

GRUPOS DE INVESTIGACIÓN

DESCRIPCIÓN

Este proyecto de investigación es una iniciativa multidisciplinar, llevada a cabo por académicos de diferentes ámbitos de la sociología, psicología, periodismo, publicidad y relaciones públicas, política, filosofía, etc., que se reúnen con el objetivo de intentar aunar esfuerzos y ofrecer una explicación científica de la dimensión comunicativa del fenómeno terrorista. Las líneas de investigación que se están desarrollando en el proyecto se centran en tres actores: políticos, medios de comunicación y ciudadanía



Gráfico 1. Objeto de Estudio del Proyecto de Investigación

CÓMO INVESTIGA EL GRUPO

El investigador del proyecto emplea técnicas cualitativas o cuantitativas, en función del sujeto que se esté estudiando. En este sentido, las herramientas de investigación más utilizadas, para el fenómeno comunicativo del terrorismo son, *análisis de contenido (prensa y televisión)*, y *cuestionarios* –principalmente para seguimiento de medios de comunicación, *entrevistas en profundidad*– sobre todo para políticos, tanques de pensamiento, líderes de opinión, miembros de asociaciones víctimas, institutos, expertos y *focus groups* y *cuestionarios*– se encargan de analizar determinados sectores de población, y seleccionarlos por filtros de edad, sexo, ideología, estado, profesión.

La investigación no recoge información de ninguno de estos actores de manera continua, sino puntualmente. Eso significa que los criterios para establecer esos plazos de seguimiento y medición, son fijados por el director del proyecto así como por un pequeño grupo de investigadores. Dichos criterios dependen de factores tanto políticos, sociales, como económicos, culturales, etc., y responden tanto a necesidades estructurales como coyunturales.

La idea es poder establecer redes de investigación con estudios de campo transnacionales. En ese sentido, se está cerrando un encuentro de investigadores en México para este año.

CUANTITATIVOS-

1. ANÁLISIS DE CONTENIDO: 2005,2006, 2007 Y 2008
 - a) El País, El Mundo, ABC, La Vanguardia, Miami Herald, Herald Tribune, Chicago Tribune, The Sun, Washington Post, New York Times
 - b) TVE 1, Antena 3, Telemadrid, Telecinco
2. PANEL DE ALUMNOS (UNIVERSIDAD) Y CIUDADANOS
 - a) Muestra de 400 alumnos universidad madrileña- 2006
 - b) Muestra de 800 sujetos de toda España- 2007

CUALITATIVOS-

1. ENTREVISTAS EN PROFUNDIDAD (GRABADAS Y TRASCRITAS)
Más de una veintena de entrevistas distribuidas entre los siguientes actores:
 - a) Periodistas
 - b) Políticos
 - c) Asociaciones y Fundaciones de Víctimas
 - d) Expertos
2. FOCUS GROUPS (GRABADOS AUDIO Y VÍDEO)
Más de una decena de focus groups realizados en Madrid, Barcelona y Bilbao entre los años de 2005 a 2008

3. ALGUNOS RESULTADOS INTERESANTES DE LOS CUANTITATIVOS Y CUALITATIVOS

A tenor de lo analizado en las entrevistas en profundidad y en los análisis de contenido, tanto políticos como medios de comunicación son conscientes de la estrategia de propaganda del miedo de los terroristas, de sus acciones y su doctrina, pero se hacen eco de conceptos procedentes del ámbito etarra, como zulo, kale- borroka, o comando, para informar a la población.

Hasta la fecha, y cuando restan algunos meses para completar el primer módulo de investigación, se arrojan resultados interesantes. Según afirma Rafael Caballero, jefe de Estudios de Merkastar, instituto de investigación que colabora con la investigación, la cantidad de preocupación con respecto al terrorismo en general y el interés hacia las noticias de terrorismo, no tiene relación con leer una determinada prensa, ni con ver determinados informativos en determinados canales de televisión, ni con el sexo. Sí parece tener algo más de relación con la variable edad, aunque no demasiado significativa.

Otro aspecto interesante derivado de la investigación es el de que hay una relación entre el interés por el terrorismo y el recuerdo de los contenidos. Igualmente, hay una relación entre el interés y la preocupación con toda una serie de variables que representan emociones negativas intensas (rabia, impotencia, miedo) y sentimientos positivos (solidaridad, confianza en los cuerpos de seguridad, etc.). En este sentido, cuando se producen emociones negativas, de miedo concretamente, la gente culpabiliza a los políticos. De la misma manera, si se siente confianza en los cuerpos de seguridad, se produce sobre los políticos una valoración positiva.

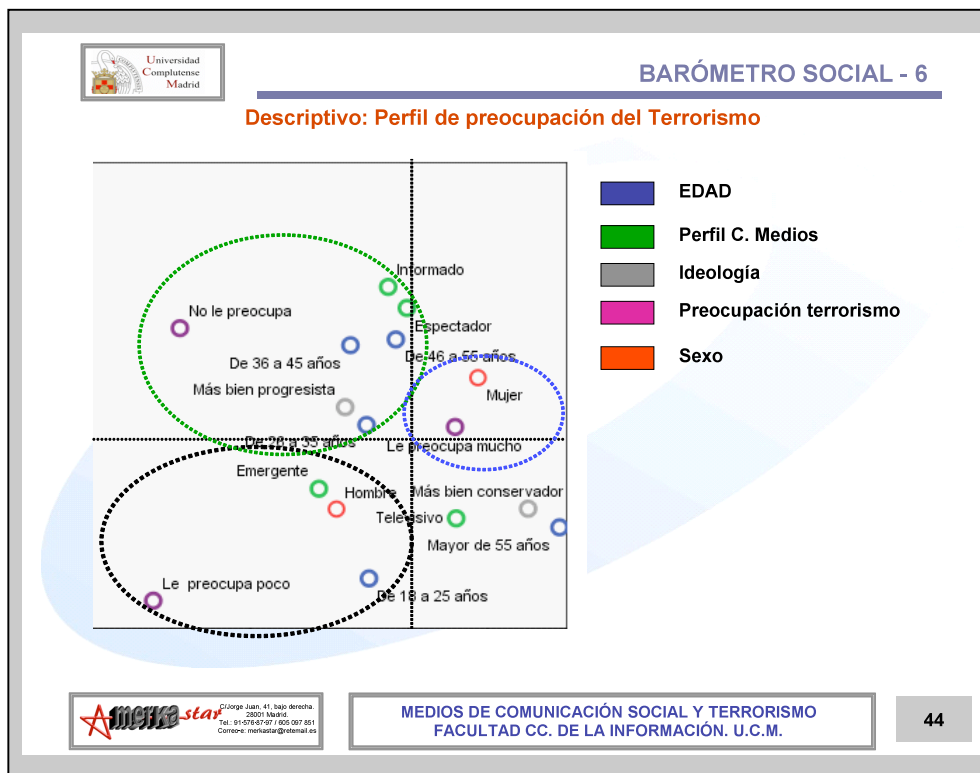


Gráfico 2. Perfil de Preocupación por el terrorismo

Esta línea de investigación está siendo desarrollada en el Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II de la facultad de Ciencias de la Información.

Resumen de Proyectos de Investigación Aplicada y Básica

- TERRORISMO POST 11M Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EFECTOS COGNITIVOS Y EMOCIONALES EN LA POBLACIÓN. (SEJ2005-06690)- Director Ubaldo Cuesta Cambra, Financiado por el Ministerio de Educación y Ciencia (2005-2008)
- TERRORISMO POST 11M Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN: EFECTOS COGNITIVOS Y EMOCIONALES EN LA POBLACIÓN MADRILEÑA (06 / HSE / 0030/ 2004)- Director Ubaldo Cuesta Cambra, Financiado por la Comunidad de Madrid

Resumen de Publicaciones relacionadas con la Investigación

- La influencia del Terrorismo en el voto de las elecciones nacionales del 2008, en Canel, María José y G. Gurrionero, Mario (eds.), *Estudios de Comunicación Política. Libro del Año 2008* (2008), Madrid, ISBN: 84-95903-18-0, pp.??
- La prioridad del terrorismo como tema electoral: Análisis de la Campaña de 2008 en medios, en Canel, María José y G. Gurrionero, Mario (eds.), *Estudios de Comunicación Política. Libro del Año 2008* (2008), Madrid, ISBN: 84-95903-18-0, pp.??
- 11M y Medios de Comunicación (2007), *Fundación de Víctimas de Terrorismo*, nº 21, <http://www.fundacionvt.org/images/revista/2007/diciembre/62-64Analisis.pdf>

El equipo de investigación a lo largo de estos años ha presentado comunicaciones en los principales congresos relacionados con el área de estudio tanto dentro como fuera de España. En este sentido, **ICA 2006**, WAPOR 2008 (New Orleans- EE.UU), AIERI 2008 (Estocolmo- Suecia), son los congresos más recientes donde se han presentado investigaciones.

En España se han presentado, aún si cabe, comunicaciones en más congresos. Tal es el caso de **Sevilla (2005)**, **Segovia (2006)**, AECPA 2007 (Valencia), AE-IC 2008 (Santiago de Compostela), ACOP 2008 (Madrid) por citar algunos.



Gráfico 2. Algunos de los principales congresos en los que se han presentado comunicaciones

PERTENENCIA A ASOCIACIONES

Los miembros del equipo son socios de las siguientes asociaciones y organismos:

- Asociación Española de Ciencia Política- AECPA
- Asociación Española de Investigadores de la Comunicación- AE-IC
- Asociación de Comunicación Política- ACOP
- Asociación Internacional para la investigación en Medios de Comunicación- AIERI/ IAMCR
- Asociación Internacional de Investigación de Opinión Pública- WAPOR

Científico Responsable:

Ubaldo Cuesta Cambra
Director del Departamento de Comunicación Audiovisual y Publicidad II
 comunicacionaudiovisual@hotmail.com
Facultad de Ciencias de la Información