

Crónica de los hechos y patriotismo: El contenido de las revistas estadounidenses sobre los atentados del 11 de septiembre

Por Rodolfo Vidal

Visiting Assistant Professor en la Miami University, Oxford, Ohio.

Artículo Resumen

To the memory of all victims of the terrorist attacks who lost their lives in The World Trade Center, the Pentagon and Pennsylvania on September 11, 2001

Resumen: Los ataques terroristas del 11 de septiembre de 2001 se han considerado como un nuevo paso en la historia de la comunicación, debido a la reacción y la manera en que informaron sobre el caso los medios en todo el mundo. Este trabajo muestra el resultado de un estudio de las 20 revistas más importantes de los EE UU cuyo contenido estaba dedicado íntegramente (o casi) a este asunto. Entre las conclusiones más importantes destaca la imagen fotográfica como medio informativo en estas revistas, así como la carencia de contenidos de opinión debido a la rapidez con que aparecieron estas publicaciones. Por otra parte, el género más importante es el de crónica, que sirve como vehículo para explicar los hechos.

Abstract: The terrorist attacks of September 11 of 2001 have been described as a new chapter in the History of mass communications, due to the manner in which the mass media covered the issue and their reactions. This paper shows the result of an analysis of the 20 most important magazines in the United States, in which their contents were dedicated completely (or almost) to this issue. Among the most important conclusions is the importance of photographic images as an informative medium in these magazines; as well as the lack of personal opinion found in their pages due to the quickness in which they were published. However, the most important genre is still that of the chronicle, which serves as a vehicle to explain the facts.

1. Introducción

Los ataques terroristas del 11 de septiembre que provocaron el derrumbamiento de las Torres Gemelas del World Trade Center en Nueva York; así como el avión que produjo numerosos desperfectos en el Pentágono y, finalmente, el avión destruido en Pensylvania, produjeron una reacción en los medios de comunicación que conviene estudiar y analizar. La razón es que estos acontecimientos en conjunto

han sido considerados por los analistas políticos y medios de comunicación como el mayor acto terrorista de la Historia. Estamos ante un paso nuevo en la historia de la comunicación, tanto audiovisual, electrónica como prensa escrita, debido a la inmensa cobertura de los acontecimientos y la manera en que ésta se realizó en los mass media. Precisamente, este trabajo es el fruto de un estudio detallado de las revistas informativas publicadas en los Estados Unidos entre el 11 y el 23 de septiembre de 2001, dedicadas de manera extraordinaria a estos actos en su totalidad o en la mayor parte de sus contenidos. Ese es, pues, el universo estudiado. Lo que hemos realizado es un estudio de los contenidos y la forma, para explicar cuáles fueron los mensajes que se emitieron, cómo y por qué tuvieron su relevancia en estas publicaciones. Un dato curioso es que a pesar de que los historiadores de la comunicación hayan considerado que las revistas fueron el primer tipo de medio que se especializó (Rodman, 2001: 103), hemos observado que tras los hechos del 11 de septiembre los contenidos de muchas de ellas compartían una agenda informativa común, a pesar de que habitualmente incluyeran temas específicos diferentes al resto de publicaciones. Probablemente una de las razones sea el efecto sorpresa que produjo la catástrofe junto a su relevancia política y social, por lo que no pudo diseñarse un plan de respuesta ante la crisis. Esa labor la hubieran realizado los medios de comunicación si las circunstancias hubieran sido distintas (Fearn-Banks, 2002: 22). La muestra estudiada coincide con los semanarios más importantes del país (según el American Journalism Review y Campbell, 2000: 303), cuyos contenidos estaban dedicados a este asunto; así como las revistas especiales que sirvieron en cierto modo de crónica de los hechos (que por cierto, se han convertido en piezas conmemorativas y de coleccionismo, como se descubre al comprobar los precios que han alcanzado posteriormente a su publicación en portales de Internet dedicados a la compra-venta de todo tipo de artículos así como subastas -ebay.com, por ejemplo-). La muestra analizada es de 20 revistas que hemos dividido en tres clases:

a. Clase 1 está compuesta por las diez revistas habituales en los quioscos y librerías norteamericanas cuyos contenidos estaban dedicados en su totalidad a este tema, de manera extraordinaria.

b. Clase 2 la forman cinco revistas habituales cuyos contenidos tratan acerca de los ataques del 11 de septiembre, aunque incluyen en sus páginas otros diferentes (contenidos que al ser ajenos a nuestro objeto de estudio, no hemos analizado o comparado con el resto).

c. Clase 3 está formada por las cinco revistas exclusivas, conmemorativas y extras que aparecieron la semana posterior a los hechos acerca de lo ocurrido el 11 de septiembre.

El método que hemos desarrollado para estudiar estas revistas consiste en dividir las partes de estudio: la primera página, la última y las páginas interiores. Cada una de estas partes se ha estudiado en cada caso atendiendo a una subdivisión consistente en contenidos fotográficos y contenidos verbales (titulares de primera página y de sección, textos periodísticos, citas actuales e históricas). Se han estudiado también los personajes reales (personas y grupos

protagonistas de cada fotografía y artículo); las localizaciones geográficas o lugares físicos a los que se refieren; los temas y las ideas más importantes de que tratan, así como el tamaño de cada artículo¹.

2. Análisis de los resultados

2.1. Forma y formato de la muestra

El cuadro 1 nos enseña detalladamente cuál es la muestra que hemos empleado para realizar este estudio. Asimismo, agrupamos las diferentes revistas en tres clases. En las páginas siguientes nos referiremos a cada grupo de revistas según su pertenencia a la clase 1, 2 ó 3. El primer dato que llama la atención es que la clase 1 está formada por el 50% de las revistas analizadas, 10. La razón es que este tipo abundaba más que el resto en los puntos de venta de prensa durante la semana en que ocurrieron los atentados y la siguiente (entre el 11 y el 23 de septiembre). Además, conviene destacar que hay varias revistas de aparición semanal cuyos contenidos estaban totalmente dedicados al caso y aparecieron publicadas varias veces durante el periodo estudiado. Se trata de Newsweek, TIME, U.S News & World Report y People Weekly. Entre las revistas de la clase 2 hay una especial: Rolling Stone, cuyos contenidos habitualmente están vinculados a las novedades musicales y culturales del país, pero aquellos días se convirtió prácticamente en un monográfico sobre los ataques terroristas. La clase 3 está compuesta por las 5 revistas especiales publicadas entonces. Un dato importante es que en su mancheta nos encontramos "America" y "New York", así como referencias a los ataques y los atentados terroristas. Por otra parte, destacamos el dato de la fecha que aparece en las portadas. En algunos casos se trata de la fecha de salida y en otros la de "caducidad" o cuando se retiran del mercado (Newsweek -Special Report-, Newsweek -Commemorative Issue-, TIME -24 de septiembre-, U.S. News & World Report -Under Siege-, People Weekly, US Weekly, The Newyorker, The National Enquirer y Rolling Stone).

La siguiente columna está dedicada al formato en centímetros de las revistas. Se percibe cierta similitud en toda la muestra, excepto en dos casos: dos revistas habituales de medidas superiores al estándar americano: el tabloide de venta en supermercados The National Enquirer y Rolling Stone. Además, nos encontramos con el número exacto de artículos (independientemente de su género y extensión). Nótese que en la clase 2 se incluye la referencia al número total de artículos dedicados a los ataques, pues hay otros contenidos que no tienen que ver con el tema. Hay revistas sobre las que no se mencionan otros asuntos (clases 1 y 3). Eso es debido a que están dedicadas en su totalidad a los atentados terroristas.

2.2. Primera Página

En este apartado se consideran los resultados totales, sin diferenciar los datos en cada clase de revista. Como podemos ver, los protagonistas absolutos (cuadro 2) son los bomberos, convertidos en héroes nacionales por los medios de comunicación como reconocimiento a la labor que realizaron desde los primeros minutos de la tragedia en el World Trade Center, por su vocación y el comportamiento modélico y ejemplar para el resto de los norteamericanos. Este dato cuenta con más de 6 puntos de diferencia sobre los siguientes protagonistas fotografiados: la Policía. Se trata de imágenes que recogen cuál fue su papel durante los ataques e inmediatamente después de la tragedia. George W. Bush aparece en cuatro portadas. En tres de ellas se trata de una foto pequeña (3x2.5 Cms.). En un caso (TIME –Special Issue) aparece a toda página. El presidente es el único representante del poder político estadounidense en portada, debido a su importancia y su papel unificador de la nación en este momento histórico primordial. Dos de las fotografías recogen su visita al lugar de los hechos en Nueva York. Otra, su discurso dirigido a la población ante las cámaras de televisión aquella noche del 11 de septiembre y otra atendiendo a la ceremonia religiosa (oficiada el 16 de septiembre en la Catedral Nacional, en Washington D.C) en que se hizo un homenaje a las víctimas. Con la misma frecuencia en fotos de portada aparece Osama Bin Laden. Nos encontramos así con los dos antagonistas cuya presencia en primera página les enfrenta con igual dedicación. También hay imágenes de la población: sus reacciones, el luto nacional. Luego, la labor de las celebridades en su papel de colaboradores para obtener fondos de ayuda a las víctimas, la Cruz Roja y los Bomberos. La razón por la que este dato es relevante se debe a la presencia de actores, cantantes, artistas y deportistas, que son el centro de atención de varias de las revistas de la muestra. Se trata de publicaciones cuyos contenidos son fundamentalmente sociales y de entretenimiento, alejadas de los temas políticos. Nos referimos a U.S Weekly, People Weekly, Entertainment Weekly, National Enquirer y Rolling Stone. Nos encontramos, pues, con numerosos protagonistas que aunque proceden de campos y ámbitos culturales distintos, incluso dispares, ante una situación de crisis (como la aquí estudiada) se unen con un objetivo común, fundamentalmente social (Neuliep, 2000: 341).

El cuadro 3 destaca los lugares geográficos y localizaciones más importantes en primera página. Las fotografías recogen sobre todo los ataques a las Torres Gemelas y sus ruinas. Una portada recoge una secuencia fotográfica del segundo avión acercándose y chocando con la segunda torre (Newsweek –Special Report-). La mayor parte de las fotografías de portada muestran las torres en llamas o derrumbándose. Otro protagonista, como vemos, es Nueva York. El Pentágono tiene menor presencia, como se desprende al observar el cuadro. Este dato resulta curioso, debido a que este edificio constituye una institución de gran importancia política y militar para los Estados Unidos. La gran presencia de fotos del World Trade Center y Nueva York nos demuestran la preocupación de estos medios escritos por las víctimas humanas, los ciudadanos e inocentes habitantes del país, objeto de la masacre terrorista. Se trata pues de un contenido fundamentalmente social más que político.

Los temas más frecuentes en las fotografías de primera página (cuadro 4) son, sobre todo, el patriotismo, que coincide con el mensaje general en el interior de las revistas. Bajo este concepto hemos incluido todos los mensajes emitidos a los lectores que pretenden crear un sentimiento unificador y pro-americano en términos generales (cuya antítesis, en este caso sería el terrorismo y todo aquel que apoye esa actitud): nos referimos a expresiones como America, American people, Our culture, fundamentalmente. Descubrimos, además, un mensaje

patriota no verbal: tanto en las fotos como símbolos e iconos con la bandera del país o los tres colores de ésta, incluso en los titulares (como la revista TIME – Special Issue- cuyas letras de mancheta son, respectivamente, rojo, azul, blanco y negro, que sugiere el luto nacional que se explicará en las páginas interiores). También vemos a continuación la importancia de fotografías sobre el ataque mismo que sirve de crónica de los hechos. Su presencia será más intensa en el interior de las revistas. Además, gestos de solidaridad (no sólo por parte de las celebridades, sino todo tipo de voluntarios que ayudan y socorren a los heridos); luego el duelo y luto por las víctimas (imágenes de celebraciones religiosas en templos o multitudes, de noche, en la calle con velas encendidas y vestimenta oscura en muchos casos). También recogemos la importancia de los héroes en un sentido amplio (así es como los medios de comunicación consideraron a los bomberos, fundamentalmente; a los policías y a todos aquéllos que perdieron la vida por salvar a otros en los atentados). Las imágenes del ejército y miembros del poder militar en aeropuertos, calles y edificios del país implican la presencia de la “defensa” como un elemento más a tener en cuenta (en este caso, este tipo de imágenes ocupan el 5.89 %). Por último, la recuperación: imágenes fotográficas que recogen la limpieza de ground zero (el lugar de los hechos) y el Pentágono fundamentalmente o la vuelta a la rutina diaria en lugares como Nueva York o Washington D.C.

Los titulares (cuadro 5) recogen sobre todo una preocupación por la población estadounidense, como víctimas de las acciones injustas y cobardes: America Digs in and Digs out, The Challenge to our Culture, America Unites Under Terrorist Attacks. También nos referimos a titulares en que se incluyen palabras como we, us, newyorkers, families. Como contrapunto, el Terrorismo es el siguiente protagonista en titulares: Terrorism Comes to Our Shores, por ejemplo. Las víctimas también tienen una presencia notable (fallecidos, heridos y neoyorquinos que trabajaban en el World Trade Center) debido a las reacciones que el ataque produjo en el país. Osama Bin Laden está presente en titulares de primera página. Sobre todo destaca uno de la revista Attack on America que anuncia: Free Poster: American Flag and America’s Most Wanted: Osama Bin Laden.

Las localizaciones de titulares (cuadro 6) son: América en general (EE UU), que es el receptor a quien se dirigen estas revistas además de ser el objeto de los ataques (God Bless America, The Spirit of America, The Day That Shook America). También destaca el World Trade Center por la importancia del tratamiento informativo en forma de crónica (Sneak Attack: World Trade Center and Pentagon Devastated; World Trade Center Destroyed!). Las ideas y temas más importantes son las recogidas en el cuadro 7, que obviamente son el ataque mismo (America Under Attack), mensajes de connotación patriota (Standing Strong), la defensa del país (How We’ll Assassinate Bin Laden), la solidaridad (Entertainers who Pitched in the money and more. How Hollywood helped) y el dolor y luto por las víctimas (President’s private pain and public courage).

2.3. Última Página

Los grandes protagonistas en las fotos de última página son los bomberos de Nueva York que acudieron al World Trade Center durante el atentado, así como sus

labores de rescate y la labor heroica que realizaron nada más conocer la noticia. Estos protagonistas se encuentran fundamentalmente donde ocurrieron los hechos (cuadro 9): así vemos las ruinas y el ataque mismo al World Trade Center (juntos forman el 60%), y como protagonista más general, Nueva York (20%), con el Pentágono de igual presencia en el que vemos, por ejemplo, a oficiales, bomberos y policías desplegando una bandera americana gigante desde el tejado del edificio.

Estas revistas terminan recopilando los temas más importantes que sirven como colofón o de punto y final que suelen coincidir con la síntesis de lo visto y leído en las páginas interiores: una vez más, mensajes patriotas, referencias a los héroes nacionales (refiriéndose de nuevo al cuerpo de bomberos de Nueva York), labores de solidaridad, el ataque mismo, el luto mostrado a las víctimas, además de una visión hacia el futuro: la recuperación.

2.4. Contenidos internos

En el cuadro 11 se recoge la importante presencia de las fotografías en el interior de las revistas. El espacio que ocupan de media en esta muestra es del 42.5%: prácticamente la mitad de los ejemplares es información visual, más que de texto. Obviamente las revistas de la clase 3, especiales, incluyen más páginas con fotos. La razón probablemente sea que la rapidez con que aparecieron estos números dio poco tiempo al análisis verbal de los acontecimientos; por lo que descubrimos que un 60.9% de su volumen describe los ataques con fotografías. El otro tipo de revistas extra (clase 1) cuenta con más del 50% de imágenes, por la misma razón. Con gran diferencia se encuentra el 16% de revistas en la clase 2, debido a que incluyen, además de contenidos sobre los ataques, otros diferentes.

Los personajes de mayor relevancia en las fotos de interior son, una vez más, los bomberos de Nueva York (17.9%). Como podemos comprobar (cuadro 12) son los grandes protagonistas en las tres clases de revistas. Los actores de Hollywood son los siguientes, debido a su importancia en la clase 2 (revistas que incluyen temas más sociales que políticos, sobre todo Rolling Stone, The National Enquirer, de habitual talante amarillista, y Entertainment Weekly). Como vemos, en las revistas de la clase 3, las celebridades no tienen una presencia tan relevante.

También en el interior, las fotos se localizan (cuadro 13) en las ruinas del World Trade Center durante el ataque y Nueva York. Pasamos de localizaciones concretas a casos más generales a medida que analizamos la tabla. Los temas con mayor presencia en estas fotos (cuadro 14) son los atentados mismos, el heroísmo de aquellos que ofrecieron su vida para ayudar a las víctimas y heridos; el luto nacional e internacional y la petición de ayuda así como muestras de solidaridad y las primeras reacciones que se produjeron (reacciones de la población, la prensa, políticos nacionales y extranjeros, fundamentalmente).

El número medio de artículos, independientemente de su género es de 10.6 por revista (cuadro 15). Debido a que las de clase 2 también cubren otros temas ajenos a los atentados, sólo hay una media de 8 artículos sobre este asunto. La razón por la que las revistas especiales o exclusivas (clase 3) cuentan con una media inferior, es porque tienen una mayor cantidad de contenidos visuales y fotográficos que verbales o textuales. La sección más importante (cuadro 16) es sociedad nacional, sobre todo en las revistas de la clase 1. En estas noticias se recogen las reacciones y noticias sobre la población de los EE UU. Percibimos que esta sección es más importante que la de política nacional, aunque en la clase 3 tenga mayor relevancia la visión política que los temas sociales. Las secciones de menor relevancia son editorial y opinión: a los editores les interesaba más contar lo sucedido e interpretarlo que opinar sobre ello, especialmente de forma tan temprana (debido a que las revistas aparecieron publicadas justo después de los ataques, sin apenas tiempo para reflexionar y digerir lo sucedido).

También hay que destacar que los protagonistas personales son fundamentalmente (cuadro 17), las víctimas del World Trade Center, el Pentágono y los aviones secuestrados (los que colisionaron contra las torres, el Pentágono y el que fue destruido en Pennsylvania). También debemos destacar que el protagonismo en las páginas interiores es más importante en los casos generales (la población estadounidense, neoyorquinos, celebridades, enemigos e instituciones) y pasa a casos cada vez más concretos (bomberos, voluntarios, unidades médicas, líderes extranjeros, George W. Bush. Luego, el gran enemigo, Osama Bin Laden y, finalmente, la Policía. Esta misma circunstancia se repite en las zonas geográficas más cubiertas por estos artículos (cuadro 18), pues volvemos a encontrarnos con un protagonista muy general (Estados Unidos) y descendemos a casos más particulares: Nueva York, Hollywood (debido únicamente a la importancia que tiene en las revistas de clase 2, como ya hemos explicado), el World Trade Center durante el ataque, los aviones, las ruinas de las torres y el Pentágono.

Los temas que nos vamos a encontrar en el interior de estas publicaciones (cuadro 19) son fundamentalmente las primeras reacciones que provocaron los ataques en un sentido amplio: reacciones de las víctimas que sobrevivieron, los bomberos, testigos, neoyorquinos, la población estadounidense y los líderes nacionales así como extranjeros. El ataque mismo es el segundo tema más tratado, seguido por la defensa del país, la cobertura de cómo muchos ayudaron a rescatar a las víctimas, la petición de solidaridad, y también de manera importante, el heroísmo (referido al cuerpo de bomberos), mensajes patriotas (como hemos explicado previamente), y el luto nacional. Descubrimos, pues, numerosos valores y sentimientos que de algún modo los medios de comunicación proponen y pretenden contagiar a los receptores, al igual que ocurre generalmente en más ocasiones de las que somos conscientes (Alexander y Hanson, 2001: 3).

3. Conclusiones

La primera idea que llama la atención, tras el estudio detallado de esta muestra, es que debido a las circunstancias extraordinarias en que aparecieron estas publicaciones hay una carga informativa de tipo no verbal bastante mayor que

verbal. Al mencionar "circunstancias extraordinarias" nos referimos no sólo a la catástrofe misma que ocurrió en tres puntos diferentes de los Estados Unidos en una sola mañana; sino fundamentalmente a la rapidez con que la prensa semanal escrita salió a la venta. Estos contenidos son fundamentalmente fotografías, iconos y símbolos (como la bandera de los Estados Unidos), además del uso de los colores patrióticos y nacionales a lo largo y ancho de estas revistas: el rojo, azul y blanco destacan sobre el resto de la gama cromática en las imágenes (así como titulares, manchetas y textos). El empleo de las imágenes en todas estas páginas es sobre todo descriptivo. Son el testigo de todo lo sucedido en Nueva York, el Pentágono y Pennsylvania.

Como las revistas no pueden competir en su labor informativa con medios más rápidos e inmediatos como los audiovisuales y electrónicos, descubrimos que la función que cumplieron tras el 11 de Septiembre va más allá de lo meramente informativo. Al mismo tiempo eran una invitación para reflexionar sobre los hechos, además de un vehículo de unión nacional. Esta labor, curiosamente, se realiza mediante el empleo de métodos propiamente persuasivos que se utilizan en publicidad y propaganda: con determinados elementos no verbales y al mismo tiempo no racionales que evocan sentimientos, fundamentalmente. De ahí que la presencia de textos informativos, explicativos o de opinión sea mucho menor que la de las fotografías.

Otro tipo de mensaje que se descubre en las páginas de la muestra es el dolor y luto por las víctimas humanas. Estas revistas realizan al mismo tiempo un homenaje a todos aquellos que perdieron la vida o la sacrificaron para salvar a los demás (bomberos y policías, fundamentalmente). De ese modo, percibimos que estas revistas norteamericanas contribuyeron a la creación de una corriente de opinión nacional unánime consistente en considerar a los bomberos neoyorquinos como héroes nacionales, tal y como hemos explicado previamente. A esta corriente de opinión no sólo contribuyen estas revistas. También lo hicieron la prensa diaria y fundamentalmente la televisión e Internet. El bombero de Nueva York se convierte en el modelo de ciudadano estadounidense: alguien que es capaz de dar la vida por sus conciudadanos, que se sacrifica por su nación, realizando una labor voluntaria de patriotismo al mismo tiempo.

El tratamiento informativo, como hemos visto, es sobre todo social y político, en ese orden. Interesa el acercamiento a los hombres y mujeres que sufrieron los hechos del 11 de septiembre, tanto víctimas directas como supervivientes o víctimas no tan inmediatas como la población en general. Una vez que se muestra la crónica de interés humano y social, pasamos al análisis político de lo sucedido. Las connotaciones en este sentido son de implicación y presencia secundaria en las publicaciones inmediatamente posteriores a los actos terroristas, aunque fueron tomando un calibre mayor en los medios de comunicación a medida que pasaban los días y las semanas.

Estos medios que hemos analizado y cuyos resultados hemos mostrado en estas páginas tuvieron una forma y contenido en cierto modo similares al resto de medios de comunicación escritos, audiovisuales y electrónicos en los Estados Unidos,

durante e inmediatamente después a los ataques. Los mass media se centraron sobre todo en mostrar imágenes de lo que estaba sucediendo o acababa de ocurrir, para posteriormente pasar a las reacciones de los hechos y, finalmente, analizar todo lo sucedido y opinar sobre ello, para preparar una reacción social y sobre todo política, consistente en la lucha contra el terrorismo en el mundo.

Por último, concluir que estas revistas son una muestra más de lo que podríamos considerar una tendencia actual: los medios de prensa escrita en general, y sobre todo las revistas en particular, se están convirtiendo cada vez más en emisores de contenidos visuales que de mensajes escritos. Una tendencia que se acentúa sobre todo en ocasiones extraordinarias e inesperadas como los acontecimientos aquí reflejados.

Notas

1. Como se podrá apreciar, hemos estudiado, en primer lugar, los casos particulares (personas físicas). Posteriormente hemos analizado el contexto al que pertenecen (localizaciones) y finalmente cuáles son las ideas y temas que se tratan en los artículos que de algún modo protagonizan.
2. En esta columna se refleja el número medio de páginas que ocupa cada artículo dedicado a los atentados terroristas.

Referencias Bibliográficas

Alexander, A. y Hanson, J. (2001): *Taking Sides. Cashing Views on Controversial Issues in Mass Media and Society*. Guildford: McGraw-Hill/Dushkin.

Campbell, R. (2000): *Media and Culture. An Introduction to Mass Communication*. New York: Bedford/St. Martin's.

Fearn-Banks, K. (2002): *Crisis Communications. A Casebook Approach*. Mahwah, New Jersey: Erlbaum.

Neuliep, J. W. (2000): *Intercultural Communication. A Contextual Approach*. Boston: Houghton Mifflin.

Rodman, G. (2001): *Making Sense of Media. An Introduction to Mass Communication*. Boston: Allyn and Bacon.