

LA IMPORTANCIA DEL DISEÑO Y CONTENIDO DE  
MENSAJES AUDIOVISUALES ANTE LA AMENAZA DE UN  
ATENTADO TERRORISTA: COMPARATIVA DE ESPAÑA,  
FRANCIA Y EE. UU.

---

DRA. OLGA SÁNCHEZ GONZÁLEZ

*IP GI Observatorio Científico de Eventos (Icono14-UDIMA)*  
*Miembro GI Turismo, Ocio y Medio acuático (GITUROMA- UCJC)*  
*Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)*

RAÚL VALERA TENA

*Miembro GI Observatorio Científico de Eventos (Icono14-UDIMA)*  
*Universidad Antonio de Nebrija*

YOLANDA BERDASCO GANCEBO

*Universidad a Distancia de Madrid (UDIMA)*

## 1. INTRODUCCIÓN

En distintas épocas y dependiendo de la realidad social y política, los países han sufrido distintos atentados terroristas. Desde una perspectiva sistémica se propone una definición del terrorismo que englobe la interdisciplinariedad entre las ciencias penales y el resto de las ciencias debido a sus profundas

consecuencias (Carrasco, 2008). Según la Real Academia de la Lengua la definición de terrorismo se traduce como la “sucesión de actos de violencia ejecutados para infundir el terror” que se ve completada con su tercera acepción aclarando que esta sucesión reiterada de actos es perpetrada por bandas criminales organizadas con el objetivo de crear alarma social con fines políticos, añadiendo que su realización, en la generalidad, se hace de manera indiscriminada.

Los lugares concurridos por la aglomeración de personas y la celebración de eventos multitudinarios se corresponden con un blanco fácil para los autores de estos actos violentos. Desde el año 1996 la gran mayoría de los atentados se realizaron contra turistas, visitantes o durante la celebración de algún acto con destacada congregación de personas (Sánchez, 2017). A nivel internacional desde el año 2006 aumentaron anualmente los incidentes armados destacando los años 2015 y 2016 por su alarmante repercusión.

Ante la frecuencia de estos incidentes, numerosos países deciden informar a la población ofreciendo unas recomendaciones básicas con intención de minimizar los posibles daños personales. Para ello, diseñan el mensaje para trasladar unos consejos básicos que ayuden a la supervivencia en caso de sufrir un atentado terrorista como amenaza global y real. Como objeto de estudio de este artículo se analizan distintas variables a nivel visual y auditivo que se aprecian en la composición y diseño del mensaje emitido, el cual, intenta trasladar la información minimizando la posible alarma social. Los países elegidos para este estudio han sido España, Francia y EE. UU. por su cercanía