perfeccionaron.

Es justo en esta época (antes de que se desencadene la Primera Guerra Mundial) cuando se dan las condiciones necesarias para que se consoliden las narrativas periodísticas sensacionalistas en un modelo de comunicación imperante que llega a nuestros días con mucho vigor.

2 Consolidación de las narrativas periodísticas sensacionalistas

La apuesta decidida por el sensacionalismo no solo era una cuestión de recursos narrativos, sino también de saber mostrar con más énfasis una quiebra relevante del acontecer. Enfatizar la información significaba darle a determinado acontecimiento una mayor importancia y dejar constancia de que no solo se utilizaba más tiempo y más espacio en los periódicos, sino que las coberturas técnicas y narrativas se adecuaban al hecho, tanto que terminaban dándole al acontecimiento una historia única con identidad y nombre propios. Héctor Borrat (2005) sostiene que “Cada periódico de calidad busca por esta nueva vía llegar a nuevos lectores, predominantemente jóvenes, mediante un precio más bajo, textos más cortos, contenidos actualizados y –acercándose con cautela a la referencia sensacionalista– titulares y fotos de mayor impacto”.

Cuando un periódico importante de la época decidía hacer una cobertura de una destacada quiebra del acontecer se exponía a que sus rutinas de trabajo se alteraran y pudiesen incrementarse, por ejemplo, el número habitual de reporteros y el número habitual de páginas. Al volcar más información, al destacar diferentes enfoques y testimonios, las narrativas periodísticas también cambiaban, se perfeccionaban, se agilizaban, se adaptaban, describían y explicaban con más celeridad y claridad el desorden ocurrido en algún desastre. Tales relatos informativos no solo eran muy pertinentes y atractivos sino que, a la postre, se hicieron muy lucrativos para el negocio de la prensa de masas.

Hasta aquí hemos hablado de la relación cercana y muy intensa entre la prensa de masas y el sensacionalismo, en tanto que esa clase de periodismo se ha convertido para las audiencias en la principal fuente de transmisión de quiebras del acontecer. Sin embargo, faltaría una tercera pata que es el acontecer de riesgos y catástrofes como tema principal de este formato comunicativo que se consolida en esta época y llega hasta nuestros días. El esquema resultante que relaciona los cuatro componentes básicos del modelo resultante de comunicación hegemónico se pueden apreciar en el Cuadro 1.

Cuadro 1. Modelo de comunicación hegemónico con recursos sensacionalistas	
Actores (emisor y receptor) Periodistas y Audiencias	Instrumentos Prensa de masas (principales cabeceras)
Expresiones Acontecer de riesgos y catástrofes	Representaciones <i>Sensacionalismo</i> como código de entendimiento

El modelo de comunicación hegemónico con recursos sensacionalistas es un formato que se va consolidando y también se va imponiendo a la hora de hacer coberturas periodísticas a propósito del acontecer de riesgos y catástrofes mediante narrativas y recursos técnicos que buscan conmover a los receptores. Es obvio que la presencia de los cuatro elementos son necesarios para que existan coberturas de grandes desastres tal y como las conocemos hoy en día.

Pensemos en un caso en el que no estén en pleno funcionamiento todavía los cuatro componentes del modelo. Así, por ejemplo, una catástrofe de gran alcance como la erupción del volcán Krakatoa el 27 de agosto de 1883³, cuando ya existía la prensa de masas pero el sensacionalismo no se había consolidado como técnica narrativa.

El informe que realizó el ingeniero de Minas M. Verbeek y que fue publicado (nueve meses más tarde) por el periódico *La Vanguardia* en la edición del martes, 10 junio 1884, págs. 3 y 4 aborda lo sucedido con rigurosos datos, pero por el sólo hecho de no apelar a la conmoción, da la sensación de que no ha ocurrido una catástrofe:

Las erupciones más fuertes fueron en número de cuatro y tuvieron efecto el 27 de agosto. La más violenta de todas fue la explosión de las diez y cinco minutos (tiempo de Batavia). Partió entonces del Krakatoa una onda aérea que, alrededor de este punto como polo, se extendió anularmente por la superficie del globo, cuya circunferencia entera recorrió tres veces y cuarto (...). Un último é importante fenómeno á que ha dado origen la erupción, es la producción de enormes olas que, cubriendo las costas bajas del estrecho de la Sonda, destruyeron multitud de campoengs y costaron la vida á más de 35.000 personas. La ola mayor subió hasta una altura comprendida entre 15 y 35 metros, según los lugares, su distancia al Krakatoa y el escape de la costa, propagándose hasta las mismas costas de Francia.

Aunque la narración detallada de Verbeek es contundente en cuanto al alcance de la destrucción y el número de personas muertas, nadie podría afirmar que se trata de un relato sensacionalista. Es cierto que la erupción del volcán Krakatoa tuvo su

³ Se ha registrado como la práctica destrucción de una isla cuya explosión desató una energía de 200 megatones (según los entendidos, diez mil veces más poderosa que la bomba de Hiroshima). Se cuenta que la explosión se escuchó en un perímetro de casi tres mil quinientos kilómetros, es decir, el estruendo pudo oírse perfectamente en Madagascar y en Australia. Los maremotos subsiguientes a la explosión alcanzaron los cuarenta metros de altura y destruyeron 163 aldeas a lo largo de la costa de Java y Sumatra, ahogando a un total de 36 mil personas. También se cuenta que la ceniza de la explosión alcanzó los ochenta kilómetros de altitud. Después de tres años de la erupción, los observadores de todo el mundo describían el crepúsculo y el alba de brillante colorido, producido por la refracción de los rayos solares en esas partículas minúsculas.

repercusión informativa en la prensa de entonces, pero nada parecido con las “repercusiones” con las que estamos acostumbrados actualmente⁴.

La quiebra del acontecer que marca un antes y un después en las coberturas periodísticas de grandes catástrofes y que pone en juego los componentes básicos del modelo de comunicación hegemónico comentado, es el naufragio del trasatlántico Titanic. Carr Vattel Van Anda, redactor del *New York Times*, dirigió la cobertura del inesperado hundimiento de aquel barco. Con mucha visión e inteligencia periodística (porque se preparó para lo peor) llevó a cabo lo que podría definirse como la primera cobertura de un desastre tal y como los conocemos hoy en día. Dicho en otras palabras: ni se trató de la primera catástrofe ocurrida en la historia, ni tampoco fue la primera cobertura periodística de una catástrofe, pero sí podríamos afirmar que fue la primera vez que se utilizaron todos los recursos técnicos y narrativos del sensacionalismo para hacer una cobertura de estas características.



Imagen 1. Portada *New York Times*

⁴ Jacinto Antón cuenta que “ la erupción del volcán de Krakatoa (fue) la primera gran catástrofe natural percibida como un suceso mundial, gracias a la entonces recién nacida red de comunicaciones de largo alcance [el cable telegráfico submarino], impactó en el imaginario colectivo como no lo había hecho antes ningún otro acontecimiento similar y despertó una conciencia global. El mundo se reveló como un lugar en el que un suceso podía tener consecuencias a escala planetaria” (*El País*, 16-01-05. Domingo, p. 9).

A diferencia de los directores de otros diarios, Carr Vattel Van Anda movilizó todos los recursos económicos y profesionales disponibles, sabía que solo disponía de poco tiempo para armar la primera edición de ese día y que se la dedicaría casi en su totalidad al suceso (de las 24 páginas del New York Times de ese día, 15 fueron dedicadas al Titanic. Véase Imagen 1). Su plan fue más o menos el siguiente: alquiló toda una planta en un hotel cercano al puerto de Nueva York donde atracó el buque Carpathia, que trasladó a los supervivientes; instaló cuatro teléfonos en el hotel que estaban conectados a la redacción del periódico; envió a dieciséis reporteros al puerto, a pesar de tener solo cuatro pases. Los reporteros que no tenían permiso para entrar en el barco trabajaron en el muelle y se acercaron lo más posible a los supervivientes; asignó las piezas principales del periódico a los cuatro reporteros con pases de prensa; ordenó que todos los periodistas regresaran rápidamente al hotel para transmitir sus informes vía telefónica. De esta manera organizó un completo paquete informativo (muchas historias derivadas del mismo acontecer) para la primera edición con fotografías del barco atracado, su capitán, una lista de personajes famosos a bordo, relatos sobre las últimas colisiones con icebergs. La cobertura informativa se completaba con una historia sobre la llegada del Carpathia, un relato sobre los preparativos de la llegada de los supervivientes, había testimonios de los supervivientes alojados en los hoteles cercanos y crónicas sobre la multitud agrupada en el puerto y la actividad de los policías.

Meyer Berger (1951) describió que si bien lo publicado en ese primer día era impresionante para la época, la historia recordará a Van Anda por lo que sucedió después, es decir por convertirse en el primero en hacer una cobertura noticiosa de desastres que marcará un estilo o tendencia. En definitiva, la cobertura periodística del hundimiento del Titanic estableció las bases de una clase excepcional de tratamiento informativo con llamativas movilizaciones por parte de los periodistas y fuertes dosis de implicaciones emotivas por parte de las audiencias.

3 Implicaciones y no reflexiones: los medios de comunicación en la sociedad del riesgo

Ya hemos comentado que la prensa de masas a principios del siglo xx estaba altamente influenciada por la narrativa sensacionalista. Esta estilística fue utilizada para realizar las coberturas periodísticas durante la Primera Guerra Mundial y también se creó una alta predisposición por parte de los lectores de los periódicos para atender, informarse

e interpretar el conflicto bélico según esos relatos imperantes. También hemos dicho que al finalizar el conflicto bélico internacional, cuando se pudo hacer un balance de la distancia existente entre lo que se dijo del acontecer y lo que realmente sucedió se desvelaron muchas exageraciones y engaños que motivaron tanto a comunicadores como a consumidores de información a cambiar la narrativa periodística. Las nuevas formas de reconstruir las quiebras del acontecer no aniquilaron las narrativas sensacionalistas, sino más bien, las depuraron. En este artículo no nos detenemos a analizar la evolución del modelo de comunicación sensacionalista sobre riesgos y catástrofes durante el periodo de entreguerras y la Segunda Guerra Mundial, pero si podemos afirmar que las narrativas sensacionalistas en esta época decisiva se fueron refinando cada vez más bajo los servicios de la propaganda.

Centrados en la denominada “sociedad del riesgo”⁵, delimitada desde la catástrofe de Chernobil en 1986 hasta nuestros días, podemos afirmar, junto a Enrique Gil Calvo (2009) que

los medios informativos intervienen ante la irrupción de riesgos sociales y ambientales. Así ha de ser, pues sólo son noticia las malas noticias, y los riesgos son los 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. Un espacio tan abultado que en la prensa sensacionalista llega a convertirse en desproporcionado.

El renovado catastrofismo de la información ambiental tiene su equivalente en el sensacionalismo o el amarillismo que se aplica al resto de noticias de actualidad (*Cfr.* Fernández Sánchez, J., 1995; Flores Mora, C., 2010; WISNER, B. 2004; Sorhuet, H., 2013). El catastrofismo periodístico tiene como objetivo llamar la atención del público mediante escenas estremecedoras y frases contundentes. Imágenes y textos que el espectador medio entiende o, en otras palabras, las identifica emotivamente, sin necesidad de requerir muchas más explicaciones. Es cierto que la información de catástrofes suele despertar una mayor inquietud e implicación entre quienes atienden con interés esos temas, ya sea por el atractivo de las imágenes o porque les concierne mucho más que otros aspectos del relato informativo, pero la contemplación de dichas situaciones de inestabilidad no significa necesariamente que los receptores comprendan esa información y la conviertan en conocimientos seguros y compartidos. Muy al contrario, la información de catástrofes, puede llegar a “adormecer” a los receptores y sumergirlos en un estado de perplejidad e inacción. En este punto hay

⁵ No hay que olvidar que la denominación “sociedad del riesgo” fue introducida por el sociólogo alemán Ulrich Beck quien la delimitó de la siguiente manera: “Riesgo es el enfoque moderno de la previsión y control de las consecuencias futuras de la acción humana, las diversas consecuencias no deseadas de la modernización radicalizada. Es un intento [institucionalizado] de colonizar el futuro, un mapa cognitivo. Toda sociedad, por supuesto, ha experimentado peligros. Pero el régimen de riesgo es una función de un orden nuevo: no es nacional, sino global” (Beck, 2002:5).

que decir que los medios de comunicación tienen mucha responsabilidad, puesto que al informar también incentivan puntos de vista desconcertantes entre el público e incluso llegan a saturar los límites de las capacidades cognitivas de los receptores que no son capaces de procesar correctamente esa clase de información. Esta especie de 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, también afecta a los emisores (periodistas, presentadores, redactores) en el momento de reelaborar narrativamente lo sucedido e intentar aproximar (más que explicar) a las audiencias lo ocurrido en las quiebras del acontecer.

4 Las narrativas sensacionalistas al informar sobre riesgos y catástrofes

Desde hace poco más de un siglo cuando Carr Vattel Van Anda dirigió la cobertura periodística del hundimiento del Titanic para el *New York Times* en 1912, al día de hoy cuando se cumplen 30 años de la catástrofe de Chernobyl y un lustro del tsunami de Fukushima, la prensa actual se enfrenta a un dilema a la hora de abordar las coberturas de riesgos y de catástrofes. La disyuntiva apunta a que la prensa no se aleje demasiado del rigor científico frente a la facilidad de transmisión y conexión que ofrece la emotividad y el sensacionalismo. La información rigurosa y contrastada ayuda a reflejar la objetividad de los hechos reales, en tanto que los relatos sensacionalistas ayudan a subrayar el alarmismo, el mensaje del miedo o la incertidumbre. El problema no radica exclusivamente en la falta de rigor del periodismo cuando se informa sobre riesgos y catástrofes, sino más bien, el problema está en que las audiencias no perciben las quiebras del acontecer, ni se sienten informadas al respecto, si no es a través de relatos más bien sensacionalistas (Cfr. Gil Calvo, 2003).

Por lo anterior se podría decir que los periodistas de hoy en día, a la hora de informar sobre riesgos y catástrofes, prefieren abordarlos con rapidez y ligereza al describir los hechos ocurridos o por ocurrir. Es verdad que las rutinas periodísticas suelen exigir mucha concisión en sus relatos, sin embargo, cuando los trastornos son muy acuciantes y cercanos, la rapidez en la transmisión de la información tiene un valor añadido que no siempre termina contrastándose ni, mucho menos, profundizando y esclareciendo los hechos, sus causas y sus consecuencias. Emisores y audiencias se han ido acostumbrado a sustentar sólo en las novedades no suficientemente aclaradas y en la celeridad del tránsito de datos la capacidad de “sentirse informados”. En consecuencia, con el paso del tiempo, cuando se puede llegar a tener más datos contrastados, verificados y fiables, cuando realmente se puede decir que se obtiene la capacidad de “estar informados”, los datos ofrecidos dejan de considerarse como

noticia, dejan de publicarse en lugares destacados, dejan de ser percibidos como temas relevantes tanto por emisores como por las audiencias, debido a que esos datos quedan muy lejos de las novedades no suficientemente aclaradas y, sobre todo, porque no se dan a conocer mediante transmisiones ágiles, llamativas. (Cfr. Morales, E., Sánchez M, Lozano, C., 2015).

Conclusiones

En este artículo hemos lanzado la hipótesis de que fue el hundimiento del Titánic el acontecimiento que ha puesto en marcha un modelo narrativo de periodismo industrial que poco a poco ha ido imponiendo, en sus discursos, representaciones con recursos sensacionalistas. De esta manera, el sensacionalismo periodístico es un ingrediente imprescindible para entender los riesgos más acuciantes y las catástrofes más devastadoras del orbe. Sin comunicación, ni sensacionalismos, no hay riesgos ni catástrofes.

Aunque en este artículo no nos hemos hecho un análisis diacrónico, sí podemos afirmar que en la actualidad el sensacionalismo no ha dejado de tener vigencia. Ahora bien, si queremos, por el contrario, que las estructuras narrativas del periodismo actual tiendan a hacerse más complejas, más completas y mejor ordenadas (menos sensacionalistas), se podría pensar que la información ofrecida podría tener más calidad y seguramente sería mucho mejor conocida e interpretada por las audiencias. El predominio de los relatos periodísticos más elaborados, frente a los superficiales, supondría que las audiencias serían capaces de aprender algo más de lo sucedido y también cabría suponer que estarían mejor preparadas (informadas) para saber prever o sobrellevar futuras y parecidas situaciones de inestabilidad. La mayor cantidad de tiempo y de espacio dedicados a la información de situaciones de riesgo y de catástrofes no garantiza la calidad informativa.

Las noticias a propósito de riesgos y catástrofes no se diferencian del resto de noticias, porque se publican de forma muy similar en todos los medios de comunicación. Esta evidente homogeneidad de los relatos consigue que las audiencias perciban la complejidad del entorno como algo único, sin aristas. La percepción de la uniformidad en los relatos del acontecer de riesgos y catástrofes tiene unos parámetros más o menos establecidos y reconocibles. Estos parámetros son modelos narrativos

sensacionalistas que terminan imponiéndose (se hacen hegemónicos) y colocan al mismo nivel catástrofes muy diferentes entre sí⁶.

Así pues, más de un siglo más tarde de aquel famoso hundimiento del Titánic, las noticias de hoy en día sobre riesgos y catástrofes se caracterizan por seguir siendo narraciones sensacionalistas, más bien espectaculares, llamativas, mal estructuradas y, en muchas ocasiones, superficiales. No informan con un nivel deseable de rigor (pertinencia, contrastación y completitud), ni suelen ofrecer datos totalmente ciertos (descripciones y argumentos), más bien conducen a la ambigüedad y al desconcierto de los lectores y, por consiguiente, el público no consigue aprender por esta vía las nociones básicas sobre los riesgos y catástrofes que les permitieran identificar (saber) y prevenir (saber hacer en) los futuros acontecimientos catastróficos de similares características (Cfr. Lozano Ascencio, C., 2015).

Bibliografía

- ALONSO, B. (2007). "Entre lo popular y lo masivo. Aproximaciones a la prensa moderna". *Revista Latina de Comunicación Social* Nº, 62, julio 2007. U. La Laguna, Tenerife.
- ÁLVAREZ FERNÁNDEZ, J. T. (2004) "Los medios y el desarrollo de la sociedad occidental" en Barrera, Carlos (coord.) *Historia del Periodismo Universal*. Ariel, Barcelona, 25-42 pp.
- BECK, U. (2002). *La sociedad del riesgo global*. Siglo XXI. Madrid.
- BECK, U. GIDDENS, A. LASH, S. (1997). *Modernización reflexiva: política, tradición y estética en el orden social moderno*. Madrid, Alianza.
- BECHMANN, G. (2004). "Riesgo sociedad posmoderna", en Luján J. L. y Echevarría J. (eds.) *Gobernar los riesgos. Ciencia y valores en la sociedad del riesgo*. Madrid. Biblioteca Nueva. Organización de los Estados Iberoamericanos.

⁶ Este argumento también puede extenderse en otras direcciones: 1. cuando, por ejemplo, estos modelos narrativos se utilizan para informar sobre otra clase de noticias, éstas pueden llegar a ser vistas e interpretadas como catástrofes, no tanto porque realmente lo sean, sino porque se presentan como si lo fuesen. No es difícil escuchar que mucha gente interprete a casi cualquier acontecimiento como catástrofe o catastrófico; 2. La información de catástrofes no es (ni debería ser) una información catastrófica, sin embargo, siempre ha sido muy difícil hacer una distinción clara entre los datos de una situación de inestabilidad y el estado de ánimo que produce la contemplación de dicha situación.

- BERGER, M. (1951). *The Story of the New York Times, 1851-1951*. New York, Simon and Schuster.
- BORDERÍA, E. LAGUNA PLATERO, A. Y MARTÍNEZ GALLEGO, F. A. (1998). *Historia de la Comunicación Social. Voces, registros y conciencias*. Madrid. Síntesis.
- BORRAT, H. (2005). "Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica". *Portal de la Comunicación*. http://portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=21 Última consulta: 31/08/2015.
- CROVI DRUETTA, D. Y LOZANO ASCENCIO, C. (2010). *La faena de lo incierto. Incertidumbre y medios de comunicación*. Universidad Nacional Autónoma de México y SITESA ediciones.
- DE FLEUR, M. L. Y BALL-ROKEACH, S.J. (1993). *Teorías de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- ECHEVERRÍA, J. (2004). "Los riesgos de la globalización", en Luján, José Luis y Echeverría, Javier (eds.) *Gobernar los riesgos. Ciencia y valores en la sociedad del riesgo*. Madrid. Biblioteca Nueva. Organización de los Estados Iberoamericanos.
- FERNÁNDEZ SÁNCHEZ, J. (1995). *Periodismo ambiental en España*. Madrid. MOPU.
- FLORES MORA, Cinthya (2010): "Una aproximación al Periodismo Ambiental: tendencias regionales y claves para un mejor ejercicio de la profesión" en Trotti R. y González Rodríguez, S. *Periodismo ambiental. Riesgos y oportunidades en la cobertura periodística*, Sociedad Interamericana de Prensa. <https://www.uaa.edu.py/biblioteca/images/stories/pdf/periodismo-ambiental-riesgos-y-oportunidades-en-la-cobertura-informativa.pdf> (Consultado: 16-02-16)
- GAITÁN, J. A., LOZANO, C. PIÑUEL J. L. (2012). "La sociedad de la inseguridad en el discurso mediático" en Cerda Pérez, Patricia. *Seguridad, Ciudadanías y Comunicación en las sociedades de incertidumbre y riesgo. Investigaciones y reflexiones*. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- GARCÍA GONZÁLEZ, G. (1999). "La conformación de la moderna prensa informativa" en Gómez Mompert, J L y Marín Otto E. *Historia del periodismo universal*. Madrid. Síntesis.
- GIDDENS, A. (2002) *Un mundo desbocado. Los efectos de la globalización en nuestras vidas*. Madrid, Taurus.
- GIL CALVO, E. (2003) *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid, Alianza.

- (2009). "Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación" en Moreno Castro, Carolina (ed). *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid. Biblioteca Nueva OEI.

GONZALO IGLESIA, JL. Y FARRÉ COMA, J. (2011). *Teoría de la comunicación de riesgo*. Barcelona. Editorial UOC.

INNERARITY, D. (2004) *La sociedad invisible*. Madrid, Espasa.

- (2011) "La humanidad amenazada: gobernar los riesgos globales, en Innerarity, D. y Solana, J. (eds.) *La humanidad amenazada: gobernar los riesgos globales*, Barcelona, Paidós, 11-20 pp.

LÓPEZ CERREZO, JA. Y LUJÁN, JL. (2000). *Ciencia y política del riesgo*. Madrid, Alianza.

LOZANO ASCENCIO, C. (2015). "La construcción del mensaje sobre los riesgos y catástrofes de origen natural en los noticiarios de las principales cadenas de televisión de cobertura nacional en España (2013 - 2014)". Seminario Internacional "ciencias sociales y riesgo de desastres en américa latina: un encuentro inconcluso" Septiembre 2015. Instituto de Geografía, Universidad de Buenos Aires, Argentina. http://www.pirna.com.ar/files/pirna/SICSYRD_PON_LOZANO_Carlos.pdf (Consultado el 16-02-16)

- (Coord.) (2015b) La construcción del acontecer de riesgos y de catástrofes. *Cuadernos Artesanos de Comunicación / 82*. U. de la Laguna, Tenerife. 182 pp.

- (2013). "El cambio climático en los telediarios: alusiones a la catástrofe en tiempos de calma", *Disertaciones*, Volumen 6 Nº 1. 124-140 pp. <http://erevistas.saber.ula.ve/index.php/Disertaciones/article/view/4126/4213>

- (2012). "La comunicación de riesgo: una realidad contraindicada" en *III Congreso Internacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación AE-IC 2012* Tarragona "Comunicación y riesgo" 21 pp. http://www.aeic2012tarragona.org/comunicacions_cd/ok/281.pdf

- (2009a). "El progreso de la fragilidad social: de la sociedad industrial a la sociedad de la información" en Larrañaga Zubizarreta, José y Larrondo Ureta, Amara *De la sociedad industrial a la sociedad de la información Actas del X Congreso Asociación Historiadores de la Comunicación*. Universidad del País Vasco. Bilbao, 18 pp.

- (2009b). "El medio ambiente como una referencia dominante en la construcción social del acontecer catastrófico" en Carabaza, J. y Lozano, J. C. (Eds.) *Comunicación y Medio Ambiente. Reflexiones, análisis y propuestas*. Monterrey, México, Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey. 132-159.

- (2009c). "Periodismo de catástrofes: La actualidad informativa como fuente de incertidumbres" en Moreno Castro, Carolina (Ed.) *Comunicar los riesgos. Ciencia y tecnología en la sociedad de la información*. Madrid. Biblioteca Nueva. Organización de Estados Iberoamericanos. Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. 231-248 pp.
- (2008). "La tele-damnificación: victimismo frente a la incertidumbre social" en Perez-Amat, Ricardo, Núñez Puente, Sonia y García Jiménez, Antonio (Coords.) *Comunicación, Identidad y Género*. Volumen I. Madrid, Fragua, 155-168 pp.
- (2006) "Medios de comunicación y catástrofes: ¿tratantes de información?". En Vara, A. Virgil, J. R. Giménez, E. Días, M. (editores) *La comunicación en situaciones de crisis: del 11M al 14M*. Pamplona, Eunsa, 2006. 563- 573 pp.

LOZANO ASCENCIO, C. PIÑUEL RAIGADA, J. L. Y GAITÁN MOYA, J. A. (2007) "Incertidumbre y comunicación. Dominios de supervivencia y estructuración del acontecer". *Diálogos de la Comunicación* Nº 75 Septiembre-Diciembre.

LOZANO ASCENCIO, C. Y GAITÁN MOYA, J. A. (2008). "Construcción social del acontecer (epistemología y práctica del periodismo)". *Actas y memoria final Congreso Internacional Fundacional I+C Investigar la Comunicación*. AE-IC. Santiago de Compostela.

MORALES, E., SÁNCHEZ M, LOZANO, C. (2015) "La construcción de los discursos sobre catástrofes de origen natural en los informativos de las televisiones en España", en Lozano Ascencio, Carlos (coord.) *La construcción del acontecer de riesgos y de catástrofes*. Cuadernos Artesanos de Comunicación / 82. U. de la Laguna, Tenerife. 15-32 pp.

PIÑUEL RAIGADA, J. L. Y LOZANO ASCENCIO, C. (2006). *Ensayo general sobre la comunicación*. Paidós, Barcelona.

- (2008). "Autopoiesis y periodismo: reflexiones para un estudio de las construcciones del 'acontecer' y del 'dominio histórico de existencia' ligados a la actualidad". *Espaciotiempo. Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades*. Año 1. Número 2. Universidad Autónoma de San Luis Potosí. San Luis Potosí, México.

PIÑUEL, J. L., GAITÁN, J. A. Y LOZANO C. (2013). Confiar en la prensa o no. Un método para el estudio de la construcción mediática de la realidad. Salamanca, Ed. Comunicación Social, 206 pp.

RAMENTOL, S. (2004). *Teorías del desconcierto. Viaje al fondo de la incertidumbre: los pensadores que diseñan un futuro global*. Barcelona, Tendencias.

RAMOS TORRE, R (2006). "La deriva hacia la incertidumbre de la sociedad del riesgo" en Ruano Gómez, J. D. (Dir.) *I jornadas sobre gestión de crisis. Más allá de la Sociedad del Riesgo*. A Coruña. Universidad A Coruña.

- (2004) "De la sociedad del riesgo a la sociedad de la incertidumbre" en Luján J. L. y Echevarría J. (eds) *Gobernar los riesgos. Ciencia y valores en la sociedad del riesgo*. Madrid. OEI. Biblioteca Nueva. 35-50 pp.

RODRIGO ALSINA, M. (1989). *La construcción de la noticia*. Barcelona. Paidós.

WISNER, B. et al (2004). *At Risk. Natural Hazards, People's Vulnerability and Disasters*, Routledge, Nueva York.