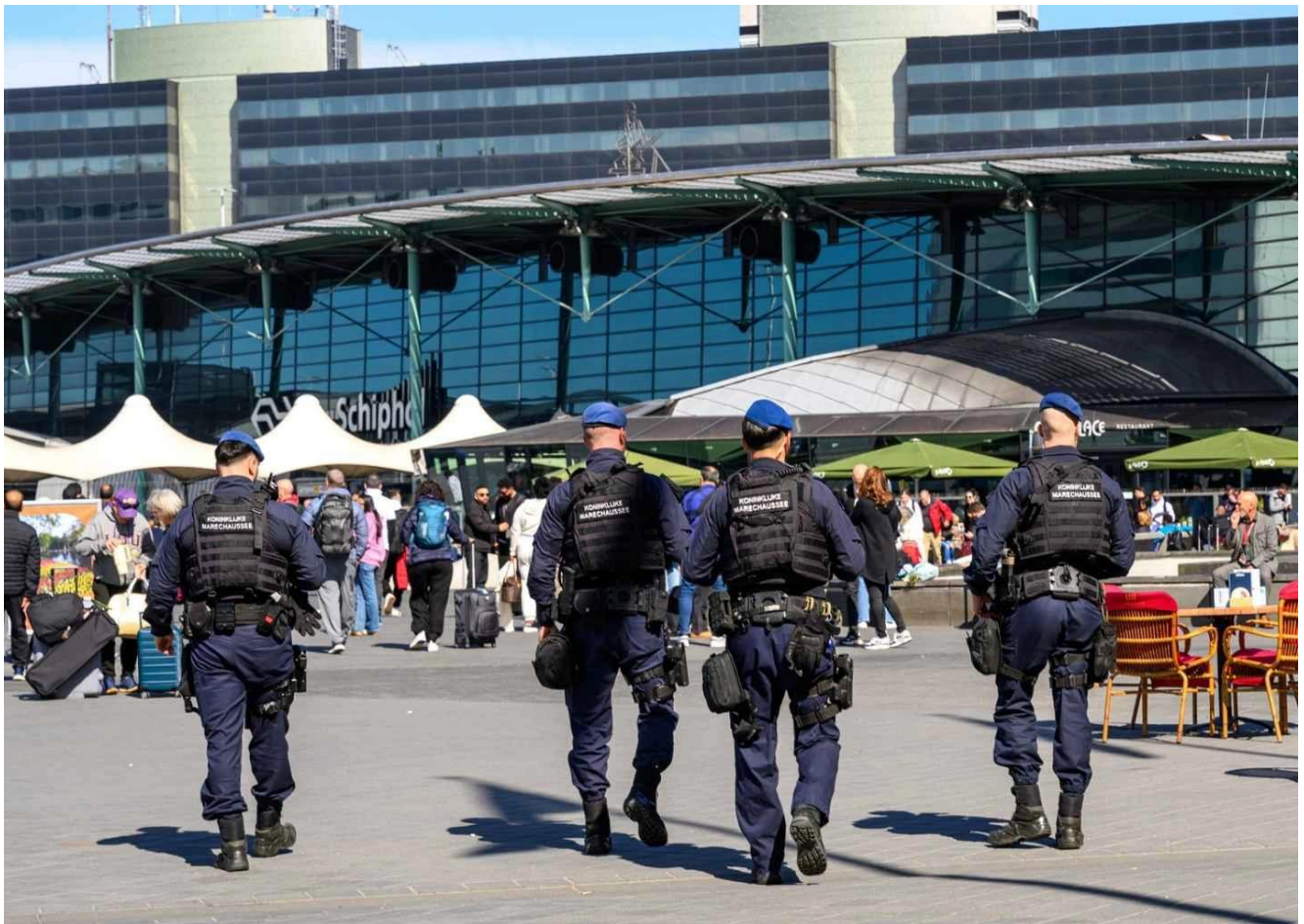


El coste de anunciar un atentado terrorista frustrado

Cuando se frustra un atentado terrorista, los gobiernos se enfrentan al dilema de hacer pública la operación o mantenerla en secreto.



21 de septiembre de 2026

Si las fuerzas de seguridad frustran un atentado terrorista, ¿conviene informar de ello a la

población?

El grado de divulgación gubernamental varía de un país a otro, pero a veces estas normas de transparencia adquieren un cariz político o generan derivadas que van más allá de un hecho concreto.

Los atentados frustrados son un ejemplo claro. Por un lado, las normas de transparencia obligan a informar a los ciudadanos, lo que permite infundirles confianza en unas fuerzas de seguridad que, a la vista está, hacen bien su trabajo. Por el otro, al poner el foco en el atentado –aunque nunca haya llegado a producirse–, los ciudadanos podrían verse como un objetivo terrorista. Esa mayor percepción de riesgo no solo puede tener consecuencias económicas, sino también condicionar el voto.

El profesor del IESE [Pietro Bonetti](#) y Tati Fontana, de INSEAD, han analizado las repercusiones de la divulgación pública de las operaciones que han frustrado atentados terroristas. Los autores sostienen que los gobiernos a menudo se debaten entre incentivos contrapuestos, ya que deben equilibrar el perjuicio económico que podría acarrear la imagen de un país menos seguro con el posible rédito electoral de una mayor preocupación ciudadana por la seguridad.

Bonetti y Fontana se han centrado en los atentados yihadistas frustrados en diez países europeos entre 2009 y 2018, por dos razones. Primera: el terrorismo yihadista fue responsable del mayor número de muertos y heridos durante ese período, lo que lo convertía en el principal desafío para la seguridad ciudadana. Segunda: el auge del Estado Islámico tras la invasión de Irak y la consiguiente crisis de refugiados avivaron el debate migratorio, en un clima en el que las amenazas terroristas se entrelazaban con los mensajes políticos sobre los migrantes de Oriente Próximo y el norte de África.

La hostelería, sensible a la percepción de seguridad

Los autores examinaron después el impacto económico en la hostelería. “Preveíamos que los sectores más sensibles a la percepción de seguridad serían los más vulnerables a este tipo de divulgaciones”, explica Bonetti. “El turismo nos pareció una buena medida del impacto económico”.

Partiendo de que los atentados terroristas consumados disuaden a los turistas extranjeros

–más que a los nacionales, con mayor probabilidad de viajar por negocios o para visitar a familiares y amigos–, los autores se preguntaron si la divulgación de un atentado frustrado producía un efecto similar. Y así fue.

Los países que anunciaron haber frustrado un atentado terrorista sufrieron un descenso significativo del turismo extranjero en relación con el nacional. Los autores calcularon que, de media, una mayor frecuencia de divulgación –hasta el nivel observado en la muestra– se traduciría en una reducción de unas 134.000 pernoctaciones de turistas extranjeros y de más de 151.000 llegadas internacionales. Dichas cifras representan una caída del 2,4 y el 4,6%, respectivamente.

Estos resultados apuntan a que, incluso cuando el atentado no se produce, informar de que fue evitado puede bastar para alterar la percepción de los visitantes extranjeros sobre la seguridad del país.

El miedo influye en el voto

Los autores también analizaron si estas divulgaciones influyen en las preferencias políticas. De nuevo, la respuesta fue afirmativa.

Tras hacerse públicos los atentados yihadistas frustrados, creció el apoyo a la extrema derecha y los partidos antiinmigración. De elevar la frecuencia de divulgación al nivel medio del estudio, el incremento de la intención de voto hacia estas fuerzas políticas se situaría en torno a un 3%.

Según los autores, los votantes parecen interpretar la divulgación de los atentados frustrados como una prueba de que las amenazas terroristas son más graves de lo que se creía. Ante esa mayor percepción de inseguridad, se muestran más inclinados a apoyar a los partidos que abogan por controles migratorios más estrictos y políticas de seguridad más firmes. Estos efectos políticos fueron más pronunciados en los países cuya actitud hacia la inmigración ya era, de por sí, más negativa.

Los medios, amplificadores de la alarma

La cobertura mediática amplificó tanto los efectos económicos como los políticos.

Los países en los que más se informó sobre los atentados frustrados registraron una mayor caída del turismo extranjero; a su vez, una cobertura mediática nacional más amplia se

asoció con un aumento más acusado del apoyo a la extrema derecha y los partidos antiinmigración.

En otras palabras, la divulgación gubernamental no bastaba por sí sola para influir en los viajeros y votantes. El grado de cobertura mediática fue lo que determinó hasta qué punto les afectó.

¿Dónde está el equilibrio entre el valor de la transparencia y las consecuencias?

El estudio ni sugiere que los gobiernos divulguen habitualmente los atentados frustrados por rédito político ni defiende que deban ocultar información a la población. Solo pone de relieve un difícil equilibrio.

La transparencia sobre las amenazas a la seguridad tiene un valor público indiscutible, pero puede tener efectos colaterales imprevistos. Informar a los ciudadanos sobre atentados que no han llegado a producirse puede perjudicar a ciertos sectores económicos y cambiar las preferencias políticas, hasta tal punto que salgan beneficiados los partidos que ponen el acento en la inmigración y la seguridad.

En todo caso, los criterios con que los gobiernos deciden qué hacer público y qué omitir rara vez son neutrales.

TAMBIÉN PUEDE INTERESARTE:

[Lecciones de Fukushima: por qué deberías hacer pública tu información medioambiental](#)

[Douglas Massey: cómo gestionar la migración con humanidad y eficacia](#)

[¿Puede la inmigración salvar el Estado de bienestar? Esto dice la economía](#)

[Pide datos climáticos a tus proveedores y reduce el impacto medioambiental de tu empresa](#)



Pietro Bonetti

Profesor de Contabilidad y Control en el IESE. Su investigación se centra en las repercusiones económicas de la regulación sobre divulgación y transparencia, así como en el gobierno corporativo, la sostenibilidad y la economía ambiental.

www.iese.edu/es/insight