

Jerarquización en el tratamiento periodístico de los asesinatos de ETA en los medios de comunicación vascos (1996-1998)

Euskal hedabideen kazetaritza-trataerako hierarkizazioa ETArek erahilketetan (1996-1998)

Hierarchies in the press coverage of the killings of ETA in the Basque media (1996-1998)

José María Caminos Marcet¹
José Ignacio Armentia Vizueté²
Flora Marín Murillo³

zer

Vol. 17 - Núm. 33
ISSN: 1137-1102
pp. 119-142
2012

Recibido el 30 de marzo de 2011, aceptado el 15 de noviembre de 2012.

Resumen

A partir de 1996 ETA inicia una campaña sostenida de atentados contra representantes políticos y los medios dan un giro relevante en el tratamiento periodístico. Los diarios vascos inician una nueva estrategia informativa que se consolida en 1997 y se implanta definitivamente a lo largo de 1998. En estos dos últimos años los medios intentan □humanizar□ la información que publican sobre los atentados de ETA. Si bien podemos decir que el periodo 1996-1998 la prensa comienza a reaccionar periodísticamente ante los asesinatos, también es justo constatar que mantiene una política informativa diferente según quiénes sean las víctimas. Este texto se basa en una investigación financiada por el MICINN (Referencia CSO2010-19855).

Palabras clave: terrorismo, medios de comunicación, País Vasco, encuadre, políticas de comunicación.

Laburpena

1996. urterarte Euskadiko prentsak artean ez zeukan zeharo barneratuta hedabideek duten garrantzia terrorismoaren kontrako gatazkan. Aipatu urtetik aurrera ETAk politikoen aurkako

¹ Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, josemaria.caminos@ehu.es

² Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, ignacio.armentia@ehu.es

³ Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea, flora.marin@ehu.es

atentatuei irmo ekiten die eta hedabideek aldaketa sakon bat erakusten dute gertaera hauei ematen diote trataeran. Euskal egunkariak estrategia berri hau 1997. urtean zehar indartzen dute eta 1998an behin betiko finkatzen dute. Bi urte hauetan komunikabideak ETArek atentatuei buruzko informazioetan “giza-ikuspegia” sakontzen saiatzen dira. 1996-1998 bitartean egunkariak erahilketen aurrean kazetaritza-erreakzioak azaltzen hasi baziren ere, hedabideek eskeintzen zute trataera informatiboa oso ezberdina zen biktimen arabera. Testu hau MICINN-ek finantziatutako ikerketa batean (CSO2010-19855 erreferentziakoan) oinarrituta dago.

Gako-hitzak: terrorismoa, hedabideak, Euskal Herria, enkoadraketa, komunikazio-politikak.

Abstract

The newspapers of the Basque Country had not yet made fully aware of the importance of media in the fight against terrorism until 1996. From that year ETA began a sustained campaign of attacks to politicians and the media shows a serious change in their press coverage. The Basque press starts a new media strategy which is consolidated in 1997 and finally implemented during 1998. In these two years the media tried to “humanize” the information published about the attacks of ETA. Although the newspapers began to react journalistically to the killings in the 1996-1998 period, we can observe that the information coverage was very different depending on who the victims were. This text is based on a research funded by the Spanish Ministry of Science and Innovation (Reference CSO2010-19855).

Key words: terrorism, mass media, Basque country, framing, communication policies.

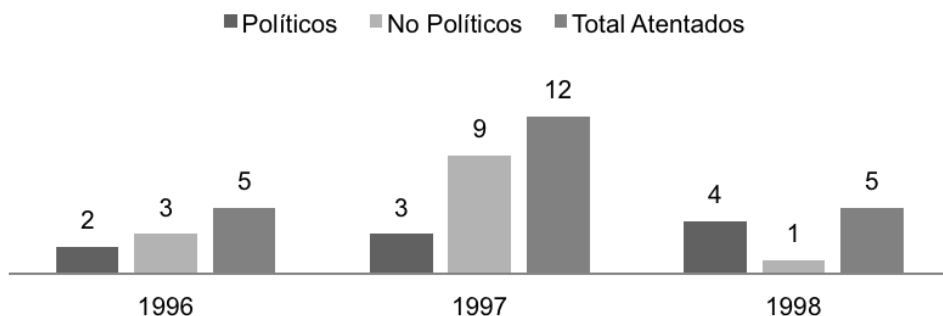
0. Introducción

En 1996, 1997 y 1998 los dirigentes de los partidos democráticos y los representantes del Poder Judicial pasan a ser parte prioritaria de los atentados de ETA. Los asesinatos de Fernando Múgica en Donostia y Tomás y Valiente en Madrid en febrero de 1996 no son más que un claro reflejo de esa nueva estrategia. Ese mismo año ETA mata a un militar, un ertzaina y un empresario vasco. Sin embargo, los medios de comunicación no otorgan la misma importancia ni dedican el mismo tratamiento periodístico a todos los muertos. El énfasis informativo que prestan a los asesinatos de Múgica Herzog y Tomás y Valiente no tiene nada que ver con la que se da al resto de víctimas.

El 10 de febrero de 1997 ETA mata en Madrid a Rafael Martínez, magistrado del Tribunal Supremo y el 12 de julio asesina a Miguel Ángel Blanco, concejal del Partido Popular en Ermua, después de mantenerlo secuestrado. El 11 de diciembre quita la vida en Irún a otro concejal del Partido Popular. Ese mismo año ETA comete otros 8 atentados en los que fallecen militares, policías, guardias civiles, y funcionarios de prisiones. Los medios de comunicación muestran una gran sensibilidad ante las muertes de políticos y miembros del Poder Judicial y bajan considerablemente su tensión informativa ante las otras víctimas.

En 1998 ETA comete cinco atentados mortales. Cuatro contra concejales y políticos del Partido Popular y uno contra un guardia civil. Una vez más la atención periodística prestada a unos no tiene nada que ver con la que se dedica al agente asesinado.

Gráfico 1: Atentados mortales contra políticos y no políticos (1996-98)



Fuente: Elaboración propia.

1. Elección de la muestra

Para llevar a cabo el análisis de esta investigación hemos estudiado todos los atentados mortales de ETA habidos durante los años 1996 (5), 1997 (12) y 1998 (5). Hemos elegido estos años porque en estas fechas es cuando ETA pone en práctica de forma continuada los asesinatos contra representantes políticos.

Respecto a los medios objetos de estudio hemos analizado las informaciones publicadas por los periódicos *El Correo Español*, *Deia*, *Egin* y *El País*. Los tres

primeros se editan en el País Vasco, mientras que *El País* es el diario más vendido del Estado español y además publica desde 1997 una edición específica para el País Vasco que se edita en Bilbao.

A la hora de elegir los diarios hemos tenido en cuenta que estuvieran presentes todos los espacios sociológicos que representan cada uno de ellos. Desde el centro-derecha de *El Correo* hasta el centro-izquierda de *El País*, pasando por el nacionalismo moderado de *Deia* y el nacionalismo de izquierda de *Egin*.

Hemos descartado del estudio *El Diario Vasco* ya que a pesar de su importantísima implantación en Gipuzkoa forma parte del mismo grupo editorial que *El Correo*, pero este último tiene una difusión mayor y puede considerarse el buque insignia del grupo Vocento.

El grupo Vocento dispone un total de 13 diarios, fundamentalmente de carácter regional, a excepción de *ABC*, repartidos por casi toda la geografía española. *El Correo* es un diario de centro derecha, monárquico y, aunque en diversas ocasiones se ha mostrado crítico con el nacionalismo vasco, ha defendido el Estatuto de Autonomía, al igual que la Constitución española. En 1997 tenía una difusión acreditada por la OJD de 133.014 ejemplares. Según el Estudio General de Medios (EGM), *El Correo* tenía ese mismo año 576.000 lectores diarios.

Deia nació en 1977 y es un diario vizcaíno cercano a los presupuestos ideológicos del nacionalismo vasco moderado representado por el PNV. En la actualidad pertenece al Grupo Noticias, que también edita otros dos diarios en Euskadi y uno en Navarra. En 1990 *Deia* tenía acreditada por la OJD una difusión de 48.313 ejemplares y una audiencia controlada por EGM de 85.000 lectores.

Egin nació en Gipuzkoa, también en 1977, con una línea editorial cercana a la izquierda abertzale. En julio de 1998 fue clausurado cautelarmente por orden del magistrado de la Audiencia Nacional Baltasar Garzón, al entender que el diario formaba parte del denominado "entramado de ETA". En 1997 tenía una difusión controlada por la OJD de 52.311 ejemplares y una audiencia de 109.000 lectores. Tras su cierre, su espacio fue ocupado provisionalmente por *Euskadi Información*, hasta la salida de *Gara* en enero de 1999.

El País nació en 1976 en Madrid y rápidamente se convirtió en un auténtico diario de referencia. Tiene una línea editorial de centro-izquierda, cercana al PSOE. Es la principal publicación del Grupo Prisa y su ámbito de difusión es estatal. En 1997 comenzó a publicar una edición específica para Euskadi. Ese mismo año la OJD le reconoció una difusión de 440.628 ejemplares y el EGM una audiencia de 1.463.000 lectores.

Tabla 1: Difusión y audiencia de los medios analizados (1997)

Diario	Difusión 1997	Audiencia 1997
El Correo	133.014	576.000
Egin	52.311	109.000
Deia	48.313*	85.000
El País	440.628	1.463.000

*La difusión de Deia corresponde a 1990, ya que a partir de ese año abandonó la OJD, organismo al que no volvió hasta 2007.

Fuente: OJD y EGM. Elaboración propia.

2. Objetivos y metodología

El objetivo de esta investigación es analizar el tratamiento periodístico que la prensa vasca hace de todos los atentados mortales de ETA durante los años 1996, 1997 y 1998. El punto de partida o hipótesis de nuestra investigación es que a lo largo de esos tres años los medios establecen jerarquías en el tratamiento periodístico en función de quiénes sean las víctimas de dichas acciones. Buscamos constatar las diferencias periodísticas cuando los asesinados forman parte de las fuerzas de seguridad del Estado y cuando se trata de militantes de un partido político o miembros del Poder Judicial. A fin de llevar a cabo este estudio hemos agrupado las víctimas en dos grandes bloques: políticos y miembros del Poder Judicial por un lado, y no políticos, por otro. A partir de este instante y para simplificar las identificaciones de estos dos grupos objetos de estudio los identificaremos con los nombres genéricos de políticos y no políticos.

Para realizar esta investigación hemos analizado todas las informaciones de los 22 atentados mortales que se producen durante los tres años estudiados. El trabajo lo hemos dividido en dos bloques fundamentales: estudio de las portadas, por un lado, y análisis de las páginas del interior, por otro. En estos dos grandes grupos nos hemos fijado tanto en los elementos textuales como en los visuales.

El estudio de los elementos textuales, tanto de las portadas como de las páginas del interior, lo hemos realizado mediante un análisis de contenido cuantitativo de acuerdo con la metodología propuesta por Piñuel y Gaitán (1995: 519) cuando afirman que con este método se busca poner en práctica "un conjunto de procedimientos interpretativos y de técnicas de comprobación y verificación de hipótesis aplicadas a productos comunicativos o a interacciones comunicativas que previamente registrados constituyen un documento, con el objetivo de extraer y procesar datos relevantes, sobre condiciones que puedan darse para su ejemplo posterior". La aplicación de este análisis de contenido, en palabras de Lucas Marín, García Galera y Ruíz San Román (1999: 47) "nos acerca de una forma sistemática, objetiva y cuantitativa a unos resultados".

Por eso, además del número páginas publicadas, textos periodísticos e importancia de los mismos, hemos analizado también los protagonistas en la titulación de las noticias y los hemos clasificado en los apartados siguientes: víctima, compañeros y amigos, familiares, políticos, Asociaciones Civiles, Fuerzas de Seguridad, Instituciones, Movilizaciones, ETA, Rechazo generalizado, columnas de opinión, sindicatos, iglesia, empresarios y personalidades.

Para el estudio del material gráfico hemos observado su presencia e importancia, tanto en la portada como en las páginas del interior. Sin embargo, en este apartado, hemos profundizado en el estudio de acuerdo con la teoría del encuadre o *framing* que, en palabras de Miguel Vicente Mariño y Pablo López Rabadán (2009: 21) vincula los procesos comunicativos con "la interacción comunicativa y la construcción social de la realidad".

Las imágenes, al igual que los textos escritos, aportan también ciertos encuadres, aunque en este caso visuales. Se seleccionan unas fotos y no otras, con determinados contenidos y diferentes enfoques, desarrollando un papel importante dentro del contenido de la información. José Igartua et al. (2007: 94) cita a Entman (1991, 1993) y

a Tankard (2001) para defender los estudios de *framing* aplicados al material gráfico ya que "en las imágenes que acompañan a la información textual están presentes ciertos elementos que, a través de su relación, hacen patentes diferentes enfoques o tratamientos de la información".

De ahí que, para analizar el material gráfico, estudiamos también la evolución del tipo de fotografías utilizado en los atentados de acuerdo con los siguientes bloques temáticos: fotos del muerto, estragos del atentado, fotos humanas (familiares y amigos), contextuales (políticos), terroristas y fotos de movilizaciones.

3. El contexto político

A finales de los años 70 surgen intentos para homogenizar la política informativa de los medios frente a los atentados de ETA. Estos primeros consensos no terminan por cuajar, ya que la alternativa más sugerente que se propone es la de iniciar una política de silencio.

A pesar de que esta estrategia está auspiciada por parte del poder político y algunos periodistas y medios de comunicación de prestigio, acaba por predominar la idea de que el silencio informativo, en contra de lo que pretende, no contribuye a restar la influencia que tienen en la sociedad las muertes ocasionadas por ETA, sino que, más bien al contrario, puede causar malestar entre un público que se puede sentir escasamente informado.

La necesidad de publicar cualquier tipo de información, incluidos los atentados, frente a la estrategia del silencio la defiende Arcadi Espada (2002) cuando afirma que "el terrorismo ha de ser exhibido en los medios. (...) no comparto ninguna de esas erudiciones sobre la violencia de muchos periodistas, profesores o no en universidades, que están tentados de convertir los periódicos en una suerte de parques temáticos en los que el mal no se exhiba. Yo creo que los periódicos no están hechos para divertir a nadie; los periódicos están hechos para dar cuenta de nuestra vida".

Frente a los precursores de la política de silencio comenzaron también a surgir otras voces que consideraban que aquél sólo contribuye a relegar a un segundo plano el derecho a la información que tienen los ciudadanos en una sociedad libre, al tiempo que otorga una importancia desmedida a los efectos que la publicación de los atentados puede tener en la sociedad.

Es cierto que las acciones terroristas buscan su divulgación, pero es totalmente simplista pensar que es lo único que intentan. Para los terroristas la publicación de los atentados es importante, ya que su difusión puede arrastrar un alto efecto propagandístico. Sin embargo, no es más que una parte de sus objetivos porque el terrorismo no es fundamentalmente un acto de comunicación. Este punto de vista lo comparte Rodrigo Alsina (1991: 32) cuando afirma que "otra cosa muy distinta es reconocer en el terrorismo una dimensión comunicativa importante, pero no decisiva. Los actos de terrorismo son acontecimientos que entran en un sistema de comunicación cuya lógica de producción los va a convertir en noticia".

Rechazada la vía del silencio, desde el ámbito político se alienta a los medios a mantener una estrategia informativa común frente a los atentados. El Partido Socialista Obrero Español, desde su llegada al poder en 1982, toma la iniciativa para unificar con los medios políticas informativas frente a los atentados de ETA. Estas

recomendaciones no encuentran un acomodo inmediato en los medios de comunicación hasta bien pasado un año.

En 1983, bajo la presidencia de Felipe González, nace el Plan ZEN (Zona Especial Norte)⁴ que contempla entre otros aspectos la posibilidad de impulsar una ofensiva política y mediática contra los atentados terroristas.

Entre las propuestas más relevantes de este Plan podemos citar las siguientes: influir para que ETA aparezca lo menos posible en los medios de comunicación; centrar todas las intervenciones políticas en la paz y el bienestar del pueblo y no en el terrorismo; dar informaciones periódicas a través de terceros (diarios o semanarios bajo influencia); potenciar las informaciones sobre conflictos entre los terroristas, sus ideologías extrañas, sus negocios, sus costumbres criticables, etc. Recordando que basta que la información sea creíble para que pueda ser explotada.

Dos años más tarde, en 1985, los promotores de la búsqueda de consensos entre el poder político y los grupos mediáticos dan un paso adelante y esta vez es el Parlamento Vasco quien aprueba un decálogo que incluye aspectos periodísticos para combatir más efectivamente a ETA.

La necesidad de amplios acuerdos y consensos entre los partidos políticos para hacer del terrorismo causa común, reivindicación que va calando profundamente entre la sociedad, se materializa en 1988 con el Pacto de Ajuria Enea⁵, impulsado por el lehendakari José Antonio Ardanza y firmado por PNV, PSOE, AP, EA, EE y CDS, en el que, entre otros muchos aspectos, se destaca el determinante protagonismo que deben tener los medios en la pacificación gracias a su influencia sobre los comportamientos sociales.

A pesar de que la ruptura oficial del Pacto de Ajuria Enea no se produce hasta setiembre de 1998, cuando los partidos políticos vascos a excepción de PSE y PP firman con la izquierda abertzale el acuerdo de Lizarra Garazi⁶, lo cierto es que para entonces dicho Pacto era ya papel mojado. El incumplimiento de los compromisos recogidos en el acuerdo en materia de normalización, como el desarrollo del autogobierno o el respeto a la voluntad popular, así como la exigencia del cumplimiento completo de las penas para los acusados de delitos de sangre, fueron los argumentos más utilizados para justificar la ruptura.

El acuerdo de Lizarra Garazi llega en un momento de alta convulsión política. En 1995, con el asesinato de Gregorio Ordoñez, ETA coloca entre sus objetivos a los políticos del Partido Popular y del Partido Socialista de Euskadi. Una triste estrategia que conoce su momento álgido durante los años 1996-98, fechas en las que situamos la presente investigación.

Los medios reaccionan ante este nuevo ataque de ETA y llevan a la práctica un cambio importante en el tratamiento informativo que afecta tanto a la amplitud informativa como a los contenidos de los textos. El punto culminante de esa transformación periodística que se va operando tiene lugar cuando el 13 de julio de 1997

⁴ El 7 de octubre de 1983 el Parlamento Vasco debatió sobre el Plan ZEN. La discusión habida en la Cámara Vasca se puede ver en <http://www.archive.org/details/PnvPlanZen>

⁵ El texto íntegro del Pacto de Ajuria Enea se puede leer en http://www.elmundo.es/eta/documentos/pacto_ajuria_enea.html

⁶ El texto completo del acuerdo sobre Lizarra Garazi se puede ver en http://es.wikisource.org/wiki/Pacto_de_Estella

ETA asesina a Miguel Ángel Blanco, concejal del Partido Popular en la localidad de Ermua. Arcadi Espada (2002) explica así la nueva política informativa: "Hasta la muerte de Miguel Ángel Blanco, por poner una huella en el camino, el terrorismo y sus víctimas han sido minimizados, y los asesinos, mitificados por activa y por pasiva. Y no me invento nada al afirmar tal cosa. Esto es la derivación de un análisis de los periódicos de la época".

Los atentados contra políticos actúan como revulsivo contra ETA. Los medios reivindicán la unidad de las fuerzas democráticas para combatirla y funcionan como un instrumento más en la lucha contra el terrorismo.

Margarita Robles, miembro del Consejo General del Poder Judicial, destaca la relevancia del papel de los medios de comunicación tanto en la búsqueda de soluciones a los conflictos como a la hora de informar sobre los mismos: "Y es por eso, por esa importancia que tienen los medios de comunicación, que todos los poderes políticos en todos los países y en todos los momentos han tenido un especial interés bien en controlar los medios de comunicación o bien en tener unas magníficas relaciones con ellos (VV.AA., 2000: 27)".

Autores como Idoyaga y Ramírez de la Piscina (2000: 273) hablan del papel activo de los medios de comunicación contra el terrorismo desde el año 1998 (incluido en nuestra investigación) hasta el año 2000: "Cayetano González Herмосilla, responsable de comunicación del Ministerio del Interior ha resaltado recientemente la «madurez» demostrada por los medios de comunicación de todo el Estado a la hora de abordar el denominado «problema del terrorismo» al tiempo que subrayaba la necesidad de desterrar la idea de la neutralidad periodística a la hora de abordar estos temas".

A finales de la década de los 90 los medios de comunicación asumen que pueden y deben jugar un papel esencial en la lucha contra el terrorismo y que la información sobre sus actos no tiene que ser neutral y que puede convertirse en un instrumento eficaz para oponerse contra el mismo.

4. El análisis de la muestra

4.1. *El Correo*

El Correo mantiene un claro desequilibrio en la información que ofrece de los atentados mortales de ETA correspondientes a los años 1996, 1997 y 1998. Dedicar un total de 168 páginas, de las que 112 (el 66,7%) corresponden a asesinatos contra políticos, mientras que a los no políticos les dedica 56 páginas (33,3%). El promedio de páginas por atentado a políticos es de 12,4, una cifra que desciende a 4,3 cuando las víctimas son no políticos.

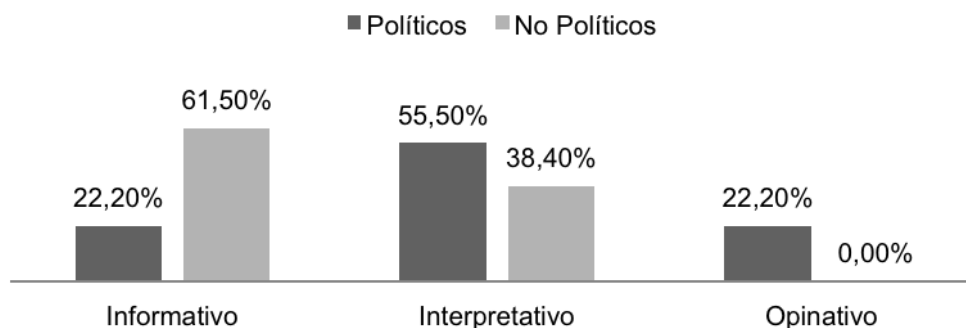
4.1.1. Análisis de las portadas

Siempre que sucede un atentado mortal *El Correo* lo lleva a portada, tanto si se trata de políticos como si son no políticos y, además, lo sitúa siempre como el hecho más importante de la jornada. Sin embargo, en los 9 atentados contra políticos, el 100% de los casos, dedica a los mismos las 5 columnas de su primera plana, mientras que

cuando las víctimas son no políticos este porcentaje se reduce al 15,4%. En este caso el 84,6% de los atentados los publica a 4 columnas.

Esta tendencia de diferenciar unos u otros asesinados la encontramos también en el tipo de titular. Cuando los muertos son políticos el 55,5% son interpretativos, el 22,2% opinativos y otro 22,2% informativos; es decir, predominan las cabeceras de tendencia interpretativa u opinativa. Cuando las víctimas no son políticos se inclina claramente (un 61,5%) por los titulares informativos, el 38,4% restante son interpretativos y desaparecen los títulos opinativos.

Gráfico 2: Tipo de titular de los textos de portada (*El Correo*)



Fuente: *Elaboración propia.*

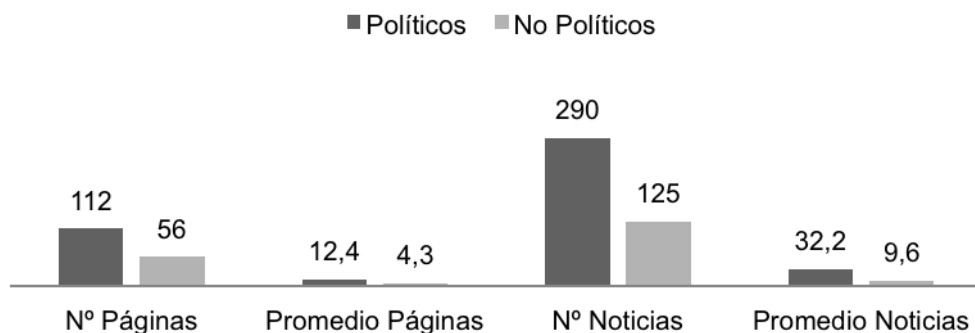
En la investigación hemos analizado también el material gráfico: su aparición o no en las portadas y el tipo de foto utilizada. En los atentados de políticos en el 100% de los casos existe acompañamiento gráfico. Sin embargo, cuando los muertos son no políticos, el 15,4% aparece sin imagen del atentado en portada.

En las muertes de políticos predominan las instantáneas con componentes humanos y de rechazo al atentado. Así, *El Correo* publica el 43,7% de fotos del muerto, el 25,0% de familiares, amigos, vecinos y el 12,5% de movilizaciones contra el atentado. Solamente un 18,7% ilustra los estragos. Cuando las víctimas son no políticos, las fotos pierden su contenido humano. Los estragos aumentan al 50,0%, disminuyen casi a la mitad las fotos de amigos, familiares y vecinos, descienden también las fotos de víctimas (14,2%), se mantienen las de movilizaciones en un porcentaje similar (14,2%) y aparecen fotos de políticos (7,1%).

4.1.2. Estudio de los textos informativos

El Correo dedica un total de 112 páginas para cubrir la información de los 9 atentados del colectivo que hemos denominado políticos, lo que da un promedio de 12,4 páginas y de 32,2 noticias de media. Cuando informa de los 13 asesinatos sufridos por los no políticos el porcentaje de páginas desciende a 4,3, y el de noticias a 9,6.

Gráfico 3: Número de páginas y noticias publicadas (*El Correo*)



Fuente: Elaboración propia.

Por lo que respecta a los protagonistas en la titulación podemos destacar los siguientes aspectos:

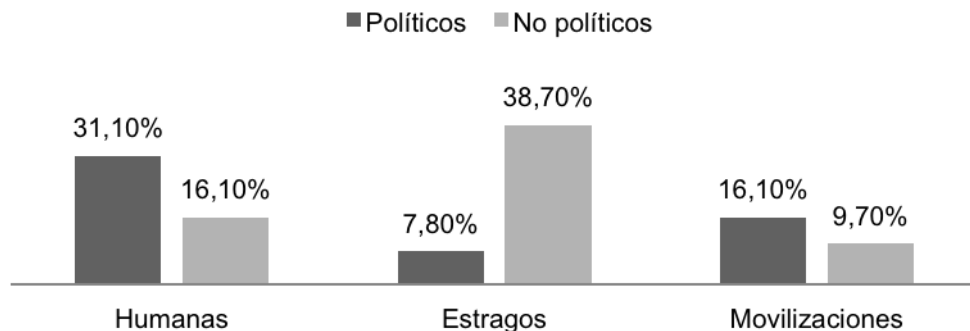
- Cuando mueren políticos *El Correo* incluye columnas de opinión 14 veces, lo que representa un 4,8% del total de las noticias publicadas. Estos textos desaparecen en los atentados contra no políticos.
- Cuando mueren políticos *El Correo* inserta informaciones de personalidades de la vida social, cultural, deportiva, etc. condenando los atentados en 27 ocasiones (9,3% del total de las noticias que publica). Cuando mueren no políticos desaparecen estas condenas.
- En los atentados contra políticos *El Correo* titula el 38,7% de las veces dando protagonismo a representantes políticos o institucionales. Este porcentaje se reduce al 28% cuando los atentados son contra no políticos.

4.1.3. Análisis del material gráfico

En los atentados contra políticos *El Correo* publica un total de 180 fotografías (20 por atentado). Cuando las víctimas son no políticos el número desciende a 125 (9,6 fotos).

Respecto al tipo de fotografía que utiliza, en los atentados contra políticos aparecen un 31,1% con un tinte claramente humano (familiares llorando, etc) y bajan las fotos que ilustran los estragos (7,8%). Cuando las víctimas no son políticos se incrementan las imágenes de los destrozos (38,7%) y se reducen las humanas hasta el 16,1%. Otro aspecto a destacar son las fotos de movilizaciones que en el caso de los políticos ascienden al 16,1% del total, mientras que en los atentados contra no políticos descienden al 9,7%.

Gráfico 4: Tipos de fotos utilizadas en las páginas interiores (*El Correo*)



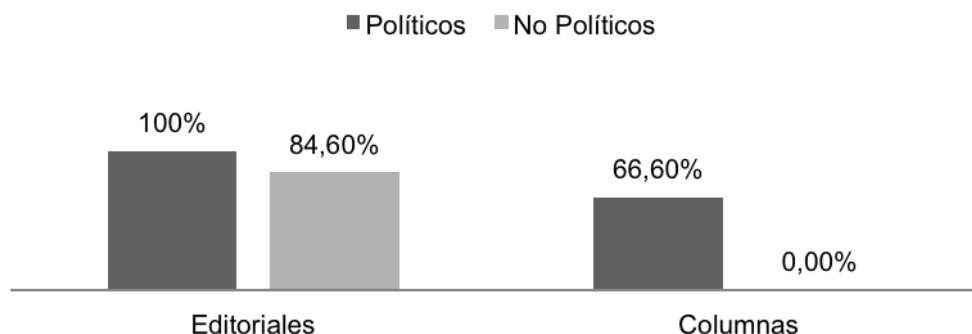
Fuente: *Elaboración propia.*

En los atentados contra políticos aparecen explicaciones infográficas en el 100% de los casos; sin embargo, cuando las víctimas son no políticos la cifra se reduce al 84,6%.

4.1.4. Análisis de la opinión

En los asesinatos contra políticos *El Correo* editorializa en el 100% de los casos. Una cifra que se reduce al 84,6% cuando las víctimas son no políticos. Además, en los ataques contra políticos el 66,6% de los días publica columnas de opinión que en el 33,3% de las ocasiones vienen anunciadas en la portada. Cuando las víctimas son no políticos desaparecen las columnas de opinión de las páginas del interior.

Gráfico 5: Textos de opinión publicados (*El Correo*)



Fuente: *Elaboración propia.*

El Correo se muestra más partidario de dar su opinión o de publicar opiniones ajenas cuando los atentados son contra políticos que cuando son contra no políticos.

4.2. *Deia*

Este diario mantiene también un claro desequilibrio en la información que publica de asesinatos contra políticos y no políticos. *Deia* edita un total de 127 páginas para in-

formar de los 22 atentados analizados. De todas ellas, 81 (el 63,8%) corresponden a muertos políticos, y 46 (el 36,2%) a no políticos. El promedio de páginas por atentado a políticos es de 9, una cifra que desciende a 3,5 cuando las víctimas no son políticos.

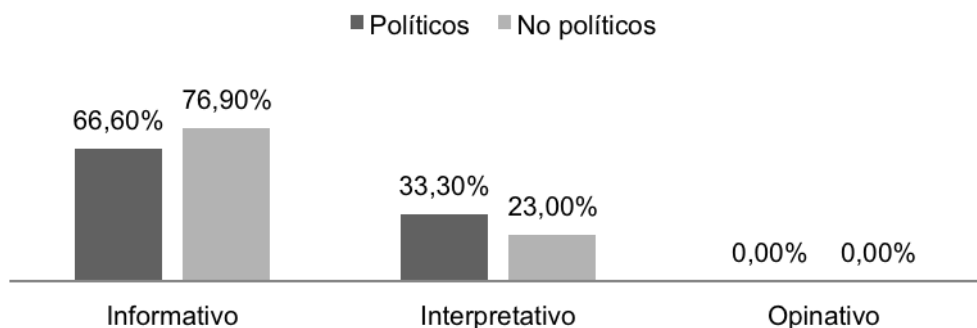
4.2.1. Análisis de las portadas

Cuando ETA comete un asesinato, sea contra políticos o no políticos, *Deia* lo publica en su portada, pero mantiene diferencias en los espacios que les asigna. En las muertes contra políticos en el 100% de los casos la información ocupa el lugar preferente de la portada. El 55,5% de las ocasiones a cinco columnas y el 44,4% a cuatro columnas.

Sin embargo, cuando muere un no político el lugar preferente desciende al 84,6%. En un 7,7% aparece en un segundo nivel (2 columnas), y en otro 7,7% en un tercer nivel (2 columnas pero en una jerarquía inferior). Respecto al número de columnas que utiliza, en los atentados contra no políticos utiliza cinco solamente un 7,7%, mientras que el porcentaje dedicado a 4 columnas asciende al 76,9%.

Estas diferencias las encontramos también en el tipo de titular de portada que utiliza. Cuando los asesinados son políticos las cabeceras de portada son interpretativas el 33,3% de las veces, un porcentaje que desciende al 23,0% cuando los muertos son no políticos. Es decir, *Deia* interpreta más en los titulares de los atentados contra políticos e informa más en los titulares de muertos no políticos. Los titulares opinativos no aparecen nunca, sean quienes sean las víctimas.

Gráfico 6: Tipo de titular de los textos de portada (*Deia*)



Fuente: Elaboración propia.

En las muertes de políticos, en el 100% de los casos se informa en portada con acompañamiento gráfico; cuando el atentado es contra no políticos el porcentaje baja al 76,9%.

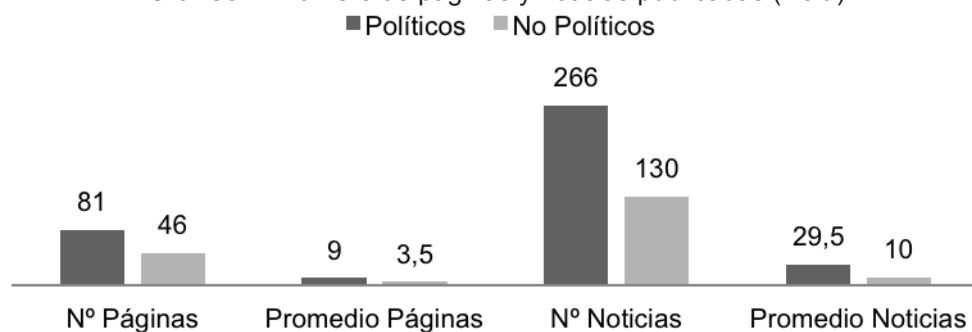
Respecto a las temáticas que abordan las fotos de portada, cuando mueren políticos predominan las fotos con componentes humanos (33,3%), del fallecido (26,6%) y de estragos (26,6%). No aparecen de movilizaciones. En los atentados contra no políticos descienden las fotos humanas (18,2%) y se incrementan las instantáneas de estragos (45,4%).

Cuando las víctimas son no políticos el material gráfico pierde su contenido humano e incrementa la ilustración de los estragos. Tampoco se insertan fotos de movilizaciones.

4.2.2. Estudio de los textos informativos

Deia dedica un total de 81 páginas para informar de los 9 atentados de políticos ocurridos en los tres años estudiados, lo que da un total de 9 páginas por víctima y un promedio de 29,5 noticias. Cuando se refiere a los 13 muertos no políticos el número de páginas baja a 46, el porcentaje por atentado a 3,5 y el de noticias a 10.

Gráfico 7: Número de páginas y noticias publicadas (*Deia*)



Fuente: Elaboración propia.

Sobre los protagonistas que *Deia* destaca en la titulación de las noticias destacamos dos aspectos:

- Mantiene un equilibrio en las informaciones que tienen como protagonistas a familiares, amigos, o semblanzas de las víctimas, tanto cuando las víctimas son políticos (10,4%) como no políticos (10,7%). También es equilibrado el protagonismo que da en su titulación a las condenas políticas e institucionales: 49,6% cuando los asesinados son políticos y 45,4% cuando son no políticos.
- Si mueren políticos *Deia* publica más informaciones de movilizaciones (10,1%) frente al 3,8%. Además inserta artículos de opinión en un 1,8% de los casos. En los atentados contra no políticos desaparece la opinión en las páginas del interior.

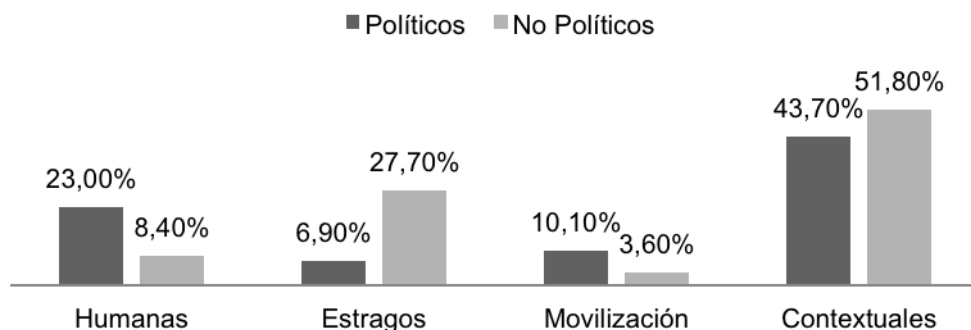
4.2.3. Análisis del material gráfico

En los asesinatos de políticos *Deia* publica un total de 174 fotos (19,3 por atentado). Si las víctimas son no políticos el número de fotos desciende a 83 (6,4 de promedio).

Cuando las víctimas son políticos predominan las fotos humanas (23,0%) y las contextuales en las que aparecen representantes de los partidos (43,7%). Las fotos de movilizaciones se publican en un 10,1% de los casos, y los estragos el 6,9%. En los atentados contra no políticos las fotos humanas descienden hasta el 8,4%, aumentan

levemente las contextuales hasta el 51,8%. Se reducen notablemente las fotografías de movilizaciones (3,8%) y se incrementan las de estragos (27,7%).

Gráfico 8: Tipos de fotos utilizadas en las páginas interiores (*Deia*)



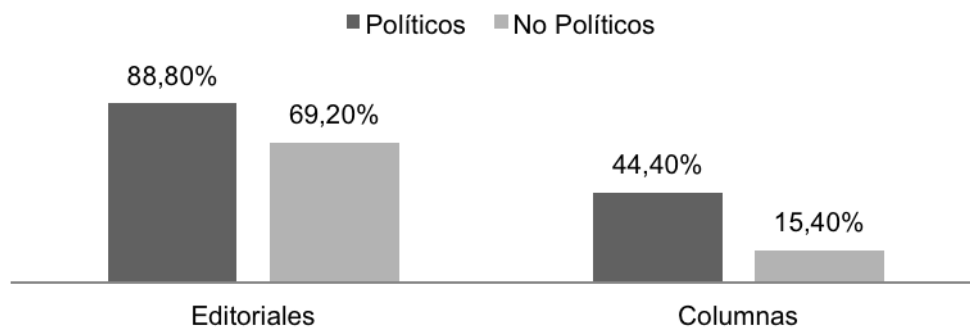
Fuente: Elaboración propia.

En los atentados contra políticos aparecen infográficos el 44,4% de los casos. Cuando las víctimas son no políticos la cifra baja al 38,5%.

4.2.4. Análisis de la opinión

Si las víctimas son políticos *Deia* publica editoriales en el 88,8% de los casos; una cifra que se reduce al 69,2% cuando los atentados son contra no políticos. Además, en los asesinatos contra políticos el 44,4% de las veces aparecen columnas o artículos de opinión, una cifra que se reduce al 15,4% cuando mueren no políticos.

Gráfico 9: Textos de opinión publicados (*Deia*)



Fuente: Elaboración propia.

Deia se muestra más partidario de editorializar y publicar textos de opinión cuando los atentados son contra políticos que cuando las víctimas son no políticos.

4.3. Egin

Publica un total de 69 páginas para informar de los 22 atentados mortales de ETA. A las víctimas políticas les dedica 41 páginas (59,4%), mientras que a los no po-

líticos 28 páginas (el 40,5%). El promedio de páginas para cada atentado contra políticos es de 4,5, una cifra que desciende a más de la mitad (2,1) cuando se trata de un no político.

4.3.1. Análisis de las portadas

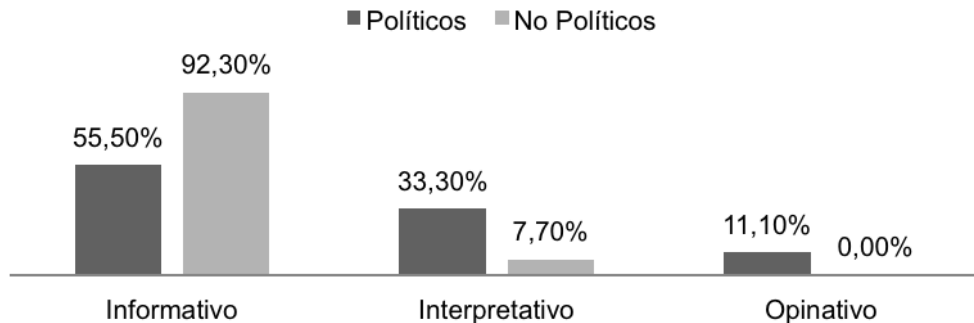
Egin publica siempre en su portada los atentados mortales de ETA, tanto si van dirigidos contra políticos o no políticos. En las muertes de políticos, el 88,8% de los casos aparece como información principal y el 11,1% en un segundo nivel (parte baja de la portada). Cuando se selecciona como información principal un 77,7% lo hace a 5 columnas mientras que un 11,1% a 4.

Cuando los atentados son contra no políticos la elección de la noticia como tema de apertura se hace el 76,9% de las ocasiones; el 15,4% aparece en un segundo nivel (parte baja de la portada) y el 7,7% en un tercer nivel (información a 1 columna). Además, cuando aparece como noticia principal, solamente en el 38,5% de las veces se ofrece a 5 columnas.

En el caso de la muerte de no políticos, este diario se inclina claramente por titular informativamente (92,3%); mientras que los titulares interpretativos suponen el 7,7%. Cuando los asesinados son políticos se adentra en los titulares interpretativos (33,3%) y opinativos 11,1%). Los titulares informativos bajan al 55,5%.

Egin interpreta y opina en los titulares de los atentados contra políticos, y tiene una tendencia abrumadoramente informativa cuando los muertos son no políticos.

Gráfico 10: Tipo de titular de los textos de portada (*Egin*)



Fuente: Elaboración propia.

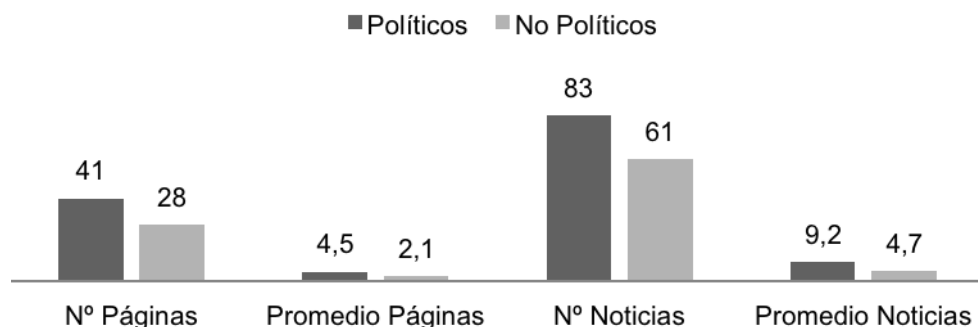
En el uso del material gráfico mantiene un equilibrio en los asesinatos contra políticos y no políticos. En los atentados contra políticos el porcentaje de aparición de fotos en portada es del 88,8%. Una cifra similar al 84,6% de inserciones que realiza cuando mueren no políticos.

Egin se inclina por publicar fotos en las que se muestran las víctimas o los estragos causados. En los atentados contra políticos las fotos de estragos son del 50,0%, una cifra que crece al 63,3% cuando asesinan a no políticos. Cuando las víctimas son políticos mantiene una tendencia mayor a incluir fotos humanas (20,0% frente al 7,7%), fotos del muerto (un 10,0% frente al 7,7%) y fotos contextuales (un 20,0% frente al 15,4%). En las portadas de *Egin* nunca se incluyen fotos sobre movilizaciones.

4.3.2. Estudio de los textos informativos

Egin dedica un total de 41 páginas para informar de los 9 atentados contra políticos, una media de 4,5 planas. En ese espacio total publica 83 noticias, lo que representa un promedio de 9,2. Sin embargo, cuando informa de las 13 muertes habidas contra no políticos el porcentaje de páginas por atentado desciende a 2,1 y el de noticias a 4,7.

Gráfico 11: Número de páginas y noticias publicadas (*Egin*)



Fuente: Elaboración propia.

Respecto a los protagonistas en la titulación de las noticias podemos destacar los siguientes aspectos:

- Cuando *Egin* informa sobre atentados contra políticos publica informaciones con componentes humanos (semblanzas de las víctimas, textos de familiares, amigos, etc.) en un porcentaje del 11,9% del total de los textos publicados. Una cifra realmente importante si se tiene en cuenta que cuando las víctimas son no políticos el porcentaje desciende al 3,3%.
- Egin* otorga también gran importancia en sus titulares a la condena política e institucional: el 42,1% cuando hay víctimas políticas y el 36,1% en los muertos no políticos.

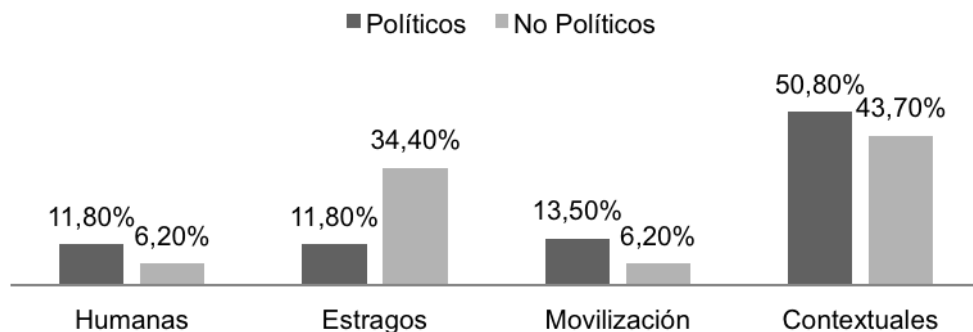
4.3.3. Análisis del material gráfico

En los atentados contra políticos *Egin* publica un total de 59 fotos (6,5 de promedio). Cuando las víctimas son no políticas el número de imágenes desciende notablemente a 32 (2,5 fotos de media).

Sobre el tipo de fotografía empleada, en la muerte de políticos predominan las fotos de representantes de partidos e instituciones (50,8%) y mantiene un curioso equilibrio entre el resto de fotografías: estragos (11,8%), humanas (11,8%), muerto (11,8%) y movilizaciones (13,5%).

En los atentados contra no políticos aumentan considerablemente las fotos de estragos (34,4%) y mantiene un alto protagonismo de las fotografías contextuales (43,7%). El resto de categorías sufre ligeros descensos.

Gráfico 12: Tipos de fotos utilizadas en las páginas interiores (*Egin*)



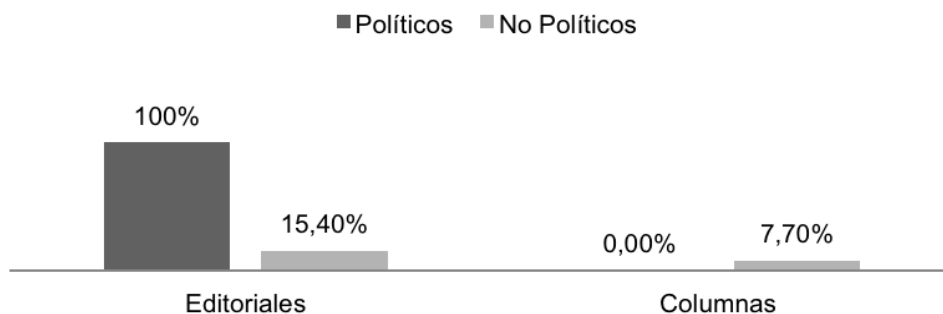
Fuente: Elaboración propia.

4.3.4. Análisis de la opinión

Cuando las víctimas son políticos *Egin* publica editoriales en el 100% de los casos. Sin embargo, muestra un escasísimo interés en editorializar (15,4%) cuando los muertos son no políticos.

Curiosamente, en los atentados contra políticos *Egin* nunca publica artículos ni columnas de opinión en sus páginas interiores. En cambio, cuando los muertos son no políticos aparecen artículos de opinión en el 7,7% de los casos.

Gráfico 13: Textos de opinión publicados (*Egin*)



Fuente: Elaboración propia.

Egin se inclina por editorializar en los atentados contra políticos y mantiene un escasísimo interés cuando las víctimas son no políticos. Tampoco manifiesta interés en los textos de opinión en ninguno de los dos casos.

4.4. El País

Esta publicación mantiene un claro desequilibrio cuando informa de muertos políticos y no políticos. A los 22 asesinatos de ETA *El País* dedica un total de 95 pági-

nas, de las que 63 (el 66,3%) corresponden a los atentados contra políticos y 32 (el 33,6%) a los no políticos. El promedio de páginas que dedica a cada atentado es de 7 cuando informa de la muerte de un político y de 2,5 cuando la víctima es no político.

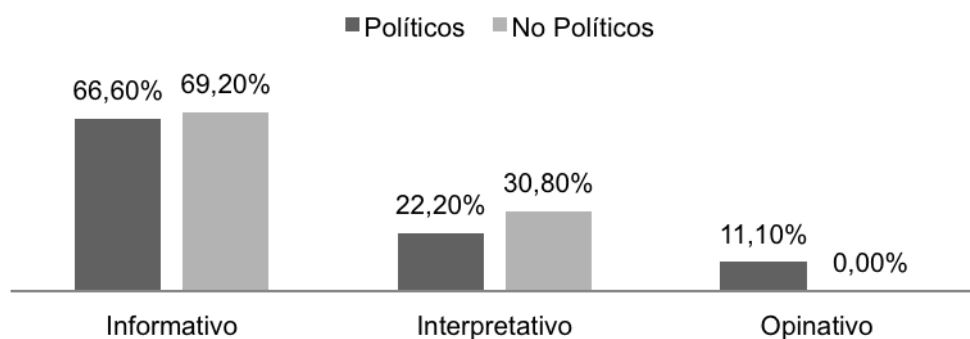
4.4.1.-Análisis de las portadas

El País publica todos los asesinatos en portada, pero hace un tratamiento claramente diferenciado según el tipo de víctima. En los asesinatos contra políticos el 100% de los casos ubica el tema como el principal de la portada y utiliza 5 columnas el 77,7% de las veces.

Cuando las víctimas son no políticos aparecen como tema principal de la portada el 76,9% de los casos. El 7,7% lo sitúa en un segundo nivel (2 columnas), mientras que en un tercer nivel (1 columna) lo ubica el 15,4% de las veces. Cuando es tema principal de portada nunca le dedica las 5 columnas. En el 38,5% de los casos lo edita a 4 y el 38,5% a 3 columnas.

Cuando los asesinados son políticos utiliza titulares informativos el 66,6% de los casos; el 22,2% son interpretativos y el 11,1% opinativos. Si las víctimas son no políticos, desaparecen los titulares opinativos, titula informativamente el 69,2% de las veces y el 30,8% lo hace de forma interpretativa.

Gráfico 14: Tipo de titular de los textos de portada (*El País*)



Fuente: Elaboración propia.

En todos los asesinatos de políticos se incluye acompañamiento gráfico en la portada. Sin embargo, cuando la víctima no pertenece a dicha categoría este porcentaje se reduce notablemente hasta el 61,5%.

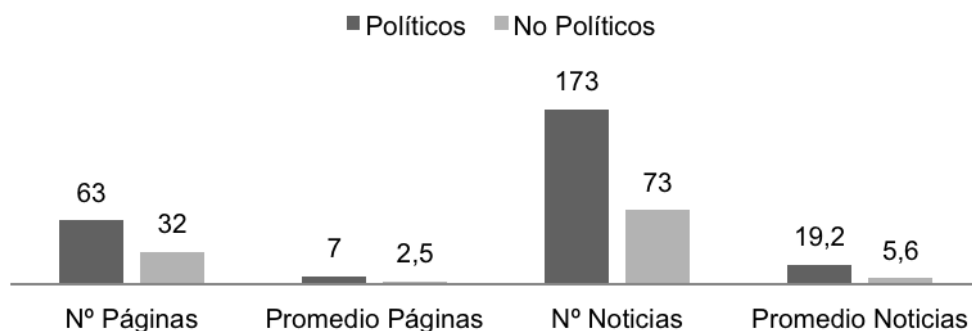
Cuando los atentados son contra políticos *El País* hace un gran esfuerzo y el 81,8% de las fotos que publica en su portada son propias. En el caso de los no políticos las fotos propias se reducen al 50% y otro tanto ocupa las fotos de agencia.

El País dedica un porcentaje muy alto a las fotografías de estragos en perjuicio de otros enfoques. En los atentados contra políticos el 45,4% son de estragos, el 27,2% de carácter humano y otro 27,2% del muerto. En los atentados contra no políticos las fotos que reflejan los estragos suben considerablemente hasta el 75,0%, las fotos con temáticas humanas se reducen al 12,5%, desaparecen las fotos de los muertos y aparecen fotos de movilizaciones en un porcentaje del 12,5%.

4.4.2. Estudio de los textos informativos

El País dedica un total de 63 páginas y 173 noticias para cubrir la información de las 9 víctimas políticas, lo que da un promedio de 7 páginas y 19,2 noticias. Sin embargo, cuando informa de los 13 asesinatos cometidos contra los no políticos el número de páginas desciende a 32, lo que conlleva 2,5 planas por atentado y 5,6 noticias.

Gráfico 15: Número de páginas y noticias publicadas (*El País*)



Fuente: Elaboración propia.

En el análisis de los protagonistas de los titulares de las noticias podemos destacar los siguientes aspectos:

- Cuando los muertos son políticos *El País* dedica un 15,6% de los textos a informaciones con componentes humanos en las que aparecen semblanzas de las víctimas, declaraciones de familiares y amigos, etc. Este porcentaje, sin embargo, se reduce al 5,4% cuando los atentados son contra no políticos.
- El 39,3% de sus informaciones están protagonizadas por representantes institucionales y de partidos en los asesinatos políticos. Un porcentaje que se mantiene en el 37,8% cuando mueren no políticos.
- El País* se muestra partidario de publicar textos de opinión en las páginas informativas en los dos tipos de víctimas, pero lo hace en porcentajes bajos. Así, en los atentados contra políticos el 5,8% de los textos son de opinión y en los asesinatos contra no políticos la cifra se reduce al 2,8%.
- En el caso de muertes a políticos, un 11,6% de sus textos se refieren a las movilizaciones, una cifra que se reduce al 4,1% cuando los asesinados son no políticos. Esta cifra puede encontrarse condicionada al hecho de que con toda seguridad las convocatorias de movilización son mayores cuando mueren políticos que cuando mueren no políticos.

- e) *El País* otorga en sus páginas una significativa importancia a las informaciones sobre ETA (comandos, otros atentados, etc.). Cuando muere un político el 8,7% del total de noticias se refieren a esa organización; una cifra que se incrementa al 14,0% cuando las víctimas son no políticos.

4.4.3. Análisis del material gráfico

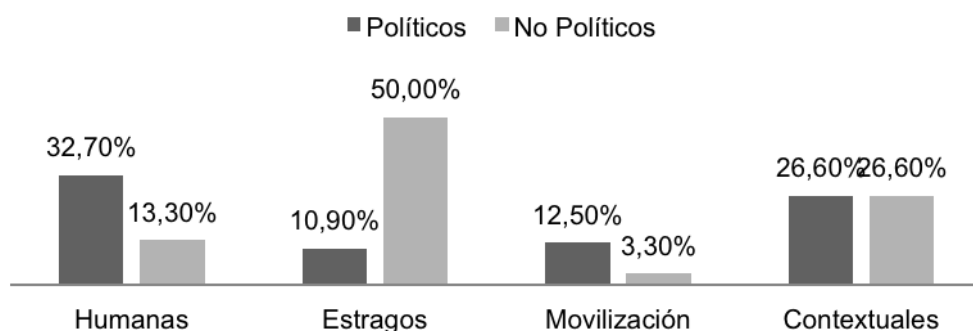
En los asesinatos contra políticos *El País* publica un total de 64 fotografías (7,1 de promedio). Cuando las víctimas son no políticos el número desciende a 30 (2,3 de promedio).

Sobre el tipo de fotografías que utiliza, en los atentados contra políticos *El País* publica un bajo porcentaje de fotografías que ilustran los estragos (10,9%), una cifra que crece considerablemente hasta el 50% cuando los fallecidos son no políticos.

Otro aspecto relevante es el descenso de fotografías con componente humano que se produce cuando los muertos son políticos (32,7%) frente al (13,3%) cuando se trata de no políticos. También se produce un cambio considerable entre las imágenes dedicadas a movilizaciones cuando las víctimas son políticos (12,5%) y cuando son no políticos (3,3%).

Las fotos contextuales se mantienen en idénticas proporciones (26,6%) tanto en los atentados contra políticos como en los dirigidos contra no políticos.

Gráfico 16: Tipos de fotos utilizadas en las páginas interiores (*El País*)

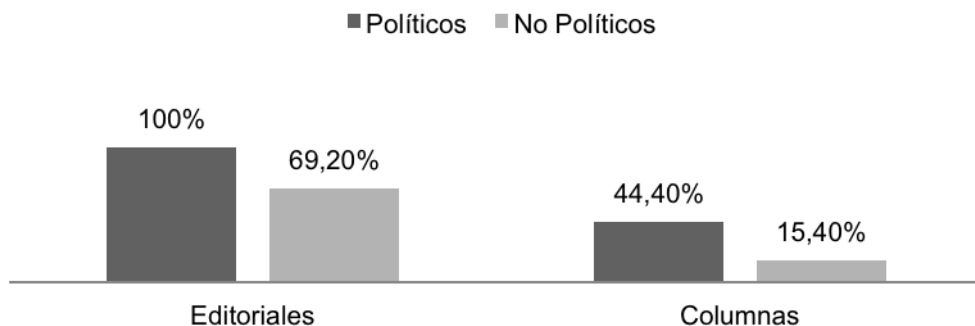


Fuente: Elaboración propia.

4.4.4. Análisis de la opinión

El País establece también diferencias en el tratamiento de la opinión según el tipo de atentado que se trate. En el caso de las víctimas políticas editorializa en el 100% de los atentados, mientras que cuando los muertos no son políticos la cifra se reduce notablemente al 69,2%. Además, en los asesinatos contra políticos en el 44,4% de las ocasiones publica columnas de opinión. Cuando ETA atenta contra no políticos el porcentaje de artículos de opinión se reduce al 15,4%.

Gráfico 17: Textos de opinión publicados (*El País*)



Fuente: Elaboración propia.

El País tiende claramente a dar su opinión o de publicar opiniones ajenas cuando las víctimas son políticos y no lo hace cuando los muertos son no políticos.

5. Conclusiones generales

- a) Entre 1996 y 1998, fechas en las que ETA consolida su estrategia de atentar contra políticos, el diferente tratamiento periodístico otorgado a las víctimas por los medios de comunicación vascos analizados, puede hacer pensar en la existencia de muertos de primera y segunda categoría informativa. Cuando las víctimas son políticos los medios dedican una atención informativa mucho mayor que cuando los muertos son miembros de las fuerzas de seguridad del Estado. Además cuando ETA mata a políticos y representantes del poder judicial los medios presentan un tratamiento periodístico y gráfico mucho más humanizado que cuando los muertos pertenecen a las Fuerzas de Seguridad.
- b) Todos los medios analizados presentan un gran desequilibrio en el número de páginas que dedican según los atentados de ETA vayan dirigidos a uno u otro bloque objeto de estudio. Del total del espacio prestado a los atentados, *El Correo* dedica el 66,7% a las muertes de políticos, *El País* el 66,3%, *Deia* el 63,8% y *Egin* el 59,4%. Cuando las víctimas son miembros de las Fuerzas de Seguridad del Estado el espacio que dedica *El Correo* desciende al 33,3%, el de *El País* al 33,6%, el de *Deia* al 36,2% y el de *Egin* al 40,5%.
- c) Los medios de comunicación se muestran partidarios también de dedicar un mayor espacio en sus portadas cuando las víctimas son políticos que cuando ETA asesina a miembros de las Fuerzas de Seguridad. En los atentados contra políticos en el 100% de los casos *El Correo* informa en su portada a cinco columnas, un porcentaje que se reduce al 15,4% cuando publica los atentados contra no políticos. En los asesinatos contra políticos

Deia dedica las cinco columnas el 55,5% de los casos, un porcentaje que baja al 7,7% cuando los muertos son no políticos. Esta misma tendencia queda claramente reflejada en *Egin* y es muy significativa en el caso de *El País* que en los atentados contra no políticos no siempre les dedica el lugar principal de su portada y nunca les otorga cinco columnas.

- d) La interpretación y la opinión en los titulares de portada están más presentes en todos los medios analizados cuando las víctimas son políticos. Por el contrario, cuando los atentados son contra no políticos la tendencia en la titulación de la portada es claramente informativa.
- e) En los atentados contra políticos existe una tendencia clara en todos los medios a publicar fotografías con componentes humanos (fotos del muerto, familiares, amigos llorando, etc.) y de movilizaciones de rechazo. Cuando los muertos son no políticos la tendencia es publicar más fotografías en las que aparecen los estragos y menos fotos de contenido humano.
- f) Las páginas dedicadas a informar de los atentados oscilan notablemente según las víctimas sean políticos o no políticos. En el primer caso *El Correo* publica un promedio de 12,4 páginas por atentado; *Deia*, 9; *Egin*, 4,5 y *El País*, 7. En los asesinatos contra no políticos todos los medios reducen considerablemente los espacios: *El Correo* pasa a 4,3 páginas; *Deia*, a 3,5; *Egin* a 2,1 y *El País*, a 2,5 páginas.
- g) Cuando las víctimas son políticos, los medios analizados muestran una tendencia superior a publicar informaciones de contenido humano (semblanza del fallecido, textos en los que los protagonistas son familiares y amigos, etc.) que cuando los muertos son no políticos. En este aspecto resulta significativa la política informativa de *El Correo*, ya que en los atentados contra políticos recoge por propia iniciativa declaraciones de condena de personalidades de la vida cultural, deportiva, etc., que alcanzan un porcentaje del 9,3% del total de textos publicados. La inclusión de este tipo de rechazo social no se produce en ningún caso cuando los atentados son contra las Fuerzas de Seguridad del Estado. Además, cuando los muertos son políticos todos los medios estudiados dedican muchas más columnas de opinión y relatos de movilizaciones en contra.
- h) Los medios de comunicación insertan muchas más fotografías cuando los atentados son contra políticos que cuando son contra no políticos; un aspecto normal, por otra parte, si tenemos en cuenta que el espacio que dedican todos los medios cuando las víctimas son políticos es muy superior al que dedican a las Fuerzas de Seguridad. En este apartado, sin embargo, llama la atención el contenido del material gráfico. Cuando los asesinatos son contra políticos y miembros del Poder Judicial las foto-

grafías son de corte mucho más humano y de rechazo de los atentados que cuando son contra las Fuerzas de Seguridad. En este caso la tendencia mayor en todos los medios es mostrar fotos con los estragos causados. Tanto cuando mueren políticos como no políticos todos los medios acostumbran a publicar imágenes de representantes de las instituciones y partidos.

- i) Todos los diarios analizados, en unos porcentajes muy altos, se muestran partidarios de dar su propia opinión (editoriales) o de recoger las ajenas (columnas) cuando los asesinados son políticos. No obstante, cuando los atentados de ETA van dirigidos contra las Fuerzas de Seguridad disminuye el porcentaje de editoriales y desaparecen prácticamente de sus páginas las columnas de opinión dedicadas expresamente a estos hechos.

Referencias bibliográficas

- ACUERDO DE LIZARRA GARAZI (1998). [http://es.wikisource.org/wiki/Pacto_de_Estella] (último acceso: 22/03/2010).
- ENTMAN, R. (1991). "Framing U.S. coverage of International news. Contrast in narratives of the KAL and Iran Air incidents. **En:** *Journal of Communication*, vol. 41, n° 4, pp. 6-27.
- ENTMAN, R. (1993). "Framing: Toward clarification of a fractured paradigm. **En:** *Journal of Communication*, vol 43, n° 3, pp. 51-58.
- ESPADA, Arcadi (2002). *Diarios. El tratamiento periodístico del terrorismo*. **En:** *El Correo-Aula de Cultura Virtual*, [<http://servicios.elcorreo.com/auladecultura/arcadiespada3.html>] (último acceso: 22/03/2010).
- IDOYAGA, Petxo y RAMÍREZ DE LA PISCINA, Txema (2000). "Política informativa de *El País* y *ABC* ante la nueva situación política del País Vasco (1998-2000)". **En:** *Zer. Revista de estudios de comunicación*. N° 10, pp. 257-279.
- IGARTUA PEROSANZ, J.J. et al. (2007). "Un análisis de contenido desde la teoría del framing". **En:** *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, n° 13, pp. 91-110
- LUCAS MARÍN, A., GARCÍA GALERA, C. y RUIZ SAN ROMÁN, J.A. (1999). *Sociología de la comunicación*. Madrid: Trotta.
- PACTO DE AJURIA ENEA (1988). [http://www.elmundo.es/eta/documentos/pacto_ajuria_enea.html] (último acceso: 22/03/2010).
- PIÑUEL, J.L. y GAITÁN, J.A. (1995.) *Metodología general: conocimiento científico e investigación en la comunicación social*. Madrid: Síntesis.
- Plan ZEN (1983). [<http://www.archive.org/details/PnvPlanZen>] (último acceso: 22/03/2010).
- RODRIGO ALSINA, Miquel (1991). *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Barcelona: Icaria Editorial.

- TANKARD, James. *al.* (1991). "Media frames: approaches to conceptualization and measurement". *Paper presented to the annual meeting of the Association for Education in Journalism and Mass Media*, Boston, MA, Agosto 7-10.
- VICENTE MARIÑO, Miguel y LÓPEZ RABADÁN, Pablo (2009). "Resultados de la investigación sobre framing: sólido avance internacional y arranque de la especialidad en España". **En:** ZER, *Revista de Estudios de Comunicación*, vol. 26, nº 14, pp. 12-34.
- VV.AA. (2000). *Medios de Comunicación y Procesos de Paz*. Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.