



Revista Latina de Comunicación Social

E-ISSN: 1138-5820

jpablos@ull.es

Laboratorio de Tecnologías de la Información
y Nuevos Análisis de Comunicación Social
España

Torres Romay, Emma

El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M Terrorismo y violencia en la prensa

Revista Latina de Comunicación Social, vol. 9, núm. 61, enero-diciembre, 2006, p. 0

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Canarias, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81996103>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto



Latina

Revista Latina de Comunicación Social 61

Enero - Diciembre de 2006

Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social
Universidad de La Laguna (Tenerife, Canarias)

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820 - Año IX - II época

Editor: Dr. José Manuel de Pablos Coello, catedrático de Periodismo

[Revisor: El artículo no sólo aborda un contenido que se inscribe dentro del ámbito de la revista, sino que la investigación está bien realizada. La metodología se explica perfectamente y la selección de la muestra (periódicos) para analizar el tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M es muy acertada. Al elegir diarios de tirada nacional española, junto a regionales y, a la vez, realizar una comparativa con los diarios internacionales, el autor o autora ha conseguido dar una imagen de cómo funciona el periodismo en el caso de una noticia de alcance mundial, al tiempo que intuimos cuáles son las diferencias en la jerarquización y enfoque de noticias y, sobre todo, imágenes, entre unos y otros. La selección del objeto de investigación es muy interesante, porque ofrece una gran cantidad de matices que el autor o autora aborda: desde planteamientos éticos hasta niveles mucho más procedimentales dentro de la profesión, como la maquetación. La bibliografía también es adecuada. Se trata de una aportación científica relevante en el campo de la comunicación.]

El tratamiento de la imagen en los atentados del 11-M Terrorismo y violencia en la prensa

Recibido el 8 de noviembre de 2005

Artículo sometido a revisión

Aceptado el 11 de enero de 2005

Lic. Emma Torres Romay ©

Profesora Ayudante - Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación
Universidad de Vigo

emmatr@uvigo.es

Resumen: En este artículo pretendemos realizar un análisis del tratamiento que la prensa española e internacional le dio a las imágenes de la tragedia del 11 de marzo en Madrid. De esta forma aportaremos ideas sobre cuáles son los límites de la libertad de expresión desde el punto de vista del respeto a la propia imagen y, en este caso, el respeto al dolor. Además incidiremos en la importancia de la fotografía para la prensa y el poder comunicativo de esta. Tomaremos como fuentes fundamentales la prensa nacional de los días 11 y 12 de marzo y las ediciones digitales, también de esas fechas, de las

cabeceras españolas y de los principales periódicos de mundo. Esta comunicación se realiza a partir de un modelo de análisis de la imagen de prensa que se ha desarrollado para la tesis doctoral que esta realizando la autora.

Palabras clave: prensa, libertad de expresión, imagen y violencia.

Abstract: In this paper we want to analyse the pictures publishing in the spanish and international newspapers before the Madrid terrorist attack, March, 11. With this research we get some ideas about freedom speech limits: the respect of the privacy and, in special, the respect of the pain. At the same time, we'll remark the importance of the photography in the press and their communication power. For this research we used the March, 11 and 12 newspapers of most important spanish editors and the digital edition of international press.

Key Words: press, freedom of speech, pictures and violence.

INTRODUCCIÓN

Los atentados de Madrid el 11 de marzo de 2004 supusieron un desgraciado hito en la historia de España. Además de enfrentar a la sociedad a un nuevo tipo de terrorismo, que era diferente al conocido hasta entonces, los acontecimientos posteriores consiguieron una movilización social sin precedentes y con consecuencias políticas de difícil medición.

Tras 25 años de libertad de expresión, los medios se enfrentaban a un nuevo reto comunicativo. En este contexto su papel fue fundamental ya que fueron el principal elemento de transmisión de los acontecimientos a la sociedad. La mayor parte de los medios se posicionó de forma clara, al lado de las víctimas, contra los terroristas y alerta ante el papel del Gobierno. No entraremos aquí en el debate sobre las repercusiones electorales de los atentados y mucho menos en complejo proceso de información–desinformación en el que se vio implicado el Gobierno. Sin embargo, no podemos pasar por alto que el papel de los medios de comunicación pudo haber determinado la evolución de los acontecimientos tras el atentado y que, sin duda, fueron cruciales para conseguir la movilización de la opinión pública.

En este contexto, pretendemos realizar un análisis de las fotografías de prensa empleadas en la cobertura de este atentado. Una noticia ocurrida en España pero que, debido a su gravedad, tuvo un alcance internacional. Nos centramos en lo visual de la prensa por ser este un elemento que tradicionalmente se obvia en los análisis de contenido y que, sin embargo, en muchas situaciones (como esta) puede ser considerado incluso más importante que la propia información escrita, debido a su poder de evocación y de impacto.

De esta forma, el estudio que proponemos permitirá básicamente tres cosas: determinar si existió una línea informativa concreta, establecer si existió algún problema de tipo ético a la hora de informar sobre el dolor y la tragedia y, por

último poder realizar un análisis comparativo para establecer similitudes y diferencias entre las imágenes publicadas en la prensa extranjera y en la nacional.

El atentado del 11-M tuvo un balance final de 199 muertos y 1.463 heridos de diversa gravedad. “Con el sonido de la onda expansiva apenas disipado, con las retinas repletas de un horror inconcebible, con la actividad desenfrenada de cientos de brazos y corazones solidarios que rápidamente llegaron (...) a los escenarios de la masacre, se abría una semana de dolor desgarrador para cientos de familias afectadas por la tragedia” (Rodríguez, 2004:10) El tratamiento de este dolor es quizá el tema más problemático desde el punto de vista de la ética de la información. Se trata, por lo tanto de plantearnos una primera cuestión: ¿Cómo fue representada la tragedia humana en los medios de comunicación?.

En este contexto, en el análisis de las imágenes de la prensa nacional e internacional incidiremos en aquellos aspectos que guardan relación con la representación de violencia en los medios de comunicación y así pondremos sobre la mesa una segunda pregunta ¿Dónde están los límites en la reproducción de la imagen de una víctima del terrorismo en los medios de comunicación?

Por último, no podemos obviar que el análisis comparado de la cobertura informativa de un acontecimiento de magnitud internacional, en los diferentes sistemas mediáticos, permite trazar líneas de convergencia o divergencia tanto de las rutinas profesionales periodísticas como sobre la creación de un espacio supranacional de debate a través de los medios de comunicación. De esta forma, como señala Teixeira (1999: 117) “el análisis comparado no es sólo una estrategia metodológica adecuada sino una forma de asignar un valor relativo a distintos escenarios, de aprender de quienes marcan la tendencia”. Por esa razón la última cuestión que nos planteemos es: ¿Utilizó la prensa internacional los mismos referentes gráficos que la española en sus informaciones?¹

Metodología y objeto de estudio

Para la realización del trabajo propuesto vamos a emplear un sistema de análisis de contenido en este caso, fotográfico. En el mismo tomamos como referencia cuatro parámetros básicos: dos de contenido y dos de forma. En cuanto al contenido se hace referencia a quién es el protagonista de la imagen y dónde está ubicado, es decir, el escenario en el que se desarrolla la acción retratada. En cuanto a la forma, nos referimos al tamaño y ubicación de la imagen en la página del periódico y, en segundo lugar, al empleo o no del color.

¹ Es destacable el amplio trabajo comparativo realizado por el Grupo de Estudios Avanzados de Comunicación (GEAC) de la Universidad Rey Juan Carlos, que ha realizado diversos informes acerca de los discursos de la prensa internacional de referencia sobre la participación española en la guerra de Irak y los acontecimientos del 11-M.

Este modelo, aparentemente simple, sería la compilación de una serie de ideas sobre el análisis cualitativo de la fotografía de prensa, que irían desde las más sencillas, como las aportadas por Valle (1999): la aplicación del paradigma de Laswell al análisis de lo denotado de la imagen; a ideas mucho más complejas en su desarrollo. Ideas que resume con mucha precisión Carlos Abreu (2004) en un artículo sobre este asunto.

En el mismo, Abreu menciona los planteamientos de Manuel Alonso y Luis Matilla, de Luis Núñez Ladeveze y de Terry Barret. Este último utiliza el método de desglosar la fotografía en varios niveles que van desde el descriptivo hasta el interpretativo, pasando por lo explicativo y la conceptualización teórica acerca de las fotos. Igualmente, considera el contexto que las rodea. De esta forma, encontramos que el análisis del significado de las fotografías a través de lo denotado, lo que se muestra en ella, también debe ser evaluada por lo connotado, lo que sugiere, según el criterio de Roland Barthes (Barret, 1990) e incluso se incide en la necesidad de aplicar un criterio analítico distinto en función de cual se la foto a examinar y, sobre todo, las intenciones de quien realice el análisis.

En cualquier caso consideramos necesaria la existencia de un doble nivel de análisis: el referido al contexto interno, lo evidente de la foto, y un contexto externo, o situación en la cual una fotografía es exhibida. Nuestro planteamiento para este caso se centra en el contexto interno, como ya hemos señalado, pero no obviamos el contexto externo sino que lo fijamos en nuestro objeto de estudio, donde delimitamos donde ha sido exhibida la foto.

En este caso pretendemos centrarnos en la prensa nacional e internacional pero, evidentemente, la necesaria acotación del campo de trabajo nos lleva a elegir las primeras páginas de las cabeceras seleccionadas, debido a su representatividad e importancia “mediática” (debemos recordar que las portadas de los periódicos es lo que los informativos televisivos toman como referencia para evaluar cuales serán los temas de “actualidad” del día siguiente), entre otros muchos factores. Sin embargo, no podemos obviar que, desde la perspectiva española, la importancia que pudieron tener los medios de comunicación internacionales durante esta tragedia, guarda más relación con las posibilidades de acceso a los mismos a través de Internet. Ante esta evidencia, se decidió realizar un doble análisis: las portadas de las ediciones impresas de la prensa nacional y de algunos periódicos internacionales y las páginas principales de las ediciones digitales de la prensa internacional y de algunas cabeceras nacionales.

Debemos aclarar además que, en concreto, se tomaron como referencia las primeras de la prensa nacional e internacional del 11 y 12 de marzo. En el caso de España son fundamentales tres cabeceras, de carácter nacional: *El País*, *El Mundo* y *Abc* aunque no se pasarán por alto otros periódicos. Además se le presta especial atención a los numerosos medios regionales y locales existentes en nuestro país. En el ámbito internacional, las principales referencias son las de la prensa europea (Francia, Italia y Gran Bretaña sobre todo) y estadounidense, sin pasar por alto algunos ejemplos de la prensa latinoamericana.

Hipótesis planteadas

A partir de este análisis intentaremos aportar conclusiones sobre el tratamiento de los atentados terroristas en los medios de comunicación, incidiendo en el respeto a las víctimas y las limitaciones a la reproducción de imágenes cruentas. Trataremos también de determinar cuáles son los criterios empleados para la selección este tipo de imágenes en los periódicos.

La presencia de fotografías sobre los atentados en los medios de comunicación parece incuestionable ya que se trata de un acontecimiento que es una “noticia excepcional e imprevisible” que se impone a la “compleja burocracia informativa” y que, por lo tanto, condicionará, a partir de ese momento, la agenda informativa (Rodrigo Alsina, 1993: 108). La cuestión es, qué contenidos pueden difundir esas imágenes y, en el caso de que existan límites para los mismos, cuáles no.

Otra de las hipótesis que planteamos guarda relación con lo afirmado por Azurmendi: “en cuanto a la función de los medios de comunicación en las situaciones de violencia terrorista (...) es innegable su papel de doble altavoz de dos discursos contrapuestos, elaborados a partir de claves diferentes: por un lado, hacen llegar a la ciudadanía los diversos planteamientos políticos que exigen el fin de la violencia; por otros, amplifican los efectos de las estrategias terroristas, al ser sus protagonistas involuntarios” (Azurmendi, 2004)

Se trata de un viejo debate que, en el caso de España, se aplicaba a los actos terroristas de ETA, y que se relaciona con el hecho de que los medios de comunicación podrían estar haciendo “publicidad” del terrorismo, consiguiendo que este tenga una gran presencia en la sociedad, incrementando la sensación de miedo e inseguridad en la ciudadana, algo que, sin duda, se encuentra entre los objetivos de las organizaciones terroristas de todo el mundo.

Además de estas cuestiones planteamos otras posibilidades, siempre relacionadas con las anteriores. Como señalamos al comienzo, la principal preocupación que suscitó la cobertura informativa realizada por la prensa durante el 11-M guardaba relación con el respeto a la víctimas y sus familiares. Por lo tanto planteamos la posibilidad de que la difusión de ciertos contenidos de violencia pueden beneficiar a los terroristas y lesionar los derechos al honor y la intimidad de los afectados. En cualquier caso, lo que pretendemos es analizar contenidos, por lo que no entraremos en cuestiones relacionadas con representaciones icónicas ni estilísticas.

1. La presencia del terrorismo en los medios

1.1. La relación entre el terrorismo y los medios de comunicación

Quizá la primera cuestión que debemos plantearnos es la determinar exactamente qué es el terrorismo para los medios de comunicación. Llegar a un acuerdo sobre lo que se entiende por terrorismo es muy difícil y consideramos que no es el objetivo de este trabajo, por lo que confiamos al imaginario colectivo la determinación del significado de esta expresión. Lo que si está claro es que, en la definición social del terrorismo, los *mass media* son los principales condicionantes.

Pero la relación entre los medios de comunicación y el terrorismo es una relación muy compleja y, además, las teorías clásicas de la comunicación advierten de la existencia de una relación muy estrecha entre ambos. Son muchos los autores que, a la hora de analizarla, han puesto el acento en el elemento propagandístico que conlleva. Básicamente lo que se plantean todos los estudiosos del tema es si los medios de comunicación condicionan los acontecimientos terroristas o si son los terroristas los que llegan a condicionar la información.

En el primer supuesto se plantea que la difusión de las acciones terroristas por parte de los medios de comunicación es una suerte de propaganda que beneficia a los grupos terroristas al darle cabida a sus mensajes (aunque estos sean en forma de acto violento) en los media. En el segundo supuesto se plantea que los grupos terroristas suelen ejercer una especial presión sobre los medios, tanto de forma directa, amenazando e incluso asesinando a periodistas, como indirecta, condicionando su agenda de información.

El problema está, por lo tanto, en cómo se representa periodísticamente este tipo de violencia denominada terrorismo.

“El tema del terrorismo en general, y el papel de los medios de comunicación ante el mismo es difícil no sólo por la complejidad teórica, sino también por las implicaciones emotivas que suelen desencadenar” (Rodrigo, 1991: 11)

La realidad actual de los medios nos hace pensar en un sobredimensionamiento informativo del hecho terrorista. Pero, sobre esto, debemos señalar que la naturaleza perversa del terrorismo se presta con demasiada facilidad a un nerviosismo emocional que empuja a los periodistas a actuar de manera dubitativa en algunas ocasiones o excesivamente condicionada en otras, convirtiendo la información sobre acontecimientos terroristas en algo muy complejo.

Por lo que se refiere a nuestro país, el terrorismo no es, sin embargo, un tema nuevo en los medios de comunicación y, por lo tanto, existe una cierta “experiencia” en el manejo de este tipo de tragedias por parte de los periodistas, que conocen perfectamente cómo reaccionaran sus públicos ante una línea u otra del tratamiento de la información.

Aunque el terrorismo de ETA y el de grupos islamistas éticamente puedan ser comparables, desde el punto de vista de sus actuaciones (Jordán, 2002: 39) y, sobre todo, de su atención mediática, no son iguales. A pesar de esta afirmación, consideramos interesante realizar una comparación entre ambos desde el punto de vista de la cobertura que los medios realizan de ellos.

1.2. Evolución de la información sobre terrorismo en España

Efectivamente, la historia reciente de España está muy condicionada por la existencia del terrorismo de ETA y la prensa ha tenido una especial relación con este tipo de acontecimientos. Como bien señala Ángel Arnedo, director de *El Correo*, tras la muerte de Franco los atentados terroristas sufrían un “semiocultamiento” en los medios de comunicación; sí se informaba sobre ellos pero se hacía de forma escueta y sobre todo sin tener en cuenta a los familiares de los fallecidos. Esta situación se alargó en el tiempo hasta los años noventa. Pero el 18 de octubre de 1991 sucedió algo que marco un cambio en este tratamiento, ese día un equipo de televisión tomó imágenes terribles de la niña Irene Villa con las piernas destrozadas, víctima de una bomba.

Según narra Arnedo, “el impacto de aquellas imágenes emitidas en el telediario de primera hora de la tarde fue horrible porque nunca hasta entonces se había dado nada así. Quienes tomaron la decisión de autorizar aquellas escenas lo hicieron, según comentaron más tarde, para mentalizar a los espectadores de la brutalidad intrínseca de los terroristas, para remover sus conciencias” (VV.AA., 2003: 26)

Desde aquel día en otras cadenas de televisión y en la prensa comenzó a seguirse la misma pauta de comportamiento y, mientras se ampliaban los tiempos y los espacios dedicados a los hechos terroristas, se profundizaba en otra actitud tan nociva con las víctimas y sus familiares como la anterior. Si antes se las ignoraba, o casi, más tarde se pasaba por encima de otras consideraciones éticas, porque si bien es cierto que aquellas imágenes removían conciencias, “también es cierto que no respetaban el dolor ni el decoro de los de los afectados: cuerpos mutilados, cadáveres en mitad de un charco de sangre, heridos desfigurados, víctimas en posturas poco dignas, eran fotografiados, filmados, exhibidos, lo que no hacía sino aumentar su sufrimiento” (VV.AA., 2003: 27)

La tercera fase fue la de la invasión de la intimidad de los familiares. Otros profesionales colocan como un hito en este periodo el secuestro y posterior asesinato de Miguel Ángel Blanco por ETA en el año 1997. La novia, la hermana y los padres de Blanco aparecieron en todos los medios de comunicación. Durante este periodo hemos conocido a docenas, puede que a centenares de familiares de víctimas del terrorismo, las mismas que antes no tenían cabida en los medios.

Pero el tratamiento dado a las víctimas y a las familias en los últimos años, guarda un difícil equilibrio entre evitar el ocultamiento de su dolor y el respeto por ese dolor. Aunque el reconocimiento social de las víctimas ha sido una conquista relativamente reciente de gran importancia, ha ido paralelo a la existencia de otro debate relacionado precisamente con la difusión de imágenes de esas mismas víctimas. ¿Sirven estas imágenes para concienciar y dejar patente la perversidad del terrorismo?, ¿Compensa este hecho el dolor y sufrimiento que pueda causar?

No podemos negar que la larga lista de atentados registrados en España durante demasiados años obligó a los medios de comunicación a facilitar una información constante del fenómeno. Esto suponía el riesgo de que se produjera una “normalización” del terrorismo al considerarlo como algo que se va repitiendo y poco a poco “cansa” a los lectores y que el dolor y sufrimiento de las víctimas no tuviera el grado de consideración adecuado.

Es evidente que la cobertura mediática de los atentados terroristas de ETA en España tenía ciertas particularidades que los hace muy diferentes a los actos cometidos por el terrorismo internacional en Nueva York, Madrid y Londres. En un amplio dossier realizado en la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación (dentro de la materia Documentación Informativa) sobre ETA, centrado en los atentados y las víctimas en el periodo entre 1995 y 1997, se apreció como la información de carácter político estaba muy presente en estas noticias. Pero, sin duda, el dato principal que extraemos del dossier, guarda relación con aspectos visuales de esa cobertura informativa. En ningún caso encontramos imágenes de las víctimas y la crueldad de los atentados semejantes a las que se publicaron en el caso del 11-M, tan sólo se deja notar en los desperfectos materiales y nunca encontramos fotografías de heridos o cadáveres. No sucede lo mismo con los familiares de las víctimas que están especialmente presente, sobre todo a partir del asesinato de Miguel Ángel Blanco.

2. La imagen en los medios de comunicación impresos

2.1. El poder de la imagen

“La autocomprensión que hoy el hombre tiene de si mismo no proviene de historiadores, sociólogos, o filósofos, sino principalmente de los agentes de comunicación audiovisual. A lo largo de la historia los mensajes que han moldeado la mentalidad de los hombres de cada época provenían de la propia experiencia visual inmediata, de la tradición oral y de la tradición escrita [en la actualidad] las imágenes que se difunden por la televisión y el cine impactan muy por encima de nuestro entorno que visualizamos diariamente. Lo que creemos, pensamos y afirmamos de la realidad y de nosotros mismos está condicionado por aquello que se oye, se escribe y se ve a través de los medios de comunicación” (Bonete, 2000: 16-17)

Podemos hablar de la “galaxia visual” en la que la mayor parte de la información tiene forma de imagen, sea estática o en movimiento. En el caso que nos ocupa estamos hablando de imagen fotográfica que, efectivamente, a diferencia de las imágenes de televisión, es estática; sin embargo, lejos de convertirse en un impedimento, la posibilidad de congelar y fijar una imagen facilita que quede grabada en la memoria, con lo que la efectividad a largo plazo es mayor. De hecho, una de las funciones que se atribuye a la fotografía es, precisamente, la de servir de recuerdo o memoria histórica.

La fotografía permite captar y detener un instante concreto, una expresión o un gesto de dolor determinados; y permite, asimismo, seleccionar y ampliar detalles que de otro modo incluso podrían pasar desapercibidos para el receptor. El poder comunicador de la imagen fotográfica es incuestionable y la capacidad de lectura de esas imágenes por parte de la opinión pública va más allá que otros sistemas de comunicación, ya que nos habla de una amplia capacidad de interpretación subjetiva. Como señala Baeza (2001: 158)

“Es sabido que la imagen en general y la fotografía en particular no es un tipo de mensaje objetivo, ni universal y ni siquiera evidente en su apreciación. Ya se ha dicho que, en mayor o menor grado, la fotografía es polisémica, es decir, que puede adoptar diferentes sentidos y que éstos dependen, hay que repetirlo, de la finalidad a la que la fotografía se destina y del contexto que tiene, así como del que la rodea”.

Cuando vemos una imagen no percibimos solamente su estructura visual sino que también la interpretamos como si se tratara de un texto no escrito. Con la diferencia de que esa interpretación es mucho más abierta. Este hecho, junto a la mencionada capacidad de recuerdo que provoca la imagen, nos lleva a plantearnos ¿Puede controlarse el impacto que puede provocar en el público receptor una imagen?.

2.2. La importancia actual de la fotografía de prensa

La anterior quizá sea una de las dudas que se plantean los periódicos a la hora de seleccionar sus imágenes. En la prensa se utilizan las fotografías para ilustrar historias, como artículos de interés en si mismas y también por su valor en diseño (Keene, 1995:195). La fotografía de prensa es fundamental como elemento transmisor de información por muchas razones. La primera de ellas es la capacidad comunicativa de la imagen. El receptor puede captar el contenido de una imagen con mayor rapidez que si tiene que leer o escuchar una noticia. Y además la imagen fotográfica puede ser entendida con facilidad por todos los receptores, en el sentido de que se puede reconocer lo que se está viendo; otra cosa es que se entienda, que se conozca o no su significado, lo que dependerá, entre otras cosas, del contexto que reciba, del mensaje escrito que lo acompañe y del nivel educativo del receptor. (López, 1998: 159).

De esta forma, lo transmitido por el texto puede ser fácilmente resumido en una imagen.

En segundo lugar, debemos apuntar la capacidad de la fotografía para captar la atención del lector. Las fotografías, como los titulares, los gráficos, las áreas de texto tipo bold y la publicidad atraen la atención de los lectores (Keene, 1995: 195).

Podemos apuntar una tercera y polémica razón para determinar la importancia de la fotografía en la prensa, su capacidad para transmitir objetividad. Vilches (1993: 19) señalaba que:

“la foto de prensa en mayor grado que el texto escrito aparece con una tremenda fuerza de objetividad. Si una información escrita puede omitir o deformar la verdad de un hecho, la foto aparece como el testimonio fidedigno y transparente del acontecimiento o del gesto de un personaje público. Demostraremos que esto no es así por múltiples razones”.

Entre estas razones están la multiplicidad de interpretaciones que permite la imagen, aunque es innegable que la fotografía produce una “impresión de realidad” que, en el contexto de la prensa, se traduce en una “impresión de verdad”.

Nos encontramos, por lo tanto, en un punto en el que la prensa intenta valerse de la capacidad comunicativa de la imagen para intentar captar la atención de lector, buscando transmitirle un mensaje teóricamente veraz. Pero, la implicación de la audiencia con el contenido de las imágenes informativas es indistinta del tipo de noticia. De tal manera que la implicación puede ser igualmente alta con noticias duras que con noticias blandas (Arroyo, 2000: 103)

“Las informaciones truculentas ilustradas con imágenes impresionantes, se cotizan muy bien de cara al público. (...) Al parecer las audiencias de los medios encuentran un atractivo especial en el suceso sangriento (...) Ese tremendismo gráfico ha dado lugar en ocasiones a fotografías absolutamente inolvidables que han dado vuelta al mundo”. (Soria, 1997: 216)

Podemos poner ejemplos. Esta claro que la mayor parte de los españoles recuerdan el cuerpo destrozado de Irene Villa, el militar de Salamanca que, con el cuerpo desgarrado, decía a los que querían auxiliarle que atendieran antes a los demás; y tampoco olvidamos a aquel guardia civil que llevaba en brazos el cadáver de su hija muerta por el coche bomba contra la casa cuartel de Vic.

Fuera de España, la publicación de la foto del cadáver del líder de Democracia Cristiana Italiana, Aldo Moro, metido en el maletero de un coche tras cincuenta y cinco días de secuestro en manos de los terroristas de las Brigadas Rojas dio a los ciudadanos de aquel país la verdadera dimensión del desafío al que se enfrentaban. En Sarajevo, las imágenes de muertos y heridos mientras hacían cola para comprar alimentos fueron el detonante para que la comunidad

internacional, que hasta entonces había ignorado el conflicto bosnio, se implicara en la búsqueda de una solución.

La imagen fotográfica es uno de los lenguajes de comunicación más apto para reflejar la expresividad y comunicabilidad del sufrimiento y del dolor y los medios de comunicación lo saben. Pero este tipo de imágenes, ¿son sensacionalismo gráfico o son más bien, puro y duro periodismo, pura y dura información?. La publicación o no de imágenes de violencia o de dolor intenso, o dramatismo extremo, plantea problemas éticos, a veces muy graves, que afectan a los fotógrafos y a sus directores. (Soria, 1997: 216).

En el caso de catástrofes como la del 11-M la importancia de la imagen es indiscutible. Rodríguez Carcéla destaca, en su análisis sobre la cobertura informativa del 11-S en Nueva York, que el primer elemento de consideración en las informaciones sobre este atentado es el visual, la fotografía y la imagen en general. Las fotografías de grandes dimensiones que abrieron las portadas de ese día funcionaban como noticias y testimonios para ver o mirar la magnitud del hecho y comprobar la veracidad de los mismos (Rodríguez Cárcela, 2002). La importancia de estos elementos queda también demostrada en el trabajo que McMeel que analizó más de 150 portadas de periódicos de todo el mundo.

Además de todo lo anterior, y como venimos comentando, la polémica sobre la adecuación o no de publicar ciertas imágenes violentas o duras surge enseguida. En el caso del 11 de septiembre en Nueva York, la mayoría de los diarios estadounidenses evitaron, al menos en las portadas, las escenas más duras como las de las personas lanzándose por las ventanas, en cuanto a los atentados de Londres, tales imágenes no sólo no fueron difundidas sino que no fueron realizadas.

De cualquier forma, en todos los contextos, la polémica en torno a la publicación de fotografías de contenido violento es tan antigua como el fotoperiodismo: “ya en la primera guerra fotografiada, la de Crimea, las imágenes tomadas por Fenton fueron censuradas para no asustar a las familias de los soldados, aunque fue en este mismo conflicto bélico en el que otro fotógrafo, James Robertson, fotografió por primera vez muertos en combate” (Sousa, 2003: 44-45)

Dada la importancia pues, de la fotografía, analizaremos, en primer lugar los contenidos de las imágenes publicadas por la prensa el 11 y el 12 de marzo, para después realizar las correspondientes consideraciones éticas sobre el asunto. Lo principal que debemos tener en cuenta es que las ediciones especiales de los diarios españoles del 11 de marzo mostraron claramente el protagonismo de la fotografía, con la publicación de más y mayores fotos de lo que es habitual en el diseño de los periódicos españoles.

3. La imagen en los atentados terroristas del 11-M

3.1. La prensa nacional

a) Las primeras del 11 y el 12-M

El especial de *El Mundo* en Internet sobre los atentados incluía un resumen de los diarios señalando que “Las palabras que utilizan los periódicos para definir los atentados terroristas que ayer sembraron el caos en Madrid dan idea de la magnitud de la tragedia. Pero nada como las fotografías de las portadas. Cuerpos de jóvenes destrozados entre los restos de los vagones y personal de emergencias atendiendo a los heridos en las vías del tren ilustran las primeras páginas de la prensa española y europea en uno de los días más tristes de nuestra historia”.

Nos encontramos por lo tanto en un escenario real de extrema crudeza. Los atentados del 11-M en Madrid fueron unos atentados muy directos, a diferencia de lo que sucediera en el 11-S en Nueva York en Madrid los cuerpos salieron despedidos del tren y llegaron a la calle, al lado de la gente. Los bomberos no recogieron cenizas, recogieron restos humanos. Ante esta realidad los medios de comunicación debieron plantearse cómo comunicarla.

Prácticamente todos los periódicos de tirada nacional pusieron en los quioscos una edición especial en el mediodía del 11 de marzo. Estas ediciones coincidieron en colocar en sus primeras las imágenes del amasijo de hierros en que quedaron convertidos los trenes. En el caso del *Abc* la imagen se acerca a los bomberos que estaban trabajando en sacar a las víctimas del interior de los trenes sin que podamos ver de forma directa ningún cuerpo aunque la existencia de este se sugiera en la manta que están colocando en la esquina izquierda de la imagen.

El Mundo también elige una imagen semejante en la primera de su edición especial aunque en este caso es un plano más general en el que se pueden ver esparcidos por el suelo algunos rastros de sangre. Y todavía más general es el plano desde el que se toma la imagen de *El País* publicada en 11 de marzo, y aquí si pueden verse lo que se supone que son cuerpos tapados con mantas.

En los tres casos anteriores estamos hablando de imágenes en color a cinco columnas en la parte superior de la página, dejando un pequeño espacio de texto bajo la misma. No es así en el caso de *La Razón* que llevó a su primera en la edición especial una imagen a toda página de un joven con la cara ensangrentada sentado en el suelo en una fotografía firmada por José Huesca, que sería muy repetida en las distintas cabeceras.

Pero estas primeras imágenes seleccionadas pudieron ser fruto de la premura de publicar una segunda edición del periódico que salió a la calle en un tiempo record. Debemos suponer que la selección de las imágenes fue más reflexiva en la edición del día 12. Sin embargo, nos encontramos con que *El País*, que el día anterior había escogido una imagen general del tren, cuando las fuerzas de seguridad ya estaban trabajando y los cuerpos se agachaban bajo mantas, eligió para el día 12 una imagen de instantes después de la explosión en la que podían verse un gran número de heridos sobre las vías e incluso, en primer término algo que podía ser identificado como restos humanos. El interior de

este periódico no era menos impactante. La imagen que abría la sección de España enseñaba en tren destrozado pero con las víctimas aún en su interior, en este caso la imagen se reproducía en blanco y negro al igual que otras diez imágenes (una por página) que ilustraban todas las informaciones. De entre todas ellas, en dos ocasiones se pudieron ver restos humanos de forma directa, una de estas era del interior de uno de los trenes, en otras muchas ofrecían primeros planos de personas heridas y las restantes mostraban a los fallecidos pero tapados por mantas o bolsas.

Abc eligió otra imagen que también sería muy repetida, la del personal del SAMUR alineando los cadáveres metidos en bolsas negras. Una imagen a cinco columnas que era mucho menos impactante que la que llevó *El Mundo* a su primera, donde se podían ver claramente los cadáveres destrozados de dos jóvenes. Por su parte, *La Razón* realizó un foto-montaje con las letras “11-M” colocando en el interior de las mismas imágenes de heridos ensangrentados e incluso una mujer fallecida a la que, en este caso borró los ojos para evitar su posible reconocimiento.

Pero podemos ir más allá de esta simple descripción de imágenes y realizar una clasificación de los diarios regionales y nacionales según el contenido de la fotografía que eligieron para su portada del 12 de marzo. Así, nos encontramos con cinco categorías básicas para clasificar las primeras de los periódicos: a) cadáveres ocultos; b) heridos; c) cadáveres; d) otros contenidos y e) sin fotografía (Cuadro 1)

Del cuadro deducimos que las imágenes que se transmitieron tuvieron un protagonista fundamental, los fallecidos. Tanto de forma indirecta, tapados bajo una sábana, como directa, con primeros planos de cadáveres. Aunque los heridos parecen no tener tanta presencia, debemos matizar que si eran mayoritarios en las páginas interiores, por lo menos de los principales diarios.

CUADRO 1. CLASIFICACIÓN PRENSA NACIONAL SEGÚN LA IMAGEN DE LA PRIMERA PÁGINA

a	ABC	Diari de Girona	Diari de Tarragona	Diario de Burgos
	Diario de Mallorca	Diario de Navarra	Diario de Noticias	Diario Montañés
	El Norte de Castilla	El Progreso de Lugo	El Punt	Heraldo de Aragón
	La Gaceta de Salamanca	La Opinión de A Coruña	La Opinión de Málaga	La Opinión de Tenerife
	La Opinión de Zamora	La Rioja	La Vanguardia	Levante
	Ultima Hora			
b	El Comercio	El Correo	El País	
c	Avui	Diario Vasco	El Correo de Andalucía	El Correo Gallego
	El Mundo	Faro de Vigo	Hoy	La Nueva España
	La Voz de Galicia			
d	Diario de Sevilla	El Periódico	Granada Hoy	La Razón
e	El Día	Deia		

b) Prensa nacional en Internet

En este punto debemos destacar los especiales que los medios de comunicación colgaron en Internet. Todos ellos tenían como un elemento

básico de su contenido galerías de imágenes sobre la tragedia. En *El Mundo*² el link señalaba “Las imágenes más impactantes” ofreciendo un amplio catálogo clasificando las fotos en atentados, víctimas, caos en la capital, España grita no, portadas, reacciones, el día después y España en la calle. En las imágenes no se pueden ver fallecidos (excepto en una ocasión) ya que están adecuadamente tapados, pero si muchos heridos fácilmente reconocibles.

El especial 11-M de la versión digital de *El País*³ (conjunto con la Cadena Ser y CNN+) es un compendio de distintas “Fotogalerías” que van acompañados de algunos multimedia, vídeos, gráficos y grabaciones de los testimonios que se recogieron en la Cadena SER. La galería más amplia es la que lleva el título de “Atentado Terrorista en Madrid” que clasifica las imágenes en los atentados, testimonios, manifestaciones, impacto en el mundo (portadas de prensa) y vidas rotas. Este último es muy destacable ya que se incluyen las fotografías de los fallecidos en los atentados, incluyendo la anotación de que 26 familiares no quisieron que la imagen de sus seres queridos se publicaran, algo que no evita sin embargo que aparezcan sus nombres. En el caso de *El País* se repite lo sucedido con *El Mundo* no podemos ver a fallecidos pero si a numeroso heridos.

Estos especiales fueron elaborados días después, aunque sirven para darnos una idea de la importancia que tenía la imagen para estos periódicos. Sin embargo, durante el 11 y el 12 de marzo la prensa *on-line* tuvo un papel primordial. Las ediciones digitales de los periódicos redujeron sus portadas y aumentaron la capacidad ante la avalancha de consultas. Los principales periódicos nacionales se vieron obligados optar medidas excepción para poder mantener los webs operativos en la Red ante el aumento de visitas de internautas durante toda la mañana. *El País.es* tomó la decisión de abrir el periódico a todos los navegantes, ya que habitualmente es de acceso restringido. Además, redujo la portada a la mitad, eliminando muchos contenidos sobre otros temas, quitándole peso. Mientras, técnicos de *El Mundo.es* señalaban que habían tenido que quintuplicar el ancho de banda ante el incremento del número de visitas y optimizaban sus recursos por si fuera necesario seguir ampliarla. Al igual que *El País.es* disponían de una portada corta, con contenidos exclusivamente dedicados al atentado.

En cuanto a la edición digital de *Abc*, tuvieron algún problema debido a que el tráfico habitual se había multiplicado por seis o siete veces. Por eso, a primeras horas de la mañana se tomó la decisión de prescindir de la publicidad y de algunas imágenes para aligerar la página.

Todo ello derivó en que se redujeran las fotografías incluidas, pero en ningún caso se eliminaran ya que, desde los comienzos de la prensa digital, la imagen es uno de los elementos fundamentales.

² <http://www.el-mundo.es/elmundo/hemeroteca/2004/03/13/t/> (07-11-05)

³ <http://www.elpais.es/comunes/2004/11m/portada.html> (07-11-05)

c) La repetición de imágenes

A pesar de tratarse de un suceso que aconteció en el centro de Madrid, por lo que los medios de comunicación tuvieron relativamente fácil acercarse al lugar de los hechos, podemos señalar que no nos hemos encontrado con una ingente cantidad de material gráfico en los periódicos. De hecho, llama especialmente la atención el nivel de repetición de imágenes que se ha producido tanto en medios nacionales como internacionales. Algunos periódicos incluso coincidieron con su fotografía de portada, como recogemos en el siguiente cuadro (Cuadro 2):

CUADRO 2: PRENSA AGRUPADA POR REPETICIÓN IMAGEN PRIMERA

1	Diari de Tarragona, Diario de Noticias, La Opinión de Málaga, Última Hora
2	Diario de Mallorca, Diario de Burgos
3	Diario Vasco, Faro de Vigo, El Correo de Andalucía, La Nueva España, Hoy, La Voz de Galicia
4	El Correo, El Comercio
5	Diario de Sevilla, Granada Hoy
6	La Opinión de A Coruña, La Opinión de Tenerife
7	La Opinión de Zamora, El Progreso de Lugo
8	Diari de Girona, Levante

Siendo las fotografías las siguientes

- 1) Bomberos, médicos, jueces y personal del Samur rodeando un cadáver tapado con una manta que sostienen lo bomberos. Delante del tren destrozado.
- 2) Restos del tren desde un plano medio. Pueden verse escombros mezclados con restos humanos.
- 3) Dos bomberos con sábanas van tapando los cadáveres, en medio el cuerpo destrozado de una mujer.
- 4) Varios jóvenes heridos en el polideportivo donde estaban siendo atendidos.
- 5) Primer plano de una mujer llorando.
- 6) Personal del SAMUR va alineando los cadáveres metidos en bolsas negras.
- 7) Boquete del tren con mantas y sábanas que tapan su interior.
- 8) Plano general del tren con hospital de campaña y cadáveres alineados.

En muchos casos esta repetición puede venir dada por el hecho de lo varias cabeceras pertenezcan a un mismo grupo periodístico que, por cuestiones de rentabilidad, publica las mismas imágenes (*Diario de Sevilla, Granada Hoy*). En otros las razones no están tan claras y se puede hablar de coincidencia en los criterios de selección de las imágenes.

El caso es que la repetición produce un efecto de fijación de la imagen en la memoria del receptor. Si consideramos el factor de que “en los puestos de periódicos, en los que están compitiendo con otros, los potenciales compradores sólo pueden ver la mitad superior del periódico” (Keene, 1995: 195) en la que, en muchos casos, se encontrarían una imagen común. Si tenemos en cuenta, además, que la mayoría de imágenes en las que hay coincidencia pueden considerarse de “impacto”, ya que en todas ellas estaban presentes lo fallecidos, nos encontramos ante el hecho de que la simple visión del quiosco transmite una sensación clara de tragedia y desastre.

d) Imágenes paradigmáticas

“Todavía están muy recientes en el recuerdo de todos nosotros, y aún lo estarán durante mucho tiempo, las terribles imágenes del 11-M. Son realmente trágicas y brutales, algo que nunca había pasado y de una magnitud inimaginable hasta el momento en nuestro país. Es imposible no sentirse conmovido ante la visión de algunas escenas realmente terribles” (Pacheco, 2004: 125)

Relacionado con lo anterior, podemos señalar una serie de imágenes que han tenido una particular difusión en los medios de comunicación. Fotografías que “dieron la vuelta al mundo” de la mano de los periódicos que las repitieron en innumerables ocasiones tanto en su primera como en páginas interiores y tanto en su edición digital como en la impresa. Podemos poner dos ejemplos fundamentales, una de un herido y otro de un fallecido.

En el primer caso debemos hablar de la fotografía de un joven vestido con cazadora azul y sentado en el suelo con la cabeza ensangrentada y un ojo amoratado, imagen que en muchas ocasiones aparece firmada por José Huesca y en otras por EFE. Esta imagen incluso es portada de uno de los muchos libros que se han publicado sobre el atentado (De Diego, 2003) pero previamente la encontramos en la portada de *La Razón* y en la edición especial del 11 de marzo. Al día siguiente era imagen de primera en *Liberation* (Francia) y estaba en las páginas interiores de *El País*, el *Faro de Vigo*, *La Voz de Galicia*, *El Mundo...* y en la portada de las ediciones digitales de *El Universal* (México) y *The Times* (Gran Bretaña) además de formar parte de las galerías de imágenes de *El País* y *El Mundo* también en sus ediciones digitales. Incluso yendo más allá, llama la atención que este mismo joven sea el protagonista de una imagen distinta que también estaba presente en más de un periódico, concretamente en dos medios tan alejados como *Los Angeles Times* (USA) y *Die Welt* (Alemania).

La segunda de las imágenes “paradigmática” es la de una mujer fallecida entre los escombros del interior del tren. Puede verse su cara con toda claridad aunque esta esté desfigurada por la explosión. Es una imagen muy impactante que sin embargo ocupó numerosas primeras en España (*Diario Vasco*, *Faro de Vigo*, *El Correo de Andalucía*, *La Nueva España*, *Hoy*, *La Voz de Galicia*) y fuera de España (*El Correo de Cuba*, *El Nuevo Herald*) pero que no está presente en Internet. En todos los casos fue reproducida en color, incrementando así su impacto. Ambas imágenes son perfectamente identificables a pesar de no incluir referencias directas al tren o al lugar del atentado.

Podríamos mencionar otros muchos ejemplos de fotografías que, sin duda, han pasado al imaginario colectivo, como la de los cadáveres metidos en bolsas negras alineados junto al tren, o la del propio tren en Atocha. Pero lo importante en este caso es determinar ¿Qué es lo que provoca que una imagen consiga tanto nivel de reconocimiento?

Durante el 11-S la imagen de las torres gemelas fueron las elegidas por los periódicos norteamericanos y de todo el mundo para abrir sus ediciones, concretamente “aquellas en las que se evidenciaba de un modo más claro la caída del icono capitalista por excelencia. En cierto modo, para el lector norteamericano no era necesario contextualizar el significado conceptual ni la ubicación geográfica de las estructuras arquitectónicas y por eso no fue preciso ofrecer grandes perspectivas fotográficas de la ciudad neoyorquina envuelta bajo el manto gris del polvo y humareda” (Lens, 2005: 150). Una elección que parecía incuestionable y que, además respondía a una línea precisa de la

prensa estadounidense. La selección de las imágenes no era por lo tanto tan sencilla en el caso de Madrid, donde el atentado se produjo en las vías.

3.2. Prensa internacional

La repercusión internacional de los atentados de Madrid recordó al impacto que causó el 11 de septiembre. Muchos medios mantienen en sus webs especiales sobre el ataque. La tarde del 11 de marzo todos los periódicos y televisiones con Internet llevaron a sus portadas las imágenes de lo sucedido en Atocha. Las primeras páginas del día 12 reflejaron, en su mayoría, el pesar de la comunidad internacional. Muchas de las imágenes empleadas por la prensa internacional en sus ediciones digitales ya habían sido publicadas en España aunque, por regla general, se escogieron aquellas que parecían tener menor impacto, es decir, se evitaron los cuerpos mutilados que en España si fueron publicados.

Podemos intentar hacer un repaso por las principales cabeceras del mundo, con especial referencia a las europeas, para intentar describir cuales fueron las fotografías que eligieron para ilustrar las informaciones sobre el atentado. Aunque muchos de los periódicos, al igual que en España actualizaron sus páginas web el propio día 11, vamos a centrarnos en el 12 puesto que fue el día en que todos coincidieron en abrir con esa información.

- **Clarín** (Argentina) Dos policías inspeccionando las vías con el tren explotado al fondo.
- **El Correo de Cuba** (Cuba) El cadáver de una mujer entre los escombros.
- **El Universal** (México) Un joven con la cabeza ensangrentada sentado en el suelo (*imagen de José Huesca*)
- **Financial Times** (Gran Bretaña) Bomberos sacan los cadáveres del interior del tren mientras los servicios médicos colocan mantas para taparlos.
- **The Times** (Gran Bretaña) Un joven con la cabeza ensangrentada sentado en el suelo (*imagen de José Huesca*)
- **Frankfurter Allgemeine Zeitung** (Alemania) Plano general del tren.
- **Il Corriere de la Sera** (Italia) Un hombre con la cabeza ensangrentada tapado con una manta.
- **La Repubblica** (Italia) Bomberos sacando un cadáver del interior del tren.
- **Le Figaro** (Francia) Bomberos sacan los cadáveres del interior del tren mientras los servicios médicos colocan mantas para taparlos.
- **Le Monde** (Francia) Plano general del tren con hospital de campaña.
- **Liberation** (Francia) Plano detalle del boquete abierto por la bomba en el tren con varios cuerpos tapados con sábanas.
- **The New York Times** (USA) Servicios médicos trasladando a un herido con la cabeza ensangrentada.
- **USA Today** (USA) Plano detalle del boquete abierto por la bomba en el tren con varios cuerpos tapados con sábanas.
- **El Nuevo Herald** (USA) El cadáver de una mujer entre los escombros.

También podemos acercarnos a alguna de las ediciones impresas. Así nos encontramos con que *The Washington Post* abrió edición con la misma

fotografía que publicaba *El País* a cuatro columnas, añadiendo una fotografía de menor tamaño en la que se podía ver el traslado de un herido, imagen que era la misma que tenía en la portada de su edición digital *The New York Times*.

Este mismo esquema de dos imágenes fue el empleado por *Los Angeles Times* que incluía en su primera una fotografía principal a 3 columnas de los restos del tren con unos cadáveres tapados por sábanas, similar a la que se encuentra en la portada de las ediciones digitales de *Liberation* y *La Repubblica* y una secundaria de menor tamaño en la que se puede ver a un joven herido que, a pesar de no ser la misma imagen de José Huesca, es fácilmente identificable como la misma persona. Esta misma imagen es la que emplea el periódico alemán *Die Welt* en su edición digital.

La prensa internacional tuvo una repercusión muy especial en nuestro país. Estamos hablando, por supuesto, de prensa a través de Internet. La mañana del 11 de marzo se produjeron dos millones de conexiones a la red para ampliar información sobre el atentado. Según datos del Observatorio Español de Internet (OEI), la búsqueda de información sobre el atentado multiplicó por ocho el tráfico de Internet en Madrid. Probablemente este hecho guarde más relación con la falta de información por parte de las autoridades españolas y la confusión creada respecto a la autoría del atentado que a cuestiones relacionadas con la calidad y veracidad informaciones de la prensa nacional.

Pero lo más llamativo de todo esto es la diferencia existente entre el tratamiento informativo otorgado al 11-M y el que se le dio posteriormente al 7-J. En el caso de los atentados de Londres el 7 de julio, se volvió a abrir el debate sobre la ética periodística en el tratamiento de las víctimas. Sin embargo, se trató de un debate que aportó nuevos elementos. El 7-J marca para mucho el día de la decadencia del periodismo oficial y el inicio de la era del periodismo cívico o espontáneo. Los atentados de Londres se caracterizaron por una sobredosis de información en la cadena global permanente de medios, dejando al público con la sensación clara de que algo grave había pasado pero, al mismo tiempo, fue un acontecimiento sin a penas imágenes, existiendo un vacío (planificado) de información visual en una tendencia informativa que se bautizó “cobertura blanca”. La televisión británica, por ejemplo, manejó con extremo cuidado el tratamiento visual de los hechos: no hubo planos cercanos de heridos o muertos ni gestos descontrolados. Lo que también sucedió en la prensa.

Según las informaciones de aquellos días, el periodismo oficial británico, encabezado por la BBC, ya había pactado con el gobierno (en la organización previa de un posible atentado) no mostrar heridos, ni muertos, ni imágenes que perturbaran a la opinión pública (VV.AA. 1984: 161). Ante esta situación los testigos directos de la tragedia fueron los que se encargaron de aportar imágenes del atentado a través de fotografías tomadas con sus teléfonos móviles. Tal fue la denominada “revolución del periodismo cívico” que la mayoría de las portadas de los principales periódicos del mundo emplearon esas imágenes captadas por ciudadanos.

Vemos, por lo tanto, que el debate suscitado en torno al 11-M por la utilización de fotografías realizadas por profesionales que mostraban toda la crudeza del atentado, no se repitió en el caso de Londres, donde las críticas se plantearon por la ausencia de información visual y textual sobre lo ocurrido. Sería dos formas de abordar la información sobre una tragedia que serían totalmente opuestas.

4. Consideraciones éticas sobre la difusión de imágenes de las víctimas del terrorismo

“En virtud del principio de generalidad que rige los mensajes informativos, no toda la realidad es difundible, ética y deontológicamente hablando” (López, 1998: 32-32) e incluso podríamos decir que técnicamente hablando tampoco, ya que la dinámica de trabajo de los medios de comunicación y su limitación en cuanto a espacios impide que todas las informaciones sean difundidas. Por lo tanto, el periodista o informador debe efectuar un continuo proceso de selección para determinar qué materias van a poner en forma de mensaje y van a difundir, qué es lo que considera importante y lo que considera prescindible. Los criterios éticos también deberían ser empleados en este punto y si tenemos en cuenta que esta selección se realiza tanto para los contenidos informativos textuales como los fotográficos, debemos hablar de una ética de la información gráfica.

Soria (1997: 213) señala que esta ética de la información gráfica se enfrenta a tres principales ámbitos de conflicto: a) La falsificación de fotografías; b) Imágenes duras y c) Los ataques al honor o a la intimidad. En el caso que nos ocupa el problema se plantea sobre todo con la crudeza de las imágenes.

Probablemente la fotografía sea el medio que más discusiones éticas ha causado acerca del tratamiento informativo del sufrimiento y del dolor, tanto entre los profesionales de la información en general, como por las respuestas de los receptores ante la publicación de determinadas imágenes. Las reacciones han sido en algunos casos incluso más frecuentes y airadas que cuando la misma imagen se había difundido en televisión. Esta polémica está muy abierta ya que se pueden encontrar opiniones contrapuestas.

Pilar Cernuda, señala que “ciertas imágenes no pueden recibir el mismo tratamiento que los delitos que prescriben después de esa fecha según la ley. Hay que aplicar otras normas, otros planteamientos, dejarse llevar por el corazón por una vez y dejar que la cabeza pierda protagonismo ante una situación que supera y rebasa los límites de lo que se pueda aguantar” (VV.AA., 2003: 80)

Sin embargo existen opiniones contrarias que señala que “La fotografía periodística carece de valor si no produce impacto. El periodismo no se hace para dejar igual al lector a la hora del desayuno. Se trata de conmover, conmocionar, hacer reflexionar. Producir indiferencia es el gran pecado que puede cometer una publicación” (González, 1994: 82)

Dos justificaciones frecuentes que sostienen los medios para seleccionar este tipo de fotografías son, por un lado, que tales noticias y tales imágenes tienen valor informativo, que el sufrimiento y el dolor forman parte de una información al igual que lo hacen otros factores, y que no publicarlos o no incluirlos en una noticia sería una omisión hacia el derecho del público a recibir información de forma completa, además de que podría conllevar falta de credibilidad hacia el medio; por otro lado, un segundo argumento, también repetido con frecuencia, es que el conocimiento de las desgracias ajenas puede contribuir tanto a advertir de la peligrosidad de ciertas actividades y a evitar que se repitan sucesos similares, como a crear un sentimiento de empatía con los dolientes que resultaría imposible de conseguir si no se informara y no se mostrara el sufrimiento y el dolor concretos.

Para que el receptor se interese en una información ésta ha de tener relevancia en su persona o comunidad. De acuerdo con ello, y también en términos globales, el dolor y el sufrimiento, dado su carácter universal y por afectar a los fines de todo hombre, son realidades que *a priori* y de forma genérica, gozan de interés informativo. Pero, al mismo tiempo, el sufrimiento y dolor experimentados en situaciones concretas son experiencias muy personales, a veces incluso íntimas, y, por lo tanto, aunque el receptor pueda estar interesado en ellas desde un punto de vista subjetivo y humano, su información no siempre pertenece al ámbito público, por lo que los miembros de la audiencia no siempre tienen derecho a exigirla. (López, 1998: 36-37)

El problema es que no siempre es fácil decidir en qué momento se pasa de lo que se podría llamar legítimo impacto al sensacionalismo. Se abre, como es natural, un abanico de soluciones. Puede ser perfectamente ético no publicar esas imágenes, pero también lo contrario: no ser ética la omisión. O puede ser perfectamente ética su publicación. (Soria, 1997: 217) Cuando se trata de atentados terroristas, este debate se complica.

Sin embargo, existe constancia que, en algunas de las imágenes publicadas en la prensa española e internacional el 11-M, la seguridad de que algunos elementos eran inadecuados o poco correctos para su publicación les llevó a “retocar” las fotos antes de su publicación (Varela, 2004).

La emisión de imágenes macabras puede llegar a ser condenable desde el punto de vista moral, pero es una realidad. Cuando se produce un atentado, normalmente todos sabemos que, más en televisión que en prensa, lo que impacta son las imágenes de ese atentado. Es evidente que éstas nunca son imágenes que puedan pasar sin herir la sensibilidad de otros, entonces sí se plantea un debate, porque las imágenes suelen ser de un dramatismo la mayoría de veces innegable. Muchos profesionales coinciden en defender la transmisión de la realidad, si el terrorismo provoca muerte, los medios de comunicación transmitirán muerte.

La idea general es que, cuando se informa sobre actos terroristas, el amarillismo y el sensacionalismo deben evitarse siempre. Ante la publicación de algunas imágenes o declaraciones hay que analizar previamente si responden al interés del público o no. Las imágenes emitidas con exclusiva

intención informativa pueden ser percibidas de distinta forma por diferentes grupos o personas, por cercanía al hecho, por ideología, por variadas razones. Esto hay que considerarlo, pero las decisiones hay que tomarlas teniendo en cuenta el interés general.

Y son precisamente los beneficiarios de ese interés general los que deben ser más críticos con la información visual que se difunde en la prensa, sin perder de vista la importancia de la misma: “ejercer la crítica y el control sobre los contenidos visuales no sólo es deseable, sino imprescindible. Pero condenar la función testimonial y movilizadora de las imágenes en la prensa supone ceder una parte importantísima del desarrollo del lenguaje visual y sus aplicaciones espectaculares y/o persuasivas” (Teixeira, 1999: 160).

Conclusiones

Después del análisis realizado podemos llegar a unas conclusiones más concretas sobre el tratamiento que recibieron las imágenes del 11-M en la prensa. Sobre este último punto, podemos incidir en el hecho de que las fotografías que ilustraron las primeras de casi toda la prensa nacional e internacional contaban con la presencia de fallecidos, la mayor parte de las veces tapados pero, en muchas ocasiones, perfectamente reconocibles.

Nos encontramos aquí ante la primera cuestión, ¿es legítima esta representación de los fallecidos o es simplemente sensacionalismo? Para contestar a esta pregunta debemos tener en cuenta una serie de factores. El primero de ellos es que el periodismo debe encargarse de transmitir la realidad y la realidad en este caso es que nos enfrentábamos al atentado más sangriento de la historia de España. En segundo lugar, el periodismo puede ejercer un papel de movilizador de las conciencias, y la mejor forma para conseguirlo es mediante la representación de la realidad más cruda. En el lado contrario, podemos alegar que esta concienciación de la sociedad puede conseguirse sin llegar a representar a los fallecidos de forma tan directa. Además, esta representación chocaría con el respeto al dolor, no tanto de las víctimas, sino de los familiares de las víctimas. Podríamos plantear que el derecho a la propia imagen debe ser ejercido por la persona incluso más allá de su propia muerte.

Lo que si está claro es que las fotografías de la prensa se han fijado en la retina de todos los españoles. Algunas de ellas debido, entre otras cosas, a su incesante repetición ya forman parte del imaginario colectivo. No podemos establecer cuales son los factores que hacen que una imagen consiga un alto nivel de reconocimiento ya que esto depende de innumerables factores. De todas formas, hay algunos aspectos de la fotografía que, usados en un sentido o en otro pueden contribuir a ello. Fundamentalmente son la utilización o no del color, de forma especial en escenas y cuerpos sangrientos; el ángulo empleado; la distancia a la que se tome; el abundamiento o no en detalles; el tamaño de la imagen (y en especial en referencia con el texto al que acompañe); el lugar que ocupa en la publicación; y el propio contenido de la fotografía y el del texto que la explique. (López, 1998: 161) En cualquier caso nos estamos moviendo en una delgada línea entre lo que es información y lo

que es sensacionalismo gráfico. Así pues, en este tipo de informaciones, el periodista ha de ser muy severo en el proceso de criba del material gráfico que se haya recogido; para eso ha de tener muy claro qué es lo que pretende con su mensaje, cuál es la finalidad de la información y cuáles las partes que se pueden ver afectadas por su difusión. Sabemos que es casi imposible predecir el impacto que va a provocar una imagen, pero podemos aproximarnos.

La coincidencia en la publicación de imágenes entre diversas cabeceras, nos hace pensar, sin tener en cuenta factores de carácter económico o empresarial que también podrían haber influido, en que existen una serie de rutinas periodísticas comunes a diversos medios de comunicación tanto a nivel nacional como internacional para la selección de las imágenes. Si vamos más allá y consideramos el hecho de que las coincidencias se produjeron más en las aquellas fotografías con un contenido más cruento, podemos empezarnos a plantear si realmente se está aplicando la máxima de “más sangre, más periódicos”.

Está claro que la tirada de los periódicos aumentó el 12 de marzo, pero no podemos creer que aumentara por el morbo de los españoles en encontrar imágenes duras sobre el atentado sino que existía una necesidad de información y análisis sobre lo que había sucedido. Si la información ya era importante ¿por qué aumentar su gravedad con imágenes de tanta crudeza?. Podemos también plantearnos ¿Si los bomberos no hubieran cubierto los cuerpos, la imagen hubiera sido publicada de igual modo?

También debemos tener en cuenta que por la inmediatez de su percepción y por el impacto que son capaces de generar, en el caso de determinadas imágenes excesivamente sobrecogedoras se puede dar el efecto inverso al deseado, es decir, que el impacto que crea en el receptor la visión de la fotografía sea tan violento o le resulte tan desagradable y de mal gusto que, o bien abandone la información, o bien quede psicológicamente bloqueado, de modo que ninguno de los dos supuestos planteados le permita la reflexión. Por esta razón no se puede justificar la difusión de este tipo de imágenes en la búsqueda de una concienciación de la sociedad porque, además de llegar a provocar un efecto inverso, produce otros efectos igualmente nocivos, en este caso de insensibilización y trivialización que se puede generar cuando las imágenes se exponen repetidamente. Entramos así en un círculo en el que cada vez hay que difundir imágenes de mayor dureza para poder llegar a la sensibilidad del público.

Pero no podemos hacer este análisis sin tener en cuenta el contexto en que nos estábamos moviendo, la televisión llevaba horas informando en directo cuando los periódicos salieron a la calle. Con la justificación del directo, en un primer momento no hubo límites para las imágenes que llegaron al público. ¿La prensa se subió entonces al carro de la televisión siguiendo su misma línea de contenidos? Parece muy probable que así fuera.

Desde un punto de vista más general, el 11-M se ha convertido en un paradigma de la colisión que a veces se produce entre la libertad de expresión y el derecho a la propia imagen y, este caso, al propio dolor. La prensa tuvo un

difícil papel como difusora de una realidad muy dura que el público quería conocer, la única pega que puede ponersele está en si era esa la forma adecuada de hacerlo. Lo que si está claro es que, en los últimos años, y amparados por la libertad de prensa, los medios han entrado en una dinámica de difusión de imágenes cargadas de violencia y crudeza que están incurriendo en una cierta “insensibilización” de los ciudadanos. No se trata de poner límites ni establecer censuras, se trata de considerar la necesidad o no de caminar en este tipo de información.

En resumen, los ciudadanos tienen todo el derecho a ser informados y a verlo con objetividad. Las víctimas del terrorismo tienen el derecho a su intimidad. Y el nexo entre todo esto es que los medios tienen la obligación de ser responsables.

BIBLIOGRAFÍA

- Abreu, C. 2004: “El análisis cualitativo de la foto de prensa”, en Revista Latina de Comunicación Social. número 57. enero-junio, 2004. La Laguna (Tenerife) En: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/20040757abreu.htm> (26-06-05)
- Agejas, J.A. (Coordinador), 2002: *Ética de la comunicación y de la información*. Barcelona: Ariel.
- Alonso Erasquin, Manuel, 1995: *Fotoperiodismo: forma y códigos*. Madrid: Síntesis.
- Alonso, M. y Matilla, L., 1990: *Imágenes en acción*. Madrid: Ediciones Akal.
- Arroyo Almaraz, Isidoro, 2000: *Ética de la imagen*. Madrid: Ediciones del Laberinto.
- Azurmendi, Ana. 2004: “Sobre el 11-m: comunicado el terror y la solidaridad” en *Sala de Prensa*. Nº 66, abril de 2004. <http://www.saladeprensa.org/art547.htm> (26-06-05)
- Baeza, J. 2001: “Invocación y modelo. Las nuevas imágenes de la prensa” en *Análisis*. número 27, 2001. Páginas 159-171.
- Baeza, J. 2001b: *Por una función crítica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Barret, T., 1990: *Critizing Photographs. An introduction to understanding image*. Estados Unidos: The Ohio State University. Mayfield Publishing Company.
- Barthes, R. 1990: *La cámara lúcida. Nota sobre la fotografía*. Barcelona: Paidós.
- Bonete, E. (editor), 2000: *Ética de la comunicación audiovisual*. Madrid: Tecnos.

- Cardeñosa, B. 2004: *11-M. Las claves de una conspiración*. Madrid: Espejo de Tinta.
- Chomsky, Noam, 2001: *11/09/2001*. Barcelona: RBA.
- Cole, Benjamin, 2000: *The new face of terrorism. Threats from weapons of mass destruction*. Nueva York: Tauris.
- Cuesta, C. 2000: *Contra el olvido. Testimonios de víctimas del terrorismo*. Madrid: Temas de Hoy.
- De Diego, Enrique. 2004: *Días de infamia, del 11-M al 14-M*. Madrid: Libroslibres.
- De Pablos Coello, J.M. 1993: *Fotoperiodismo actual*. La Laguna: Xerach.
- Deidre, K. 2003: *Europe in the Media: A comparison of reporting, representation and rhetoric in national media systems in Europe*. Londres: Lawrence Erlbaum Associates.
- Del Valle, F. 1993: "El análisis documental de la fotografía" en Cuadernos de Documentación Multimedia. número 2. junio 1993.
- Díaz Nosty, B. 2005: *El deficit mediático*. Barcelona: Bosch Comunicación.
- Dubois, Phillippe.1994: *El acto fotográfico. De la representación a la recepción*. Barcelona: Paidós.
- Edo, Concha, 2003: "Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de septiembre: la televisión y la prensa" en *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*. número 8. Madrid. p. 85.
- Freund, Gisèle. 1993: *La fotografía como documento social*. Barcelona: G. Gili.
- González Bastera, F. 1994: "Fotografía y dolor. ¿Publicar o no publicar?" en *Nuestro Tiempo*, octubre. Página 82
- Gubern, Román. 1987: *La mirada opulenta*. Barcelona: G. Gili.
- Gunaratna, Rohan, 2003: *Al Qaeda. Viaje al interior del terrorismo islamista*. Barcelona: Servidoc.
- Jenkins, Philip, 2003: *Images of terror. What we can and can't know about terrorism*. Nueva York: Aldine de Gruyter.
- Jordán Enamorado, Javier. 2002: "El islam de Occidente y el terrorismo de Al-Qaida" en *Ciencia Policial*. nº64, julio-agosto 2002. Páginas 38-57.
- Keene, Martín. 1995: *Práctica de la fotografía de prensa*. Barcelona: Paidós.

- Lens Leiva, J. 2005: "Fotografía y 11 de septiembre: la (de)construcción de una imagen a través de los medios impresos" en *Comunicación y guerra en la historia*. Pontevedra: Tórculo ediciones. Páginas 149-158.
- López, C. 1998: *Información y dolor. Una perspectiva ética*. Navarra: EUNSA.
- McMeel, A. 2001: *Photographs from major newspapers around the world*. San Petersburgo (EE.UU.): The Poynter Institute.
- Ottosen, Rune, 2004: *U.S. and the others. Global media images on "The War of Terror"*. Göteborg: Nordicom.
- Pachecho López, Iñigo, 2004: *11-M. La respuesta*. Madrid. A.C.A.D.A.P.
- Pérez del Toro, L. 1984: *La prensa de prestigio en la Comunidad Económica Europea*. Barcelona: Editorial Mitre.
- Reinares, Fernando y Elorza, Antonio (editores), 2004: *El nuevo terrorismo islamista. Del 11-S al 11-M*. Madrid: Temas de hoy.
- Rekalde, A. [et al.], 2004: *11-M. Tres días que engañaron al mundo*. Tafalla: Txalaparta.
- Rodrigo Alsina, M. 1993: *La construcción de la noticia*. Barcelona: Paidós.
- Rodrigo, M., 1991: *Los medios de comunicación ante el terrorismo*. Barcelona: Icaria.
- Rodríguez Cárcela, R. "Periodismo de catástrofes: el 11 de septiembre" en *Ámbitos*. N° 9. Diciembre, 2002. <http://www.ull.es/publicaciones/latina/ambitos/9/art.30.htm> (26-06-05)
- Rodríguez, Pepe, 2004: *11-M. Mentira de Estado*. Barcelona: Ediciones B.
- Rosón, J.J., 1984: *El caso de España, en Terrorismo y medios de comunicación*. Madrid: Ministerio del Interior.
- Sontag, S. 1981: *Ensayo sobre la fotografía*. Rio de Janeiro: Arbor.
- Soria, Carlos. 1997: *El laberinto informativo: una salida ética*. Navarra: EUNSA.
- Sousa, J. P., 2003: *Historia crítica del fotoperiodismo occidental*. Sevilla: Comunicación Social.
- Teixeira Ribeiro, L. A. 1999: "Manipulación en el fotoperiodismo: ética o estética" en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 22, octubre 1999, La Laguna (Tenerife). <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999coc/30teixeira.htm> (26-06-05)

- Teruel Rodríguez, L. 2005: "La cobertura del 11-M al 15-M en la prensa noruega: una perspectiva mediática desde el norte de Europa" en *Revista Latina de Comunicación Social*, número 60, julio-diciembre 2005. La Laguna (Tenerife). On-line: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/200521teruel.pdf> (26-06-05)
- Teruel, L. 2004: "El 11-M en la prensa europea: análisis comparado de la cobertura informativa" http://www.unav.es/fcom/cicom/pdf/g7.cobertura_teor%C3%ADa_radio_tv/laura%20teruel.pdf (26-06-05)
- Valle, F. del., 1999: *Manual de documentación fotográfica*. Madrid: Síntesis.
- Varela, J. 2004: "El dolor y la verdad de la imagen" en *Sala de Prensa*. Vol. 3. abril, 2004. On-line: <http://www.saladeprensa.org/art546.htm> (26-06-05)
- Vilches, L. 1983: *La lectura de la imagen*. Buenos Aires: Paidós.
- Vilches, L. 1993: *Teoría de la imagen periodística*. Madrid: Cátedra.
- VV.AA., 1984: *Terrorismo y medios de comunicación social*. Madrid: Ministerio del Interior. Secretaria General Técnica.
- VV.AA., 2003: *Terrorismo, víctimas y medios de comunicación*. Madrid: Fundación de Víctimas de Terrorismo.
- VV.AA., 2003: *USA. ¿Antiterrorismo o imperialismo?*. Barcelona: Temas Clave.
- Zunzunegui, S. 1989: *Pensar la imagen*. Madrid: Cátedra.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO DE LATINA EN BIBLIOGRAFÍAS:

Nombre del autor, 2006; título del texto, en Revista Latina de Comunicación Social 61, II época, de enero-diciembre de 2006, La Laguna (Tenerife), en la siguiente dirección telemática (URL):

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/200603torres.pdf>