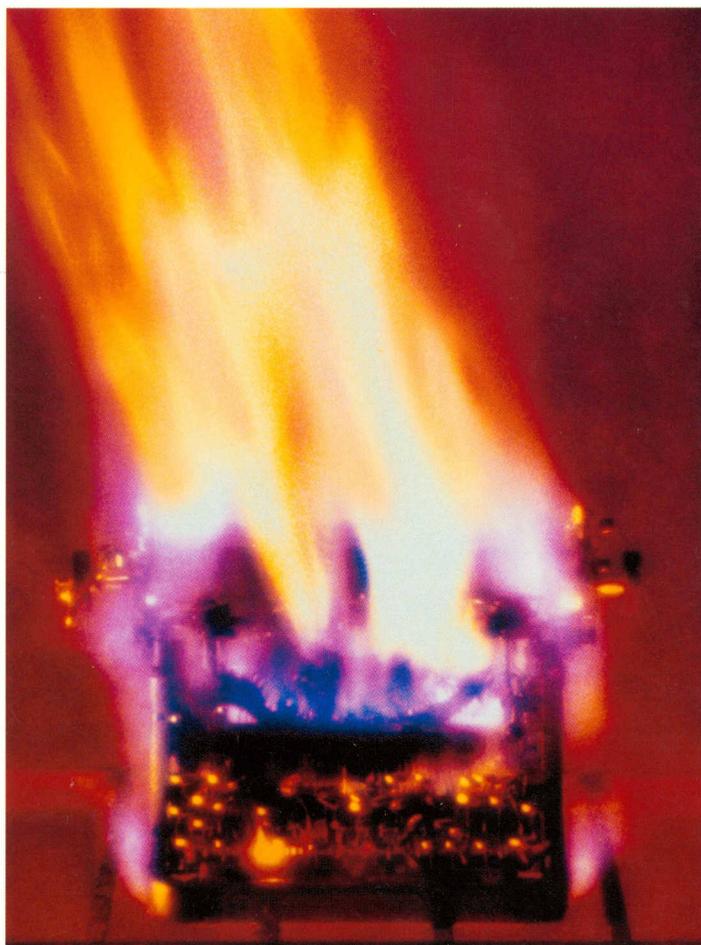


Cobertura informativa del 11-M

A. Vara • J. R. Virgili
E. Giménez • M. Díaz
(Editores)



EUNSA

ALFONSO VARA MIGUEL
JORDI RODRÍGUEZ VIRGILI
ELEA GIMÉNEZ TOLEDO
MONTSERRAT DÍAZ MÉNDEZ
(EDITORES)

COBERTURA INFORMATIVA DEL 11-M

EUNSA

EDICIONES UNIVERSIDAD DE NAVARRA, S.A.
PAMPLONA

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación, total o parcial, de esta obra sin contar con autorización escrita de los titulares del *Copyright*. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (Artículos 270 y ss. del Código Penal).

Primera edición: Septiembre 2006

© 2006. Alfonso Vara Miguel, Jordi Rodríguez Virgili,
Elea Giménez Toledo, Montserrat Díaz Méndez (Eds.)
Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA)

ISBN: 84-313-2406-6

Depósito legal: NA 2.175-2006

Tratamiento: PRETEXTO. Estafeta, 60. Pamplona

Impreso en: GRÁFICAS ALZATE, S.L. Pol. Iperregui II. Orcoyen (Navarra)

Printed in Spain – Impreso en España

Ediciones Universidad de Navarra, S.A. (EUNSA)
Plaza de los Sauces, 1 y 2. 31010 Barañáin (Navarra) - España
Teléfono: +34 948 25 68 50 - Fax: +34 948 25 68 54
e-mail: info@eunsa.es

ÍNDICE

Las sombras del periodismo español en el 11-M	11
<i>Alfonso Vara Miguel</i>	
Información, terrorismo y credibilidad de los medios. Independencia y medios de comunicación	15
<i>María Teresa Sádaba</i>	
Los cibermedios ante las catástrofes: del 11-S al 11-M	29
<i>Ramón Salaverría</i>	
Mass-Mediated Terrorism in the Age of Global Communication	47
<i>Brigitte L. Nacos</i>	
Comunicación institucional de crisis en casos de terrorismo	59
<i>Miguel Ángel López Quesada</i>	

ANÁLISIS DE LAS COBERTURAS DEL 11-M EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Agendas electorales y agendas de la prensa de referencia. La cobertura de la campaña del 2004 en los diarios de difusión estatal	73
<i>Juan Benavides / María José Canel / Nazareth Echart / Ariel Jerez Óscar Luengo / Víctor Sanpedro / Enric Saperas / Nuria Villagra</i>	
Análisis del tratamiento de los episodios de crisis en la primera página de <i>El País</i> : del 23-F al 11-M	83
<i>Jesús del Olmo Barbero / Mayte Cortés Castellanos / José Alonso Seco</i>	
La cobertura informativa de las noches electorales. Estudio comparativo de los programas «especial elecciones» en TVE, Tele 5, Antena 3 y TV3	101
<i>Arantxa Capdevila Gómez / Laia Aubia de Higes Lorena Gómez Puertas / Grupo UNICA</i>	

Prensa y terror: tratamiento informativo de la tragedia	113
<i>María del Mar Blanco Leal</i>	
Diseño para acontecimientos excepcionales: los diarios españoles ante los atentados del 11 de marzo	131
<i>Ángel J. Castaños</i>	
La ética en las reconstrucciones visuales: análisis de los gráficos impresos y multimedia del 11-M	147
<i>Marita Otero / Xaquín González</i>	
La cobertura del 11-M en la prensa diaria de Galicia	165
<i>Luis Álvarez Pousa / José Villanueva Rey / Óscar Reboiras Loureiro / Tareixa Barberena Fernández / Montserrat Pernas Bellas / Óscar Curros Moure</i>	
La confección de portadas en el 11-M: la responsabilidad social de la prensa nacional en tiempos de crisis	181
<i>Jaime Alonso Ruiz</i>	
Representación y discurso en la crisis informativa del 11-S y 11-M	193
<i>M.^a Guillermina Franco Álvarez / M.^a Luisa Sánchez Calero</i>	
Agendas electorales y televisivas. La cobertura de la campaña de marzo de 2004 en las televisiones públicas y privadas	207
<i>Victor Sampedro / Óscar Luengo / Ariel Jerez / Enric Saperas</i>	
<i>Juan Benavides / María José Canel / Nazareth Echart / Nuria Villagra</i>	
Del 11-M al 14-M: Tratamiento informativo comparado de TVE	225
<i>Rafael Durán Muñoz</i>	
El 11-M en la prensa europea: análisis comparado de la cobertura informativa ..	239
<i>Laura Teruel Rodríguez</i>	
El 11-M y el 14-M en la prensa de referencia anglosajona (EE.UU. y Reino Unido)	255
<i>Victor Sampedro Blanco / Raquel Rodríguez</i>	
<i>José M.^a García de Madariaga / Fernando Tucho</i>	
Amenazas y consensos. La cobertura del 11-M y del 14-M en la prensa de referencia francesa y alemana	275
<i>Manuel Martínez Nicolás / María Luisa Humanes / Pablo Francescutti</i>	
«Las reacciones no se han hecho esperar...». Dinámicas viciadas del periodismo radiofónico y sus consecuencias a raíz del 11-M	291
<i>Toni Sellas</i>	

Aplicación del método narratológico en el análisis de los informativos televisivos del 11-M: una propuesta	307
<i>Teresa Nozal Nantarero</i>	
Del 11-S al 11-M, y del 14-M al 2-N: Tres narrativas comunicativas frente a la escalada bélica terrorista: ¿Maximalismo concordista, minimalismo proporcionalista o respuesta mediática global?	319
<i>Carlos Ortiz de Landázuri</i>	
Del narcisismo mediático	329
<i>Pilar Carrera / Myriam Redondo</i>	
El tratamiento de la publicidad en los medios impresos del 12-M al 14-M	337
<i>María Miralles / Esther Martínez Pastor</i>	
11-M-11-S: la influencia sobre las tendencias sociales y su posterior reflejo en los contenidos de las películas publicitarias	353
<i>Jorge del Río Pérez</i>	

LAS SOMBRAS DEL PERIODISMO ESPAÑOL EN EL 11-M

Alfonso Vara Miguel
Universidad de Navarra

El 11-M marcó un hito en la historia del periodismo español. Cuando han pasado más de dos años desde los salvajes atentados de aquella trágica jornada, sigue viva la percepción de que los profesionales de la información pudieron desempeñar su labor informativa con un mayor grado de rigor y profesionalidad durante los cuatro días que transcurrieron entre el atentado hasta la celebración de las elecciones generales. Algunas de las acusaciones que se siguen haciendo a la prensa española son la manipulación informativa, el sectarismo editorial y la ocultación o invención de datos. No menos cierto es que la excepcionalidad del suceso puso a prueba la capacidad de reacción y la madurez de los periodistas españoles. Algunos estudios que se han ido publicando en estos años parecen demostrar que en muchos casos no se estuvo a la altura de las circunstancias, tanto en el tratamiento informativo de la tragedia, como en la neutralidad, objetividad y pluralismo exigibles deontológica y legalmente ante unas elecciones generales. También han sido recurrentes las críticas a la utilización política de la tragedia como estrategia comunicativa electoral de los dos principales partidos políticos con representación en el Parlamento español.

La cobertura del atentado exigía combinar el derecho de los ciudadanos a recibir una información veraz y contrastada de un hecho de gran trascendencia pública, con el profundo respeto a la intimidad de las víctimas y de sus familiares. El 11 de marzo demandaba compaginar la urgencia informativa con el derecho irrenunciable de las víctimas a preservar su dolor y un mínimo de prudencia —sí conseguido en los sucesivos aniversarios de la tragedia— desaconsejaba publicar o emitir primeros planos de cadáveres o heridos, escapar de la espectacularización y huir del dramatismo desproporcionado. Sin embargo, un análisis en profundidad de la cobertura informativa muestra que no fueron po-

cos los medios de comunicación que difundieron imágenes de las víctimas del atentado o que llevaron al extremo la narración de una situación suficiente dramática.

La objetividad y la neutralidad invitaban a los medios de comunicación a extremar las cautelas para no publicar rumores o noticias no suficientemente contrastadas, con el objetivo de evitar la especulación respecto a la autoría de los crímenes. La relevancia de unas elecciones generales y el mínimo respeto a los principios que rigen una democracia exigía de los medios prescindir de cualquier tipo de información poco fiable o intencionada que pudiera provocar un efecto movilizador en la opinión pública a favor o en contra de determinados partidos políticos, especialmente en la jornada de reflexión previa a las votaciones. Un análisis a posteriori de los hechos demuestra que hubiera sido deseable una mayor dosis de pluralismo y prudencia a la hora de publicar informaciones sin contrastar que, como se ha demostrado posteriormente, generaron una corriente de opinión favorable a un determinado partido político.

LA ESTRATEGIA COMUNICATIVA DE LOS PARTIDOS

Con el fin de preservar la opinión del ciudadano y evitar persuadirle a favor o en contra de una determinada fuerza política, la ley establece una serie de limitaciones a la aparición de políticos durante la jornada de reflexión. Durante la crisis del 11-M se produce una circunstancia excepcional, toda vez que el fin de campaña se adelanta al jueves, fecha en la que todos los partidos deciden suspender sus actividades electorales. Generalmente, ese día los políticos suelen aparecer en los medios exclusivamente para animar a la gente a votar. Sin embargo, el análisis de las estrategias comunicativas de los diferentes partidos muestra cierta utilización política de la tragedia con el fin de inclinar la balanza electoral hacia un lado u otro.

Por un lado, la oposición criticaba la ocultación intencionada de información por parte del gobierno. Por otro, éste se limitaba a defenderse de las acusaciones, perdiendo la iniciativa y sembrando aún más dudas entre el electorado. La línea que separa la libertad de expresión y la prohibición de hacer propaganda durante ese día saltó por los aires, y se hizo mucho más evidente con las concentraciones ante las sedes del Partido Popular. La regla del silencio que tradicionalmente respetan los políticos durante la jornada de reflexión y la votación es incumplida por los líderes políticos: Rajoy aparece en los medios para denunciar la persecución que estaban sufriendo sus sedes y electores; y

Rubalcaba responde acusando duramente al gobierno de mentir. Lo nunca visto en una jornada electoral en la historia reciente de la democracia española.

Al margen de los efectos que provocó la convocatoria ante las sedes del Partido Popular en la actuación de los líderes políticos, desde el punto de vista de la comunicación es destacable la utilización de una nueva vía de comunicación –los mensajes entre móviles o SMS– como forma de movilización política y social. Al parecer, el mensaje nace como iniciativa espontánea de un individuo, pero el debate surge respecto a la cobertura que determinados medios hacen de esas manifestaciones. Tal y como critica el Consejo Audiovisual de Cataluña¹, todo parece indicar que existió una atención desproporcionada –bien por exceso, bien por defecto–, de las concentraciones de protesta en las horas previas a la votación. Nunca quedará claro si el efecto masivo de las movilizaciones fue consecuencia del envío del sms o del eco que determinados medios dieron a la convocatoria. En este caso, los límites entre informar de un hecho y alentarlo –en plena jornada de reflexión– no quedaron nítidamente separados.

DEMASIADAS PREGUNTAS, ALGUNAS RESPUESTAS

Todas las cuestiones anteriormente esbozadas y otras no menos importantes como las consecuencias del alineamiento político de los medios o la cobertura de la crisis por los corresponsales extranjeros, fueron debatidas en el XIX Congreso Internacional de Comunicación celebrado en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra durante los días 11 y 12 de noviembre de 2004. Este volumen, junto con las actas del Congreso, aglutina las aportaciones presentadas durante esos días por más de un centenar de académicos y profesionales de la información. Dado el número de comunicaciones, los editores hemos decidido dividir todas las aportaciones en dos volúmenes. El primero gira en torno a cuatro puntos muy concretos: la relación entre información y terrorismo, el rol movilizador de los medios de comunicación (centrándose especialmente en los nuevos soportes y canales de comunicación como Internet o los teléfonos móviles), los problemas de la comunicación institucional en problemas de crisis, y el tratamiento informativo del dolor.

1. Consideracions del Consell de l'Audiovisual de Catalunya sobre el tractament televisiu de l'atemptat de Madrid del 11 de març de 2004 i del esdeveniments posteriors fins les elec-

Por otro lado, se ha optado por concentrar en un único volumen todas las comunicaciones que analizaban de alguna forma la cobertura informativa del 11-M al 14-M, así como las ponencias que se presentaron al congreso. En estas últimas, el lector podrá encontrar serias reflexiones acerca de la independencia de los medios de comunicación, el papel desempeñado por los cibermedios ante las catástrofes y su evolución en los últimos años, la importancia de la comunicación en la era del terrorismo global, o una recomendación acerca de cómo mejorar la comunicación de las instituciones en casos de crisis terroristas.

Por lo que se refiere a las comunicaciones, esta obra presente el análisis de las coberturas desde diferentes perspectivas: abundan los análisis de contenido de la prensa generalista de ámbito nacional —muy especialmente se analizan *El País*, *ABC* y *El Mundo*— pero también regional —la prensa gallega— o internacional —análisis en la prensa europea, anglosajona, o más específica, en la francesa y alemana—. También se presentan varios estudios de la cobertura realizada por las diferentes televisiones españolas durante esos días, bien centrados en la noche electoral, bien en toda la campaña electoral. El análisis del diseño gráfico también se hace presente en un par de comunicaciones, así como la influencia que tuvo el atentado en la publicidad emitida durante esos días en los medios de comunicación españoles.

Posiblemente no todo lo que se incluye en estos volúmenes será del gusto o interés del lector. Sin embargo, se puede afirmar que posiblemente es la recopilación de estudios más amplia y completa que se ha publicado sobre el 11M, no sólo por la variedad de autores, sino por la diversidad de perspectivas y enfoques. Con ello, se quiere invitar a académicos y profesionales a reflexión sobre el quehacer periodístico, en un intento de contribuir a la mejora de la profesión en nuestro país. Evidentemente no se responden a todas las preguntas que quedan en el aire respecto al comportamiento de los medios durante aquellos días. Son demasiadas preguntas y aquí tan sólo se ofrecen algunas respuestas, no necesariamente compartidas por los editores de la obra. En cualquier caso, los editores quieren agradecer el esfuerzo, la honestidad intelectual y la paciencia demostrada por todos los autores para que su trabajo vea por fin la luz.