



Universidad de San Andrés- Grupo Clarín

Maestría en Periodismo



Tesis para obtener el título de: Magister en Periodismo

Alumna: María Claudia Enríquez

**Cómo definió la prensa argentina y extranjera el 11-S: análisis
de titulares de diarios de referencia de Argentina, Brasil,
Colombia y España.**

Tutora:

Marcela Pizarro

Ph. D. en Ciencias de la Información

Ciclo de Maestría

2011

Buenos Aires

FIRMA DEL COMITÉ



Universidad de
San Andrés



A mi familia...

Universidad de
San Andrés

TABLA DE CONTENIDOS

FUNDAMENTACIÓN.....	7
AGRADECIMIENTOS.....	12

CAPÍTULO PRIMERO

Marco teórico y metodológico para el estudio de la cobertura de los atentados del 11-S en la prensa argentina y extranjera

1. El 11-S como un acontecimiento catastrófico-violento.....	15
1.2. El problema en torno a la delimitación conceptual del terrorismo internacional.....	17
1.2.1. Globalismo Internacional. Consideraciones generales para el estudio de los atentados del 11-S.....	21
1.2.2. Aproximaciones conceptuales sobre conflicto y guerra.....	25
1.3. Estudios relacionados con el tratamiento de la violencia en los medios de comunicación.....	27
1.3.1. Tematización en el tratamiento informativo del 11-S.....	33
1.4. Ensayos publicados sobre la cobertura del 11-S en la prensa escrita mundial.....	33
1.5. Elementos de la teoría del periodismo considerados para este trabajo de investigación.....	34
1.5.1. El titular periodístico moderno.....	35
1.5.2. La clasificación de titulares de Antonio López Hidalgo.....	38
1.5.3. Estudios que tratan parámetros para la confección de portadas.....	41
1.6. Justificación metodológica de esta investigación.....	43
1.6.1. Objetivos.....	43
1.6.2. Selección de medios.....	44
1.6.3. Breve contexto de los diarios seleccionados.....	45
1.6.4. Unidades de análisis.....	48

1.6.5. Método.....	48
1.6.6. Análisis de contenido.....	49
a) Muestra.....	49
b) Categorización.....	49
c) Código elaborado.....	50

CAPÍTULO SEGUNDO

Tendencias en la elaboración de la agenda temática de las tapas de los diarios argentinos y extranjeros del 11 y 12 de setiembre del 2001

2. El 11-S en la prensa argentina: ¿Cuál fue el mensaje que dieron los diarios en las portadas de sus ediciones especiales?.....	55
2.1. Las prioridades temáticas del 12-S: cambios relevantes en el tratamiento informativo de los atentados y sus consecuencias.....	64
2.2. El 11-S en la prensa extranjera: alusión unánime al <i>terror</i> y el fenómeno del título único.....	70
2.3. El diario <i>O Estado de Sao Paulo</i> como pionero en la cobertura digital de los acontecimientos.....	73
2.4. El 12-S en la prensa extranjera: la mayor diversidad temática del “día después”.....	75

CAPÍTULO TERCERO

Tendencias en la elección de las palabras utilizadas para definir el acontecimiento y su contexto

3. <i>Terror</i> y <i>ataque</i> , los preferidos por la prensa argentina para dar a conocer la noticia.....	82
3.1. Cambios en el empleo de las palabras: el 12-S los diarios argentinos hablaron de <i>alerta</i>	87
3.2. “LA GUERRA”: el título de tapa del diario <i>Clarín</i>	89
3.3. <i>Terror</i> y <i>terrorismo</i> , los preferidos de la prensa extranjera para dar a conocer la noticia.....	93

CAPÍTULO CUARTO

Tendencias en la titulación periodística de las portadas de los diarios argentinos y del exterior tras los atentados del 11-S

4.La tendencia en la titulación periodística del día de la catástrofe en la prensa nacional.....	101
4.1. Los títulos del día después. Principales variaciones en la titulación periodística de las portadas de los diarios argentinos.....	107
4.2. El 11-S en la prensa extranjera: la preponderancia de los <i>títulos creativos</i>	112
CONCLUSIONES.....	122
BIBLIOGRAFÍA.....	128
ANEXOS.....	141



FUNDAMENTACIÓN

Los atentados terroristas del 11-S en EE.UU pusieron a prueba a las redacciones de los periódicos de todo el mundo. Este evento, sorpresivo y espectacular, convirtió la rutina en urgencia y el resultado de la cobertura periodística quedó documentado, en parte, en los diarios de papel de aquel día. Según STEMPEL & HARGROVE (2003 citados en MARRON 2007) mucho se ha investigado sobre la cobertura televisiva -a nivel mundial- de los ataques terroristas del 11 de setiembre de 2001, sin embargo, un estudio realizado por *Ohio University* y *The Scripps Howard News Service* muestra que los diarios también cumplieron un rol muy importante.¹

En este sentido, el presente trabajo de investigación se centra en detectar cuáles fueron las características del *primer mensaje*² que los diarios dieron a sus lectores. Para lograrlo identificamos los temas, las palabras y el tipo de titulación utilizados en la confección de las portadas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001. Nuestra muestra agrupó a los siete diarios argentinos más vendidos y a seis diarios de referencia de la prensa internacional.³

La importancia de volver la mira hacia el 11-S está apoyada en la necesidad de reflexionar sobre el quehacer periodístico en situaciones catastróficas. De manera particular nos interesa destacar las singularidades que tuvo la cobertura de la prensa escrita nacional. Y detectar aquellas tendencias que la diferenciaron de la cobertura realizada por los diarios

¹ Para ver el estudio se sugiere consultar: STEMPEL, G. & HARGROVE, T. (2003). Newspapers Played Mayor Role in Terrorism Coverage. *Newspaper Research Journal*, 24 (1), pp. 55-57.

² Es decir, el primer acercamiento que tiene el lector a la noticia a través de la información que se le brinda en la portada de un periódico.

³ Diarios argentinos: *Clarín* (Buenos Aires), *La Nación* (Buenos Aires), *La Gaceta* (Tucumán), *La Voz del Interior* (Córdoba), *La Capital* (Santa Fe), *Los Andes* (Mendoza), *Rio Negro* (Neuquén). Diarios extranjeros: *El Tiempo* (Colombia), *El Espectador* (Colombia), *O Estado de Sao Paulo* (Brasil), *O Globo* (Brasil), *El País* (España) y *El Mundo* (España).

del exterior. Para ello tuvimos en cuenta una amplia revisión bibliográfica sobre el tema, en especial, los trabajos editados por TOMASZ PLUDOWSKI y publicados en el libro *How the World's News Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe*, que nos sirvieron de guía para pensar este estudio y descubrir las tendencias en la cobertura mundial de los atentados.

La dificultad en el cómo contar y qué contar es una constante en la mayoría de los casos. La confusión que surgió a la hora de definir con alguna palabra o expresión lo que había sucedido se quedó plasmada en los titulares. Así como también la notable repetición de los mismos términos para dar a conocer la noticia. No hay dudas respecto de que la cobertura de los atentados ha sido un gran desafío, sin embargo, consideramos que “la responsabilidad que se les da *-a los periodistas-* en circunstancias normales se multiplica en un contexto de conmoción generalizada” SÁBADA (2006:15).⁴

Es que como lo señala MICHAEL SHUDSON (2006), profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad de California, y catedrático de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, la ansiedad del relato periodístico -en situaciones límites- dificulta la identificación de la historia y esto repercute en la cobertura. Existe un desafío tácito para los periodistas que consiste en responder a sucesos que no se han anticipado ni mucho menos se entienden. Hechos como los del 11-S ocurren sin previo aviso y la tarea de los periodistas es “domesticar el caos”, es decir, ubicar a este tipo de eventos en categorías comprensibles para sus lectores, narrarlo de manera que se entienda. Sin embargo, los

⁴ La aclaración en letra cursiva en la cita es nuestra.

periodistas no construyen desde la nada, ellos trabajan con una “materia prima” a la que son altamente reactivos y susceptibles:

La ansiedad del relato periodístico es doble. No solo hay ansiedad por identificar qué es la historia, sino también por hacerlo de una manera que mantenga la atención de la audiencia. Esto, no es un asunto de *rating* o estudios de mercado; es un problema de conocimiento y aprendizaje tácito, de simpatías humanas y significados compartidos que existen en una determinada sociedad en un determinado momento (p.19).

En el caso particular de este estudio nos detenemos en cómo se contó la historia a través de los titulares de las portadas porque por medio de ellas el lector experimenta la primera aproximación con la información que es relevante en un determinado momento. Como explica FRANCISCO SÁNCHEZ (1990), profesor de Redacción Periodística en la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, y miembro fundador de la Sociedad Española de Periodismo:

El titular es parte importante y aun decisiva del texto noticioso. Baste ahora con indicar dos razones: primero, porque los titulares constituyen las únicas secuencias leídas por gran parte de los consumidores de diarios [...] Segundo, porque por su misma naturaleza, los titulares periodísticos definen la interpretación del lector (p.173).

Asimismo, detrás de la portada de un diario hay un conjunto de decisiones editoriales que llenan de significado la publicación.⁵ Por eso, la correcta elección de palabras y expresiones son fundamentales debido al impacto que pueden generar en la opinión pública. Esta responsabilidad se vincula con el deber -que tienen los medios- de construir discursos

⁵ Como se sabe, no siempre las decisiones de utilizar una u otra palabra en los títulos de las portadas responde a cuestiones editoriales. Muchas veces las elecciones son hechas por limitaciones en el espacio y en el tiempo pero esto no quita que los términos usados al azar, en una redacción o reunión de tapa, no sean luego llenados de significado por los lectores.

racionales basados en información y no con contribuir a la construcción emotiva de hechos trágicos como el que estudiamos. Pero esto no siempre es posible. Sobre esta cuestión, DANNY SCHECHTER (2005), fundador y director de Mediachannel.org, explica:

Después de los ataques del 11 de setiembre sobre el *World Trade Center* y el Pentágono, millones de personas en el mundo entero se quedaron pegadas a sus televisores y a cualquier medio disponible para mantenerse informadas. Muy pronto, los medios difundieron una serie de comentarios alarmantes, y a menudo alarmistas, con impredecibles repercusiones traumáticas para la población (p.55).

Los diarios forman parte de esos medios a través de los cuales las personas se mantuvieron informadas de los que había acontecido. En este sentido, el presente trabajo busca realizar un aporte en el campo específico del tratamiento informativo que la prensa escrita nacional y extranjera de referencia dieron a los atentados del 11-S destacando las tendencias generales. Específicamente, en el caso de los diarios de referencia en Argentina, nuestro estudio pretende brindar un aporte acerca de las características más notables que presentó la cobertura periodística que realizó la prensa provincial de los acontecimientos debido a la poca literatura de referencia que hay sobre este tema en particular.

Para ello, en el primer capítulo se explica la teoría en la que se enmarca la presente investigación. Con dicho fin, se comentan algunos de los paradigmas de la comunicación internacional, las relaciones internacionales y el periodismo, disciplinas estas sobre las que se asienta nuestro trabajo. Asimismo, en el capítulo primero, se fundamenta tanto la selección de cada uno de los diarios que conforman nuestra muestra de estudio como la metodología utilizada para detectar las tendencias generales en relación con tres variables:

a) los temas a los que hacen referencia los titulares principales y secundarios de las

portadas; b) las palabras elegidas para la confección de los titulares principales y secundarios de las portadas; y c) los tipos de titulares utilizados para dar a conocer la noticia en las portadas. La metodología empleada para detectar las tendencias tanto en la prensa nacional como extranjera es el análisis de contenido.

En el segundo capítulo, expondremos los resultados de la cuantificación de los temas que nos permite detectar tendencias en la elaboración de la agenda temática de las portadas de los diarios argentinos y extranjeros. Específicamente, haremos referencia a cuáles fueron los temas en los que se centraron los diarios en los títulos principales y secundarios de sus tapas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001.

El objetivo del tercer capítulo es presentar cuáles fueron las palabras y expresiones que eligieron los diarios para dar a conocer la noticia de los atentados y su contexto. A su vez, se identificarán las similitudes y diferencias en la utilización de términos para la redacción de los titulares principales y secundarios de las portadas del 11 y 12 de setiembre entre la prensa nacional y extranjera.

Finalmente, en el cuarto capítulo, se expondrán los resultados que ilustran cuáles fueron los tipos de titulares que predominaron en las portadas de los diarios argentinos y extranjeros identificando tendencias generales en la titulación periodística.

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a la Fundación de la Universidad de San Andrés y al diario Clarín por haberme otorgado la beca para la realización de esta Maestría en Periodismo. De manera especial, agradezco la paciencia y generosidad de cada uno de mis docentes que han sabido despertar en mí las ganas de seguir aprendiendo y creciendo en el ámbito periodístico.

En segundo lugar, debo agradecer a un grupo de personas de buena voluntad que fueron claves para la concreción del presente trabajo. Me refiero a los jefes/as de archivo: Marcela Yuvone (diario La Capital de Rosario), Ana María Alonso y Alejandro Carnevale (diario Río Negro de Neuquén), Carlos Rosauero Paz (diario La Gaceta de Tucumán), Andrea Guiu (diario La Voz del Interior), Marta Patiño y Kelly Fernanda Pizarro Hernández (diario El Espectador-Colombia). A pesar de la distancia geográfica, han manifestado una constante predisposición a la hora de responder consultas y en el envío de materiales fotográficos.

En tercer lugar mi agradecimiento es para el Dr. Juan Rajimón y el Lic. Hugo Cáceres quienes siempre me han apoyado en todo lo que se refiere a mi desarrollo académico y profesional.

En cuarto lugar quiero agradecer a mis padres que con su amor y apoyo incondicional hacen que pueda seguir cumpliendo mis sueños. Gracias a mis hermanos Pablo y Ceci por su compañía y ánimo en los momentos más difíciles de este proyecto.

Finalmente, y de manera muy especial, agradezco a mi tutora la Dra. Marcela Pizarro de la Universidad Austral por haber depositado en mí su confianza. Agradezco su tiempo, paciencia y ayuda en todo lo que necesité durante el proceso de elaboración de esta tesis. Haber contado con su guía ha sido una experiencia enriquecedora tanto a nivel académico como personal.



CAPÍTULO PRIMERO

Marco teórico y metodológico para el estudio de la cobertura de los atentados del 11-S en la prensa argentina y extranjera

Para llevar a cabo el abordaje de la cobertura periodística que realizó la prensa escrita - tanto nacional como extranjera- sobre los atentados terroristas del 11 de setiembre en Estados Unidos se analizará literatura existente sobre esta cuestión, la que hemos organizado en tres etapas según su contenido.

En la primera etapa, se expondrá la bibliografía relacionada con la cobertura periodística de conflictos y catástrofes por estar directamente relacionada con el caso particular que nos ocupa: el tratamiento informativo del terrorismo. En este sentido, la trayectoria investigativa de la academia española sobre los atentados terroristas del 11-M y 14-M fue de gran ayuda para pensar este trabajo. Asimismo, consideramos importante realizar una diferenciación entre los conceptos de guerra, conflicto y terrorismo debido a que como resultado de nuestro análisis se desprende que la prensa ha utilizado de manera errónea y descontextualizada tales términos. Por ello, es necesario explicarlos desde las relaciones internacionales y, en particular, desde la teoría del Globalismo Transnacional. Esta teoría permite entender las diferencias semánticas entre dichos términos que son utilizados, generalmente, como sinónimos.

En la segunda etapa, hicimos un relevamiento bibliográfico de estudios relacionados con el tratamiento de la violencia en los medios de comunicación. Como es un tema muy amplio y muy estudiado, nos hemos centrado en aquellos trabajos que afirman la existencia de una relación estrecha entre el terrorismo y los medios de comunicación (CASARES, 2008) debido

al histórico impacto mediático que tuvieron los acontecimientos del 11-S y la cobertura -en muchos casos tendenciosa- que se llevó a cabo. A su vez, consideramos algunos de los ensayos publicados por PLUDOWSKI sobre cómo la prensa reaccionó ante los atentados del 11-S.

Finalmente, y teniendo en cuenta los objetivos de esta investigación, nos centramos en algunos elementos de la teoría del periodismo como la titulación periodística y las características del titular periodístico moderno. Además, dado que nos interesa el *primer mensaje*, es decir, la manera en que los diarios presentaron la noticia en sus tapas, -en la bibliografía- consideramos estudios que tratan parámetros para la confección de portadas.

1. El 11-S como un acontecimiento *catastrófico-violento*

La necesidad de enmarcar al 11-S en una teoría que nos permita caracterizar este hecho y considerarlo en todas sus dimensiones constituye una cuestión importante para esta investigación. En este sentido, la revisión bibliográfica nos permite afirmar que para los especialistas estamos ante un acontecimiento catastrófico y violento.

Las catástrofes, ya sean naturales o provocadas por el hombre, siempre son noticia. SIBILA CAMPS (1999:21) define la catástrofe o emergencia como:

Un fenómeno excepcional de la naturaleza o hecho provocado por el hombre, en forma involuntaria o voluntaria, que afecta a muchas personas o a una comunidad, ya sea porque atenta de forma directa contra su vida, su salud o su calidad de vida (incluido el medio ambiente), o indirectamente a través de las consecuencias-económicas, sociales, políticas, culturales, etc.- que acarrea o puede llegar a causar.

La idea de CAMPS la podemos completar con el aporte de RODRÍGUEZ & RUIZ (2003:568) quienes explican que los resultados de los actos terroristas son catastróficos:

Los actos de terrorismo masivo tienen resultados catastróficos por los múltiples muertos y heridos que se producen, así como por las destrucciones de bienes inmuebles y muebles que tienen lugar. Sin olvidar el hecho del impacto social, psicológico, económico y político que ocasionan. En cualquier caso se trata de sucesos que originan verdaderas tragedias y tienen un gran impacto en los medios de comunicación.

Como bien lo explican los especialistas, el carácter excepcional de los acontecimientos como el 11-S se impone a los condicionamientos informativos y periodísticos, lo que lleva a que este tipo de temas sean tenidos en cuenta en las partes más importantes del periódico como lo son las portadas.

Los atentados terroristas del 11-S comparten características con lo que BERNAL (1998) define como *hechos-ruptura* caracterizados por su gravedad y centralidad. Los hechos excepcionales o hechos ruptura son aquellos que rompen con la normalidad y la rutina del trabajo periodístico. Se imponen a los periodistas y están destinados -por su propia naturaleza- a convertirse en noticia. Al respecto destacamos que CÁRCELA & RUIZ (2003) definen al 11-S como una “gran catástrofe provocada” idea que luego es reforzada por SHUDSON (2006) cuando al referirse a los hechos advierte que “no fueron un terremoto o un tsunami” sino que fueron un “acto humano” cuidadosamente planeado.

Ahora bien, no sólo hablamos de un acontecimiento catastrófico sino también violento. Y de la revisión bibliográfica sobre el significado de la violencia es preciso aclarar que, en

este estudio, concordamos con la definición de FISAS (1998:5) que explica que la violencia es:

Uso o amenaza del uso de la fuerza o potencia, abierta u oculta, con la finalidad de obtener de uno o varios individuos algo que no consienten libremente o de hacerles algún tipo de mal (físico, psíquico o moral). La violencia, por tanto, no es solamente un determinado tipo de acto, sino también una determinada potencialidad. No se refiere sólo a una forma de *hacer* sino también de *no dejar hacer*, de negar potencialidad.

Sean o no visibles sus efectos, la violencia es siempre un tipo de poder y como tal, puede manifestarse en cualquier esfera de nuestra vida: en lo cultural, lo económico, lo político o en lo doméstico.

Si bien no quedan dudas sobre las características catastróficas y violentas que tuvieron los atentados terroristas que produjeron el histórico derrumbe de las Torres Gemelas, el ataque al Pentágono, y la muerte de miles de civiles, de la observación de las portadas de los periódicos analizados, se evidencia que no hubo claridad a la hora de referirse a los acontecimientos. Pues se los definió tanto como una guerra, como un acto terrorista o como simplemente un conflicto. Sin embargo, podemos decir que esta confusión tiene relación con otra de larga data que está relacionada con la dificultad que existe en el mundo académico para delimitar conceptualmente al terrorismo.

1.2. El problema en torno a la delimitación conceptual del *terrorismo internacional*

Con el objetivo de contar con un marco referencial a la hora de interpretar los resultados del análisis de contenido con respecto a cómo fueron definidos los atentados del 11-S, se creyó necesario un relevamiento bibliográfico sobre qué se entiende por terrorismo internacional en el siglo XX. Esta búsqueda dio cuenta de la existencia de un notable debate entre los

intelectuales de las relaciones internacionales y otras disciplinas⁶, que pone en evidencia la falta de acuerdos generales sobre cómo definirlo.

Ante la dificultad de encontrar una definición que sea aceptada universalmente, existe una tendencia creciente a considerar que lo característico del terrorismo contemporáneo es que sus ataques buscan dejar la mayor cantidad de víctimas civiles posibles. En esta línea, se inscribe el experto en el tema BRIAN JENKINS quien señala que a las organizaciones terroristas de la segunda ola -definida por RAPOPORT (2004) como la *ola anticolonialista*⁷ no les interesaba en demasía causar un gran número de víctimas sino provocar un impacto en la Sociedad: “los terroristas querían mucha gente mirando, no a mucha gente muerta” (JENKINS 1983 citado en GEARSON, 2002:11).

En el caso específico de los ataques del 11-S, el entonces presidente George W. Bush definió al terrorismo como el “enemigo” y expresó que “El enemigo no es una persona, no es un régimen político. No es por cierto una religión. El enemigo es el mismo terrorismo, la violencia política premeditada, motivada y perpetrada por grupos subnacionales o agentes clandestinos contra no combatientes”⁸. Varios son los trabajos que afirman que la forma en que la gran potencia definió a los atentados influyó en la cobertura que los medios de

⁶El fenómeno del terrorismo es abordado multidisciplinariamente. Existen estudios desde la Historia, la Sociología, la Psicología, entre otras disciplinas. “El terrorismo plantea muchos interrogantes políticos pero también psicológicos, aunque haya resistencia a abordar el tema desde esta perspectiva. El fanatismo y la brutalidad no sólo se explican por la pobreza y la desesperación. Dice WALTER LAQUEUR que en ninguno de los 49 países clasificados por la ONU como menos desarrollados hay apenas terrorismo” (RAMONEDA 2004:24).

⁷ RAPOPORT (2004) en su libro *The four waves of moder terrorism. In attacking terrorism: Elements of a Grand Strategy* describe las cuatro olas del terrorismo moderno: la anarquista, que se extendió entre finales del siglo XIX y principios del siglo XX; la anticolonial (período entre guerras); la izquierdista (durante los años sesenta y setenta) y la religiosa.

⁸ *National Strategy for Combating Terrorism*, [www.whitehouse.org], 2/2003, p.1.

comunicación hicieron de los mismos (PARENTI, 2002; PRIETO, 2008; MCNAIR, 2007; LA PORTE & SÁDABA, 2007, entre otros).

No quedan dudas de que existe una dificultad real a la hora de definir al terrorismo. Esta dificultad estuvo presente en el momento que los medios de comunicación tuvieron que optar por palabras y expresiones para contar al mundo lo que había pasado. Pero este no es solo un problema de los periodistas sino también de los académicos especialistas en el tema.⁹

Finalmente, y luego de un relevamiento de literatura relacionada con el terrorismo (JENKINS, 1984; CHOMSKY, 1988; NACOS, 1994; REINARES, 1998; HOFFMAN 1999; GEARSON, 2002; STEMPEL & HARGROVE, 2002; CHOMSKY, 2001; LUENGO, 2001; RAPOPORT, 2004, entre otros) optamos por la definición que hace el profesor GARCÍA LUENGO (2001:1) en su estudio, *Medios de comunicación y las nuevas tendencias del terrorismo internacional*, en el que explica que:

Se considera terrorismo internacional los incidentes en los cuales los terroristas se desplazan a un país extranjero con el objeto de atacar sus objetivos, seleccionar blancos o escoger víctimas, los cuales manifiestan una especial vinculación con un Estado foráneo (por ejemplo, diplomáticos, hombres de negocios extranjeros, trabajadores de corporaciones del exterior), o crean incidencias internacionales al atacar a los pasajeros de los vuelos, a sus tripulaciones o causan destrozos en sus componentes materiales.

⁹ El tema sobre esta cuestión de definir al terrorismo es una tarea ardua incluso entre los especialistas. Pero si parece comprobable que el proceso de degeneración moral del terrorismo a lo largo de la historia tiende a reproducirse de manera resumida en la trayectoria de cada organización terrorista en particular. Una vez aceptada la legitimidad moral del asesinato, el deslizamiento hacia formas cada vez más brutales e indiscriminadas de terror tardará más o menos pero difícilmente dejará de producirse. Ver: *¿Tiene causas el terrorismo?*, diario *El País*, 18/10/2004, pág.28.

Lo elegimos por ser uno de los trabajos donde consideramos que mejor se exponen los cambios que el terrorismo ha experimentado en los últimos años con respecto a su relación con los medios de comunicación y al impacto en el número de víctimas mortales que causa. Basándose en el relevamiento de estadísticas recopiladas de los informes del Departamento de Estado norteamericano y la *Rand Corporation*¹⁰, GARCÍA LUENGO (2001) afirma que se observan tres nuevas características del terrorismo internacional -en el siglo XXI- que están vinculadas entre sí: 1) el terrorismo es cada vez más letal, 2) el terrorismo es cada vez más practicado en nombre de determinadas confesiones religiosas, y 3) los actos terroristas cada vez son reivindicados en menor grado. Frente a estas particularidades el autor introduce al fenómeno mediático como variable de análisis y señala que los medios de comunicación vienen manteniendo una relación con el terrorismo que es extremadamente compleja. Respecto de los medios, señala:

Desde el punto de vista de los medios adquiere una significativa distinción la cobertura informativa que éstos llevan a cabo sobre los actos terroristas y sus implicaciones [...] En las condiciones dictadas por la economía de mercado, se puede decir que los medios se han venido “beneficiando” tradicionalmente de la acción terrorista, en la medida en que estos últimos proporcionan la materia prima para la elaboración del producto mediático y su posterior venta, provocando así la satisfacción de la dimensión comercial o financiera de toda empresa informativa (GARCÍA LUENGO, 2001:9).

¹⁰Según lo explica el autor la “Cronología de Terrorismo Internacional” de la *Rand Corporation-St. Andrews*, es una base de datos informatizada que ha registrado los incidentes terroristas internacionales ocurridos en todo el mundo desde 1968 hasta nuestros días. Las series han sido de forma continuada desde 1972, primero por la *Rand Corporation*, y desde 1994 por el Centro de Estudios sobre Terrorismo y Violencia Política de la Universidad de *St. Andrews*, Escocia.

Por otro lado, nos interesa destacar la primera característica que el autor menciona del terrorismo internacional del siglo XXI: su letalidad. Apoyándose en los resultados que se desprenden de su investigación resalta que:

A pesar de que el volumen total de atentados terroristas que podríamos catalogar dentro del terrorismo internacional ha venido mostrando una tendencia descendente, el número de bajas humanas en este tipo de ataques ha aumentado ostensiblemente, incluso apartando de las estadísticas los horribles ataques acaecidos el 11 de setiembre de 2001 en Estados Unidos [...] En definitiva, el terrorismo internacional ha mostrado una tendencia a la creciente mortalidad y letalidad (García Luengo, 2001: 5).

Como lo señalamos anteriormente el aumento de la letalidad de los ataques terroristas, la proliferación de ataques promovidos por motivaciones religiosas y el descenso de la reivindicación de los actos terroristas definen al terrorismo internacional desde los comienzos de la década de los noventa. Esto nos lleva a considerar el fenómeno dentro de un contexto mundial globalizado y por ello recurrimos a recursos de la teoría de las Relaciones Internacionales que presentaremos a continuación.

1.2.1. *Globalismo Transnacional.* Consideraciones para el estudio de los atentados del 11-S

Las características del terrorismo internacional del siglo XX están vinculadas con el contexto internacional que lo acompaña. La globalización es un proceso que le ha otorgado herramientas y recursos de los que antes no disponía. El gran alcance de los medios de comunicación -como consecuencia del desarrollo tecnológico mundial- es uno de esos recursos con los que los terroristas cuentan a la hora de llevar a cabo sus actos. A plena luz del día, los lugares céntricos o donde se concentran grandes cantidades de personas

parecieran ser los escenarios favoritos: los atentados a las Torres Gemelas del *World Trade Center* en Nueva York y al Pentágono en Washington (11 de setiembre del 2001); el ataque a un complejo turístico en Bali (el 12 de octubre del 2002); las bombas en el sistema de metro de Madrid (el 11 de marzo de 2004) y la gran explosión en los trenes de Londres (el 7 de julio de 2005) son sólo algunos de los ejemplos.

Para una mejor comprensión de este fenómeno -que se da a nivel internacional- es que tenemos en cuenta la teoría del *Globalismo Transnacional* en la que el concepto de *actores no gubernamentales*¹¹ tiene especial relevancia respecto de la cuestión del terrorismo y de nuestro trabajo en el que le prestamos central atención dado al caso que estudiamos: los atentados terroristas del 11-S.

Sobre esta cuestión, KARL KAISER (1980), ROBERT KEOHANE & JOSEPH NYE (1988) sostienen que las relaciones internacionales son solo aquellas que tienen lugar entre unidades estatales; a diferencia de las relaciones transnacionales que se producen a través de las fronteras de un Estado. Además, podemos agregar que las relaciones transnacionales son definidas como “contactos, coaliciones e interacciones a través de las fronteras del Estado que no están controladas por los órganos centrales encargados de la política exterior de los gobiernos” (KEOHANE & NYE citados en ARENALES, 1994: 275).

Teniendo en cuenta la definición anterior, es posible determinar cinco “efectos” de las relaciones transnacionales en la política mundial:¹²

¹¹ La cursiva es nuestra.

¹² Los efectos que se nombran en esta tesis fueron extraídos del libro de CELESTINO DEL ARENAL titulado *Introducción a las Relaciones Internacionales*, el autor recopila el aporte que hacen KEOHANE, ROBERT Y NYE, JOSEPH (1988) al desarrollo del Globalismo Transnacional en el libro *Poder e Interdependencia. La política mundial en transición*.

- a) La promoción de actitudes de cambio en las personas que han participado en las mismas o han sido afectadas por ellas. Estas pueden tener importantes consecuencias para las políticas estatales.
- b) Promoción del pluralismo internacional, lo que implica el enlazamiento de los grupos de interés nacional en estructuras transnacionales con objetivos de coordinación.
- c) La noción de dependencia e interdependencia entre los gobiernos.
- d) La creación de nuevos instrumentos de influencia que los gobiernos pueden utilizar respecto a otros.
- e) La aparición de *actores internacionales no gubernamentales* autónomos o cuasi autónomos con políticas exteriores privadas que pueden deliberadamente oponerse o determinar políticas estatales. Los grupos transnacionales y las organizaciones no conformadas por estados corresponden a todas las entidades que operan transnacionalmente pero no tienen gobierno o a sus representantes formales como miembros (organización sionista mundial, partido comunista, la OLP, grupos terroristas internacionales).

Los atentados del 11-S evidencian la existencia real de actores internacionales (diferentes al Estado) que tienen capacidad de acción y movilización dentro del sistema internacional. Tal es el caso del grupo terrorista fundamentalista “Al Qaida”, liderado por Osama Bin Laden, que auspició el hecho catastrófico-violento que estudiamos.

Sin embargo, no podemos desarrollar aspectos conceptuales sobre el terrorismo internacional y su cobertura sin antes revisar el significado de los términos: conflicto y guerra. Esta consideración es necesaria debido a que como lo demuestran las

investigaciones de BRIAN MCNAIR (2007) sobre la cobertura del 11-S que hicieron los diarios británicos; MARÍA MARRÓN (2007) sobre el tratamiento informativo de los atentados que hicieron los diarios británicos e irlandeses más importantes; TERESA LA PORTE & SÁDABA (2007) quienes analizan la cobertura del 11-S en la prensa española y, MONTGOMERY (2005) sobre cómo respondió el periodismo a los atentados, los análisis coinciden en señalar la confusión que existió al definir al 11-S –por parte de la prensa– como un acto de guerra o de terrorismo internacional.

Si bien es correcto hablar de que se vivió una situación de conflicto, el error estuvo en utilizar a las palabras terrorismo y guerra como sinónimos. Al respecto, consideramos de suma relevancia el trabajo de LA PORTE & SÁDABA (2007) sobre la cobertura periodística de conflictos armados de la cual extraen importantes conclusiones sobre la diferenciación entre los términos de guerra y terrorismo. Destacamos como aporte la siguiente conclusión:

Desde el punto de vista teórico, la *guerra* tiene una naturaleza diferente al *terrorismo*: este es un concepto que ha sido largamente estudiado y que ha sido bien definido por la ciencia política. Desde una perspectiva práctica, sin embargo, éste está siendo sometido a un proceso de revisión debido a que cada vez más actos de violencia no se ajustan a la definición clásica del término. Para el propósito que tiene este estudio, nosotros tuvimos en cuenta una definición que precisamente es el resultado de una investigación sobre la cobertura de conflictos armados. La diferenciación entre guerra y terrorismo, pueden ser ilustradas en la siguiente tabla:

Guerra	Terrorismo
Recurso para fuerzas armadas	Unilateral, no fuerzas armadas
Visibilidad y definición	Falta de definición
Desarrollo de estrategias	Actos esporádicos
Relacion con los medios	Target the media

La tabla muestra como ambos conceptos pueden ser diferenciados en un nivel teórico. Sin embargo, la línea entre ellos se esfuma en algunos eventos que aparecen como ambiguos. Y de esta manera aparecen los problemas de interpretación a la hora de tener que explicarlos como guerra o ataque terrorista” (p.108).¹³

1.2.2. Aproximaciones conceptuales sobre *conflicto* y *guerra*

En su libro, *Introducción al estudio de la paz y los conflictos*, FISAS (1987: 379) explica las diferencias entre *conflicto* y *violencia*:

El conflicto es un proceso interactivo que se da en un contexto determinado. Es una construcción social, una creación humana, diferenciada de la violencia (puede haber conflictos sin violencia, aunque no violencia sin conflicto). Puede ser positivo o negativo según como se aborde y termine, con posibilidades de ser conducido, transformado y superado (puede convertirse en paz) por las mismas partes, con o sin ayuda de terceros. Suele ser producto de un antagonismo o una incompatibilidad (inicial, pero superable) entre dos o más partes, el resultado complejo de valoraciones, pulsiones instintivas, afectos, creencias, etc., y que expresa una insatisfacción o desacuerdo sobre cosas diversas.

Otra de las investigaciones que consideramos un gran aporte al momento de comprender las características del conflicto es el trabajo de FREDERICK (1993 citado en LA PORTE 1999: 84-96) *Global Communication & International Relations* en el que se destaca la existencia de tres tipos de conflictos según la relación entre los actores involucrados y con los medios de comunicación:

-Los *conflictos de baja intensidad* son aquellos en los que la relación directa entre los contendientes no siempre es fluida: los encuentros directos se alternan con periodos en

¹³ La traducción es nuestra.

los que no existen contactos, pero en los que se desarrolla una actividad política intensa en pro de la resolución favorable del contencioso. El recurso a la comunicación a través de los medios es más frecuente y existe un mayor interés para recabar el apoyo de la opinión pública. Crece también el deseo de las partes enfrentadas por dominar el discurso informativo y definir los términos de la controversia según su propio beneficio, con el fin de asegurar y fortalecer el apoyo de sus partidarios y crear una opinión pública internacional en su favor. Este sería el ámbito propio de la diplomacia pública.

-Se denominan *conflictos de intensidad media* a aquellos que implican actos violentos esporádicos, propios de grupos terroristas o de revoluciones políticas, y que combinan periodos de paz con enfrentamientos armados. La mayoría de esos actos tiene como fin dar a conocer a la opinión pública sus reivindicaciones, y los actores implicados buscan deliberadamente la publicidad de los medios.

-Los *conflictos de alta intensidad* o también llamados de estado de guerra son en los cuales el contacto entre los contendientes es nulo o muy esporádico, y la información facilitada a los medios escueta, medida y partidista.

Una vez señalados algunos aspectos conceptuales sobre el conflicto y teniendo en cuenta que buscamos diferenciar los conceptos de conflicto, guerra y terrorismo -para poder tener en claro cómo fueron definidos los acontecimientos del 11-S por la prensa escrita- es que consideramos la definición que FISAS (1998:9) hace de la *guerra*:

La guerra es un fenómeno social y, como tal, es evitable. La polemología, que es la ciencia que la estudia, considera a la guerra como una enfermedad, no como un mal; y como cualquier enfermedad, puede tener un remedio y tratamiento preventivo. De lo que se trata, por tanto, es de conocer cómo interactúan los factores beligeros que transforman un conflicto en una guerra. Es así como la polemología, que es una ciencia multidisciplinar, hace uso extensivo de la psicología social, para conocer la manera en

que la guerra suele actuar como elemento “agrupador”, es decir, como reunificador de elementos que tienen tendencia a separarse. Entre la agresividad individual y la guerra existe un campo muy extenso de intervención política y social, que es justamente donde las instituciones y los líderes toman un rol activo para conducir y manipular pulsiones individuales o colectivas hacia niveles de enfrentamiento, que no se producirían si los individuos actuaran aisladamente.

Sin embargo, dentro de un contexto internacional globalizado, las fronteras de muchos conceptos, se desdibujan o se desplazan generando incertidumbre sobre cuál es su alcance y correcta definición. Sin duda, esta realidad, afecta a un fenómeno social como es la guerra. Así, MARY KADOR (2001) denomina a las guerras modernas de “cuarta generación” y las define como los fenómenos de violencia surgidos en el mundo no desarrollado como consecuencia de la pérdida de poder del Estado.¹⁴ Estas guerras se caracterizan por su irregularidad y las operaciones asimétricas. Como lo señala una investigación realizada por el Ministerio de Defensa de España, *Las nuevas guerras y la polemología*, “Los conflictos se han hecho multicausales y, simultáneamente, en un universo globalizado han adquirido flecos que obligan a emprender un estudio en detalle”.¹⁵

1.3. Estudios relacionados con el *tratamiento de la violencia* en los medios de comunicación

El terrorismo supone por definición la violencia y son varios los estudios sobre esta temática en los que se analizan sus características y consecuencias. Hay investigaciones que

¹⁴Luego del final de la Guerra Fría el Estado se debilitó. “La desaparición (de los bloques), liberó sus estructuras y debilitó al Estado cuya capacidad quedó por debajo de otras subunidades presentes en su territorio y aún de algunos agentes individuales, perdiendo el monopolio de la violencia legítima. La entrada del mundo desarrollado en tales conflictos dará pie, para algunos, a lo que se ha venido a denominar guerras de *cuarta generación*”. España, Centro de Estudios de la Defensa Nacional, Ministerio de Defensa (2009). *Las nuevas guerras y la polemología*, p. 11.

¹⁵ *Ibíd.*

sugieren que los incidentes terroristas reflejan una conducta cíclica, y que el número de este tipo de ataques han disminuido desde 1994 pero luego se ha incrementado (ENDERS & SANDLER, 1999). Al mismo tiempo, la actuación del terrorismo fundamentalista ha resultado en un aumento de la probabilidad de que surjan fatalidades (medidas cada vez que ocurre una muerte)¹⁶ y se estima que esta inclinación irá en aumento (ENDERS & SANDLER, 2000 y 2002). El número de muertes provocado por el ataque a las Torres Gemelas en el *World Trade Center* confirma esa propensión, sin duda alguna.

Los actos terroristas no requieren una extensiva cobertura de los medios de comunicación para satisfacer todas las metas y los objetivos que tienen pero los medios y la cobertura periodística de los mismos pueden ser “considerados como las herramientas modernas del terrorismo” (PICARD, 1993). A través de ellos los estrategas pueden magnificar el tamaño de la audiencia para el acto terrorista y la exposición de los resultados de sus actividades puede incrementar la incumbencia social y política, la ansiedad sobre los gobiernos y las instituciones, acciones consideradas como metas de los actos terroristas (BRADER, 2002).

Respecto del rol que cumplen los medios de comunicación en la cobertura de acontecimientos violentos¹⁷ PENALVA (1999:395) señala el importante papel que cumplen en la conformación de las representaciones ideológicas de la violencia pero advierte que no son las únicas instituciones inmersas en dicho proceso. Para este autor:

¹⁶ “En el último tiempo, el terrorismo internacional ha mostrado una tendencia a la creciente mortalidad y letalidad”, esta es una de las principales conclusiones del trabajo “*Los medios de comunicación y las nuevas tendencias del terrorismo internacional*” presentado en la Conferencia Internacional “*La seguridad europea en el siglo XXI*” por el profesor Oscar García Luengo de la Universidad de Granada, del 5-9 de noviembre de 2001, España.

¹⁷ En esta tesis se pretende no caer en el error de responsabilizar únicamente a los medios de comunicación de la transmisión de conductas y valores violentos.

Los medios de comunicación desempeñan un papel muy importante en la conformación de estas representaciones ideológicas de la violencia, pero no son las únicas instituciones inmersas en este proceso. La violencia de los medios de comunicación (la que aparece en algunas formas de representarla) es una forma más de violencia cultural que es «coherente» con otras formas e instituciones más eficaces de legitimar la violencia directa y la estructural (educación, ciencia, ideología, ejército, empresa, familia, iglesia) con las cuales comparte el papel de agente de socialización, proceso a partir del cual los individuos aprenden a vivir en su sociedad y su cultura e interiorizan valores y normas de comportamiento.

Esto, a su vez, no exime a los medios de la responsabilidad que tienen como “agentes de socialización” de temas vinculados a la violencia. En un mundo donde gran parte de las relaciones sociales se desenvuelven en el universo mediático, bajo sus diversas formas tecnológicas y de contenidos (información, entretenimiento, conocimiento y formación), los medios adquieren una fenomenal influencia y, como consecuencia, una parcial responsabilidad de su impacto (PENALVA, 1999).

Teniendo en cuenta lo mencionado, no quedan dudas de que los medios de comunicación tienen una vital importancia para el fenómeno terrorista. El terrorismo continuamente tiene la necesidad de que el resultado de sus acciones aparezca en tapa del periódico, en la primera línea de la información, en el primer plano de la agenda de un noticiero (GIL CASARES, 2008). Por ello, muchos académicos sostienen que existe una relación simbiótica¹⁸ entre los medios de comunicación y el terrorismo.¹⁹

¹⁸ La expresión “relación simbiótica” utilizada para referirse a la relación entre los medios de comunicación y los terroristas describe aquellas relaciones de mutua dependencia entre diferentes grupos de una comunidad, que se caracterizan por el hecho de que a pesar de que los grupos son diferentes sus relaciones son complementarias (WILKINSON, 1997).

Una de las grandes consecuencias de esta relación es que “se invierte la relación entre noticia y hecho: las noticias existen porque se dan determinados hechos fortuitos, pero con el terrorismo los términos se invierten y se dan hechos para que necesariamente existan noticias” (SÁNCHEZ, 1982:79). Sobre esta cuestión DOMÍNGUEZ (1999:111) señala:

La existencia de una relación estrecha entre terrorismo y medios de comunicación es un dato ampliamente aceptado entre los investigadores que han estudiado las características de este tipo de violencia. Son muchos los autores que, a la hora de analizarlo, han puesto el acento en el elemento propagandístico que conlleva. Así, por ejemplo, de las 109 definiciones de terrorismo examinadas por Alex P. Schmid, en un 21,5 % de los casos se hace mención de los aspectos propagandísticos.

Por lo tanto, en acontecimientos internacionales como los atentados del 11-S es fundamental resaltar la importancia que tiene el “modo” en el que los medios presentan los hechos a la audiencia dado que se trata de eventos a los cuales los ciudadanos no tienen acceso de manera directa. Al respecto, LA PORTE (1999:79) sostiene:

En una sociedad en el que el conocimiento de lo público se adquiere a través de la información de los medios de comunicación, importan tanto lo que las cosas son como el modo que se presenten a través de estos. Con mayor motivo importa en la apreciación de aquellas realidades que son distantes, en aquellos hechos a los que el ciudadano no tiene un acceso personal y directo, como es el caso de la mayor parte de los acontecimientos internacionales [...] En este ámbito podríamos llegar a afirmar que los conflictos deben su “existencia pública” a la atención de los medios, dado que si no fuera por ellos pasarían inadvertidos a la mayor parte de la comunidad internacional.

¹⁹ “Los hechos no violentos son despreciados muchas veces por los medios. De ahí que se pueda deducir la necesidad de recurrir a la violencia para garantizar la visibilidad de todo conflicto social. Por ello, los terroristas son conscientes de que con la violencia, las posibilidades de adquirir alguna resonancia son mucho mayores” (GIL CASARES, 2008:4).

Uno de los lugares donde más cobertura se le da a la violencia es en el apartado de noticias internacionales. “La guerra, el fenómeno violento que más víctimas produce, tiene un gran seguimiento por parte de los medios. El interés es legítimo, lo que ocurre es que se habla más de violencia que de resolución de conflictos” (PENALVA, 2002:402).

Adicionalmente, debemos tener en cuenta que tanto la valoración como el tratamiento informativo que reciben los conflictos están sujetos, además, a condicionamientos institucionales. En cada medio de comunicación existen barreras burocráticas y organizativas que constantemente buscan orientar la información según sus intereses. Dentro de estas organizaciones los periodistas trabajan con una “materia prima” a la que son altamente susceptibles y reactivos, las noticias (SHUDSON, 2006). Estas presiones, que proceden tanto de actores políticos como de los profesionales, hacen que se excluyan puntos de vista alternativos y colaboran con la simplificación de problemas que son más complejos.²⁰

Algunas de las consecuencias de esta manera de tratar la información son: 1) reducir a las partes en disputa como “buenos” y “malos”; 2) demonizar a los líderes y a su comportamiento; 3) usar “patrones estereotipados”²¹ para calificar y describir el

²⁰ RAMONET (2007 citado en SERRANO 2009:44) explica que “cada vez más, el discurso, el mensaje periodístico es más simple, más sencillo. Un mensaje simple quiere decir que se va a utilizar muy pocas palabras, un número de palabras muy limitado. Digamos que si el léxico del castellano tiene, por ejemplo, treinta mil términos, cada vez más los medios de información van a utilizar apenas ochocientos palabras para que todo el mundo entienda. Con la idea de que hay que expresarse de manera muy sencilla, muy simple, porque todo lo que es razonamiento complejo, todo lo que es raciocinio inteligente, resulta demasiado complicado y se sale del sistema de información tradicional. Hay una fuerte voluntad de simplificación, y la simplificación más elemental es la concepción maniquea de las cosas: cualquier problema se transforma en un problema simple de sólo dos términos: el bien y el mal, lo blanco y lo negro”.

²¹ “Los paralelismos que se establecen entre hechos semejantes, ocurridos en circunstancias diferentes, contribuyen a enfocar el acontecimiento dotándole de un significado concreto que con frecuencia no se ajusta a la realidad” LA PORTE (1999:83).

acontecimiento. Con respecto a la cobertura de los conflictos y sus condicionamientos LA PORTE (1999:83) explica que:

La elaboración de información sobre conflictos está sometida a mayores presiones externas que otro tipo de noticias. Los actores implicados tienen intereses que defender, la opinión pública desempeña una función más decisiva que en otras ocasiones, ya sea como víctima o como árbitro, y los propios medios se sienten inclinados a tomar partido por alguna de las causas defendidas o atacadas. Se multiplican, por tanto, los condicionamientos de las fuentes institucionales que se esfuerzan por presentar el mensaje y a sus portavoces de acuerdo a sus intereses.

La tendencia de la cobertura informativa de los medios en situaciones de conflicto puede ser detectada mediante el estudio de la agenda temática de los mismos. Esta agenda es el resultado del filtro y selección de las noticias que hacen los periodistas de cada uno de los medios destacando algunos asuntos y dejando de lado otros, lo que se conoce dentro de la teoría de la *Agenda Setting* como “tematización”. Sin embargo, “para que haya tematización es necesario el concurso del sistema informativo. No se puede afirmar que un medio de comunicación tematiza un acontecimiento” (ALSINA, 1993:107). En el caso del tratamiento informativo que llevaron a cabo los diarios de los atentados terroristas del 11-S se detectó una constante repetición de temas -lo expondremos en el capítulo segundo- tendencia que detectamos mediante la aplicación del análisis de contenido respecto de los temas a los que hicieron los diferentes diarios en los *títulos principales y secundarios* de sus portadas.

1.3.1. Tematización en el tratamiento informativo del 11-S

La revisión bibliográfica de los estudios sobre tematización ha sido de gran ayuda para pensar cómo cumplir con uno de los objetivos principales de este trabajo de investigación: identificar cuáles fueron los temas destacados vinculados a los atentados terroristas del 11-S. Para ello nos centramos en el procedimiento informativo que implica -por parte de los periodistas- poner un tema o asunto a la orden del día. Específicamente, nos interesa destacar los temas que se presentaron en las portadas de los diarios.

Los aportes teóricos de los estudiosos de esta cuestión, como WOLF (1991); DEARING & ROGERS (1996); HALPERÍN (2007); MCCOMBS (2006), SÁDABA (2008) y ARUGUETE (2009), entre otros, fueron considerados a la hora de llevar a cabo la interpretación de los resultados y las tendencias que surgen de la aplicación del análisis cuantitativo sobre los temas a los que hacen referencia los *títulos principales y secundarios*²² de los diarios más vendidos del país y los de referencia de la prensa nacional.

1.4. Ensayos publicados sobre la cobertura del 11-S en la prensa mundial

De los trabajos más actuales sobre la cobertura realizada por la prensa escrita de los atentados del 11-S tomamos como marco referencial la recopilación de ensayos editados por TOMASZ PLUDOSKI (2007) en el libro *How the world's New Media Reacted to 9/11*.

En este libro MCNAIR (2007:33) presenta su análisis de la cobertura del 11-S en la prensa británica: *Daily Telegraph*, *Daily Mirror*, *Daily Express*, *Financial Times*, *Daily Mail* y, *the Guardian*, concluye que este acontecimiento fue cubierto “más como un acto de guerra que como un atentado terrorista”. Por su parte, MARÍA MARRON (2007:40), quien también

²² La cursiva es nuestra.

analiza la prensa británica e irlandesa: *Times*, *the Sunday Times*, *the Guardian* y *the Irish Time*, destaca como la cobertura periodística realizada por los diarios sigue aún reflejando “ideologías políticas” al momento de contar a sus lectores sobre un acontecimiento determinado. Esta idea de la autora la relacionamos con una de las conclusiones de la investigación de LA PORTE & SÁBADA (2007) que con respecto al tema exponen que “la palabra terrorismo fue preferida cuando había una intención de domesticar el problema. Un enfoque de guerra era utilizado para mencionar el apoyo y lealtad a los Estados Unidos”.

Finalmente, el estudio de VILLANUEVA (2002) sobre la *Escenificación mediática de los conflictos* nos ayudó a comprender -en una mayor dimensión- el importante rol del periódico como medio de difusión que pone en escena los hechos y procesos de la realidad social apelando a recursos expresivos como la palabra escrita, la titulación y redacción, las imágenes, las tipografías, etc., siendo todos ellos elementos que ofrecen un ángulo de observación para los lectores. Sobre esta cuestión el autor advierte:

Esta escenificación operada por el periódico implica una labor de construcción de sentido [...] Y en lo que concierne a la re-presentación mediática de los conflictos una de sus características suele ser la intensificación dramática del relato que conlleva a la espectacularización (p.8)

1.5. Elementos de la teoría del periodismo considerados en este trabajo de investigación

Como se dijo en la introducción de este capítulo primero, el modo en que los diarios titularon los atentados del 11-S es otra de las cuestiones que se analizan en esta investigación. Por consiguiente, es necesario indagar sobre los recursos teóricos que aporta

la teoría del periodismo sobre este tema y que nos darán luz sobre cuál fue el primer mensaje que los diarios brindaron a sus lectores sobre los atentados.

En este sentido, RUIZ (2006:181) señala que:

La teoría del periodismo se pregunta acerca del buen quehacer periodístico, lo cual implica una extensa gama de conceptos y dinámicas de funcionamiento que muestran los periódicos en su labor de interpretación de la realidad. Aspectos tales como qué es noticia, cómo debe desarrollarse la relación fuente/medio, qué es la desinformación, qué entendemos por tendencia en los medios, etcétera, son cuestiones que, pese a encontrarse siempre en el tapete del discurso académico cobran ahora una importancia especial, cuando unos hechos noticiosos dramáticos hacen que desde los foros académicos y profesionales se recuerde la acuciante necesidad de pensar en y sobre el trabajo de los medios.

1.5.1. El titular periodístico *moderno*

Este tipo de titulares se caracteriza por condensar el contenido dominante en una información y, a su vez, sirve para captar la atención del lector. En este sentido, debe cumplir con tres características: ser concreto, inequívoco y sugerente (LÓPEZ, 2009).

Sobre este tema, CASASÚS (1988, citado en LÓPEZ 2009) propone que, según el modelo genuino del diario, la titulación puede ser “fantástica o de efecto” para los diarios *popular-sensacionalistas* y titulación “fría” para los diarios *informativos-interpretativos*. Según afirma LÓPEZ (2009:28), “Cada día se prodigan más los primeros (*titulación fantástica o de efecto*)²³ a través de la prensa provincial que busca formas más visuales y títulos más atractivos para llamar la atención del lector, a veces desdeñando los aspectos informativos”.

²³ La cursiva aclaratoria, es nuestra.

A pesar de esta tendencia, se debe recuperar la idea de que un buen titular no solo debe servir para llamar la atención del lector sino que debe concebirse como una parte fundamental dentro de una estructura que tiene como finalidad aportar información. “Un título debe anticipar la noticia, no agotarla” HIDALGO LÓPEZ (2009:29). Los titulares son elementos imprescindibles de las informaciones periodísticas. Su contenido transmite el hecho noticioso y su forma expresa, de una manera gráfica, el sentido editorial que cada diario quiere atribuir a los hechos acontecidos CASTAÑOS (2004).

A su vez, para MOMPART (1982), los titulares forman parte de lo que se denomina el primer nivel informativo al que tiene acceso el lector. De la confección de los titulares, entre otros aspectos, depende que los lectores sigan o no leyendo el periódico.

El hecho de que los diarios compitan con los medios audiovisuales como la televisión y la Internet, hacen que estos manifiesten cambios en la titulación de sus tapas como consecuencia. Asimismo, la opción de cómo titular sigue siendo crucial para captar al lector. En este sentido, LÓPEZ (2009:29) explica:

Del estudio de las técnicas redaccionales modernas referentes a la titulación, juntamente con la evolución de la prensa escrita y en relación con la competencia que el audiovisual supone para ella, se deduce la importancia que hoy en día tienen los titulares, más aún en sociedades donde la gran mayoría de las personas se queja de falta de tiempo para leer titulares.

Cabe destacar que las tendencias del diseño gráfico desarrolladas en los últimos años han impuesto principios de armonización y de equilibrio formal de los títulos, basados en la uniformidad de tipos y familia de letras, y en la proporcionalidad de los cuerpos. “Estas

condiciones técnicas y estéticas de la confección de los diarios han obligado también a simplificar drásticamente la frase del título en contraste con la práctica del título informativo que aceptaba la preparación y publicación de títulos basados en frases de notable extensión” CASASÚS (1988:124).

De los estudios sobre titulación periodística realizados por GÓMEZ MOMPART (1982); LORENZO GOMIS (1991); FONTCUBERTA (1993); MARTÍNEZ ALBERTOS (1991); HIDALGO LÓPEZ (2009) podemos resumir las siguientes características del título, subtítulo y antetítulo:

1) El título

- a) Es el elemento más importante del titular.
- b) Sirve principalmente para llamar la atención del lector sobre el contenido del texto periodístico. “Busca despertar el interés del lector” (FONTCUBERTA, 1993:117).
- c) Contiene lo más esencial de la noticia.²⁴ “El titular es la substancia de la noticia [...] Sólo cuando se tiene el titular se tiene la noticia. O, más exactamente, el titular es la noticia” (GOMIS, 1991:31).
- d) Recoge y resume los elementos más importantes de la entrada del texto informativo.

2) El subtítulo

- a) Es un elemento que complementa al título.
- b) Suelen tener más palabras que el título y el cuerpo es de menor tamaño.
- c) Busca ampliar la información contenida en el título y satisfacer la atención del lector con elementos complementarios.²⁵

²⁴ Si se trata de un texto informativo suele responder a las dos preguntas más importantes: *qué* y *quién*.

- d) Antetítulo y subtítulo son elementos excluyentes Si el título tiene el primero debe excluir el segundo. No obstante, *su uso está sujeto al diseño del diario y al tipo de acontecimiento.*²⁶
- e) Debe redactarse de tal manera que no dependa sintácticamente del título. Su supresión no debería impedir la comprensión del conjunto. Hay que evitar la repetición de palabras.
- 3) Antetítulo
- a) Es un elemento del titular y lo complementa.
 - b) Suele tener más palabras que el título y un cuerpo de letra menor.
 - c) Indica de modo general el tema que se va a tratar en el cuerpo informativo.
 - d) Explica algunos elementos importantes de la información.

Sobre este elemento, HIDALGO LÓPEZ (2009:36) explica que “mientras el título cuenta la noticia, el antetítulo lo explica o desarrolla. El antetítulo, aunque guarda una muy estrecha relación con el título, debe redactarse de modo que puedan leerse por separado uno de otro”.

1.5.2. La clasificación de titulares de Antonio López Hidalgo

Luego de un relevamiento bibliográfico sobre los académicos que han formulado diferentes propuestas para clasificar los titulares como ALBERT SUTTON (1963); ALARCOS LLORACH

²⁵ Con respecto al subtítulo, MOMPART (1982:29), explica que este “sirve para aligerar la lectura y para atraer la atención de algún nuevo dato. Va entre los párrafos de la noticia, en un cuerpo mayor y/o distinto de letra que los de la información”.

²⁶ Ante acontecimientos de gran envergadura -como los atentados terroristas del 11-S- la gran mayoría de los diarios optan por diseñar portadas totalmente diferentes a las que muestran todos los días. El experto en diseño, STEVEN AMES (1989:54), explica que “alejarse del diseño que rutinariamente se realiza no significa descartar líneas maestras de cada día. La adopción del concepto de página total descansa en la consistencia del diseño. El periódico de un día especial debe parecer que es obra del mismo equipo que edita el diario día a día”.

(1977); MARTÍNEZ ALBERTOS (1991); NUÑEZ LADEVÉZE (1995) y ANTONIO LÓPEZ HIDALGO (2009) optamos por la clasificación de titulares de este último por considerarla la más completa y abarcativa. Este autor basándose en las premisas del estudio sobre titulación periodística realizado por LADEVÉZE (1995), propone una “nueva clasificación de titulares” que exponemos a continuación:

- 1) *Títulos expresivos*: este tipo de títulos tratan de expresar los sentimientos que la noticia va a suscitar en los lectores. “Un título es más expresivo cuanto más trate de representar el mundo interior de quien lo titula” (LÓPEZ, 2009:49). Generalmente, este tipo de titulares no está orientado a informar sino que su misión fundamental es la de evocar. Se caracterizan por ser palabras que aparecen sueltas, a veces acompañadas de signos ortográficos. Al optar por este tipo de titulares se presupone que el lector tiene conocimiento del tema a tratar.
- 2) *Títulos apelativos*: con estos títulos se busca llamar la atención sobre un hecho del cual no se presupone que el lector conozca en profundidad. “Van encaminados a reforzar o modificar las actitudes de los destinatarios, no tanto para cambiar su punto de vista como para suscitar su emotividad y sentirse atraídos por la información” (LÓPEZ 2009:50). Complementando esta idea, GRIJELMO (1997 citado en LÓPEZ, 2009: 50) señala que “a veces un periódico se dirige en su titular no solo a los lectores, de manera general, sino a una persona concreta particularmente”.
- 3) *Títulos informativos*: “El título informativo es el que tiene por función principal identificar los rasgos de la unidad de espacio temporal al que se refiere el título informativo: identifica, pues, una secuencia del acontecer” (LÓPEZ, 2009:51). El

autor resalta la idea de que estos títulos son considerados “autosuficientes” por contar con un valor textual de que los otros tipos de títulos carecen.²⁷

- 4) *Títulos enunciativos o temáticos*: si bien este tipo de títulos son considerados títulos informativos tienen la particularidad de que “ayudan a situar al lector en torno al hecho que se informa, pero no se mencionan otros datos que el lector necesita para comprender el hecho en toda su complejidad” (LÓPEZ, 2009:53).
- 5) *Títulos creativos*: este tipo de título se caracteriza por la simple intención de llamar la atención del lector con una “frase ocurrente y llamativa”²⁸. Necesita ser acompañado de un antetítulo o subtítulo que sea informativo para que complete al título. Al respecto, LÓPEZ (2009:53) explica que “debe ser ingenioso, pero también tiene que transmitir información”.
- 6) *Títulos informativos-explicativos*: además de informar, añaden una explicación al lector para que éste pueda comprender las causas o las consecuencias de la noticia que se está tratando en un determinado momento. “Este tipo de titular no responde sólo a las preguntas quién y qué, sino que pretende resolver otras dos: porqué y para qué” (LÓPEZ, 2009:53).
- 7) *Títulos de actos de habla*: en esta categoría podemos encontrar a los títulos en forma de cita textual, a los títulos en forma de cita indirecta y a los mixtos. Este tipo de títulos hace referencia a cuando se cita un acto de habla “un hablante atribuye a otro ciertas palabras: ya sea las palabras exactas, ya sea su contenido [...] Esas

²⁷ Cabe destacar que los títulos informativos en su mayoría adquieren la forma gramatical de una oración con sujeto, verbo y predicado. Generalmente, responden a las preguntas: qué y quién. Hay autores que subdividen a los títulos informativos como es el caso de FONTCUBERTA (1995) que distingue dos tipos de títulos informativos: los *estáticos*, que describen efectos o resultados de las acciones que se informan; y los *dinámicos*, que se refieren principalmente a la acción.

²⁸ Este tipo de títulos son más comunes en las portadas de los diarios de corte sensacionalista.

palabras quedan, así atribuidas: citar es siempre atribuir intencionalmente” REYES (1993:8).

1.5.3. Estudios que tratan parámetros para la *confección de portadas*

El modo en el cual los diarios, tanto nacionales como extranjeros, confeccionaron sus portadas cobra una especial significación dado el hecho histórico que tratamos.²⁹ El papel de los medios como referentes sociales de primer orden debería conllevar una apuesta por la responsabilidad basada en una fundamentación sólida sobre el deber ser de la información en un momento de crisis RUIZ (2004).

Las tapas de los diarios son las portadoras del *primer mensaje* que recibe el lector. De este primer nivel informativo deriva la importancia de los parámetros que se tienen en cuenta para su titulación. Es decir, la manera en que se va a presentar la información. Varios son los estudios realizados hasta el momento sobre el impacto de los ataques terroristas en la prensa escrita: EDO (2002), PAU AMÉRIGO (2002), RUIZ (2004), LOZANO (2004), CASTAÑOS (2004), SCHECHTER (2005), MCNAIR (2007), MARRON (2007), LA PORTE & SÁBADA (2007), entre otros.

Dado que en su mayoría son trabajos realizados en universidades extranjeras se los consideran como referencia científica para la realización de este estudio, que busca realizar un aporte sobre la cobertura que hizo la prensa argentina, de manera particular, y latinoamericana, en general, del los atentados del 11-S.

²⁹ Sobre el carácter histórico del 11-S, SALAVERRÍA (2006:30), comenta que “en particular, los ataques terroristas a Estados Unidos acaecidos el 11 de setiembre del 2001 y los perpetrados en Madrid el 11 de marzo del 2004, son catástrofes históricas casi sin ningún paragón y; por tanto, incomparables piedras de toque para evaluar el grado de evolución alcanzado por cada medio”.

Al analizar las tapas de los diarios aparecen elementos como el *lenguaje* y las *palabras* utilizados para contar a los lectores lo que había sucedido que influyen en la valoración que los lectores hacen del hecho que se les presenta y -en el caso de acontecimientos *catastróficos* y *violentos*-³⁰ su influencia puede ser generadora de comportamientos. De ahí, la seriedad y responsabilidad con las que deberían ser tratados todos los temas y la importancia del lenguaje.

Al respecto, LA PORTE (1999:84) señala:

El lenguaje utilizado afecta de modo decisivo a la valoración y tratamiento de las noticias, y tiene un fuerte impacto en la opinión pública. Las palabras pueden infundir pánico, legitimar una agresión u opresión, justificar un comportamiento deshumanizado o racionalizar una intervención militar. Para quien no presencia directamente el conflicto, importa más la violencia del lenguaje que la violencia del hecho mismo.

Como bien lo señala la autora las palabras tienen poder. En un estudio que centra su atención en cómo titularon y cómo definieron, los diarios en sus tapas, los atentados terroristas del 11-S esta es una consideración de la que no podemos prescindir. Así también, WIÑAZQUI (2004:21) en su libro *La noticia deseada* afirma que “Las palabras no son inocentes y una oración aparentemente inocua [...] puede encubrir un misil lingüístico que es necesario despiezar como a una bomba de tiempo”. De aquí deriva la importancia de la correcta elección de las palabras, algo que no siempre se da como lo expondremos en algunos casos estudiados en este trabajo de tesis.

³⁰ Como ejemplo cabe señalar la definición de RUIZ (2004:182) sobre el impacto en la prensa escrita de los atentados del 11-M en España: “Se trata de un momento crucial y determinante. Los medios de comunicación se erigen en el eje vertebral de las circunstancias del país en un intervalo de tiempo en el que prima el desconcierto provocado por la desinformación. La audiencia busca respuestas, y estamentos como el Gobierno y las fuerzas de seguridad aún no pueden darlas. Se trata de un momento especial, pues los diarios- menos condicionados por la acuciante actualización de las informaciones que la radio y la televisión-tienen más tiempo para encajar las piezas que, una vez ordenadas, explicarán el hecho”.

Asimismo, cabe destacar que los elementos de diseño³¹ que acompañan a los titulares de tapa también influyen editorializando la información y generando tendencias. “Unas decisiones (*editoriales*)³² pueden afectar la vida personal o de toda una comunidad” HERNÁNDEZ (2002:112). Del mismo modo, BOUDIEU (1997:28) contribuye con la idea de que “la simple información, el hecho de informar, *to record*, de manera periodística, implica siempre una elaboración social de la realidad capaz de provocar la movilización (o desmovilización social)”.

1.6. Justificación metodológica de esta investigación

1.6.1. Objetivos

En este trabajo de investigación buscaremos cumplir con los siguientes objetivos:

- Detectar las palabras y expresiones preferidas por los diarios para dar a conocer la noticia en los titulares de sus portadas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001.
- Identificar las principales similitudes y diferencias entre las definiciones que dieron los diarios argentinos y extranjeros de referencia del acontecimiento.
- Identificar cuáles fueron los temas en los que centraron la atención los diarios nacionales y extranjeros en sus portadas del 11 y 12 de setiembre.
- Descubrir qué relevancia tuvieron los temas locales vinculados a la tragedia en los títulos de tapa.

³¹ “[...] la composición visual impone una articulación entre materia semántica y diseño. Siguiendo esta línea: los puntos de fuerza, aquellos que capturan el interés del lector, son los textos mismos acompañados decisivamente, pero en términos perceptivos periféricamente, por el diseño”, WIÑAZQUI (2004:25).

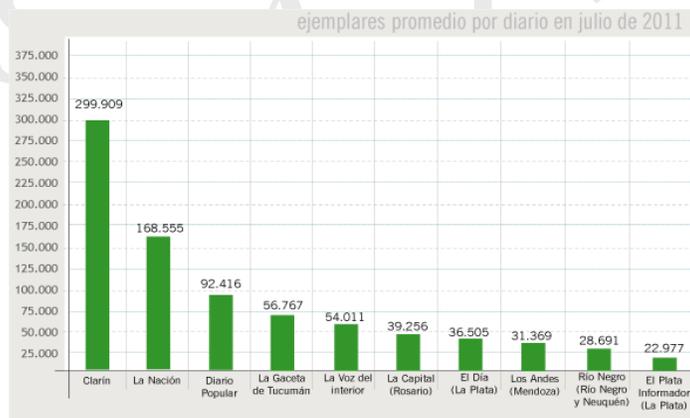
³² La cursiva es aclaratoria y es nuestra.

-Detectar qué tipo de titulares se eligieron para dar a conocer la noticia de los atentados en la prensa escrita.

1.6.2. Selección de medios

Los diarios elegidos para este trabajo de investigación son los más vendidos en sus países de origen y están incluidos dentro de la categoría de diarios de interés general, de tirada diaria y son pagos. En el caso de la prensa argentina, los diarios más vendidos son *Clarín* y *La Nación*, a los que anexaremos los diarios más vendidos en el interior del país con el objetivo de identificar la localización de las noticias tras el atentado del 11-S. Es decir, en qué medida acercan un acontecimiento mundial al plano local. Los diarios analizados para este objetivo son: *Los Andes* (Mendoza), *La Voz del Interior* (Córdoba), *La Gaceta de Tucumán* (Tucumán), *La Capital* (Rosario) y *Río Negro* (Chubut).

La elección de los diarios se hizo teniendo en cuenta los datos del Instituto de Verificación de Circulaciones (IVC)³³ de principios del año 2011 donde aparecen los más vendidos del país:



Fuente: IVC (2011)

³³ Este es un organismo de carácter no oficial que está conformado por medios gráficos, anunciantes y agencias al que los medios no están obligados a suscribirse. Sin embargo, los datos que surgen de sus relevamientos sirven como referencia para los estudios de mercados sobre medios en Argentina.

En el caso de la prensa extranjera se analizarán los dos diarios de referencia de los siguientes países: Brasil, Colombia y España.

En el caso de la prensa brasilera los diarios de referencia son *O Estado de Sao Paulo* y el diario *O Globo*. Para el análisis de la prensa colombiana contaremos con los diarios *El Espectador* y *El Tiempo*. Y finalmente, para el estudio de la prensa española tendremos en cuenta a los diarios *El País* y *El Mundo*.

Como veremos a continuación, la elección de cada uno de estos diarios se corresponde con la característica de que son los dos diarios de mayor venta en cada uno de sus países, dato obtenido mediante la consulta a los Institutos de Verificación de Circulaciones -o instituciones correspondientes- en cada uno de estos.

1.6.3. Breve contexto de los diarios seleccionados

Clarín fue fundado en 1945 por Roberto Noble, político y periodista de orientación desarrollista. Es un diario *multitarget* que tiene llegada a todos los niveles de la población. Este diario cuenta con la mayor participación de mercado, tanto en Buenos Aires como en el resto de Argentina. El diario *La Nación* fue fundado en 1870 por el ex presidente Bartolomé Mitre, militar, periodista, escritor y político. En este caso la tirada es de 168.555 mil ejemplares, muy por debajo a los 299.909 de *Clarín*³⁴. Se encuentra entre los diarios más tradicionales del país.

De los diarios provinciales, el diario *La Gaceta* de la provincia de Tucumán es el más vendido. Fue fundado el 4 de agosto de 1912 por el periodista Alberto García Hamilton. Le sigue –teniendo en cuenta la cantidad de diarios vendidos- el diario *La Voz del Interior* de

³⁴ Los datos a los que se hace referencia corresponden al IVC-Julio 2011.

la provincia de Córdoba fundado el 15 de Marzo de 1904 por Silvestre Rafael Remonda y José Naso. En la actualidad, *La Voz del Interior* es el líder entre los diarios de interés general en Córdoba³⁵ y pertenece al Grupo Clarín. Los datos del IVC ubicaron al diario *La Gaceta* con 56.767 de ejemplares vendidos al mes de julio-2011 sobre los 54.011 de ejemplares vendidos por *La Voz del Interior*.

En la provincia de Santa Fe, el diario de referencia es *La Capital*. Fue fundado por Ovidio Lagos y Endoro Carrasco el 15 de noviembre de 1867. Hoy, pertenece a la empresa *Unomedios* creada y conducida por Daniel Vila. Este diario, según el IVC, se ubica con un total de 39.256 ejemplares vendidos en julio-2011 por encima del diario *Los Andes* (de la provincia de Mendoza) con 31.369, también parte de la muestra de esta investigación.

Finalmente, consideramos al diario *Rio Negro* (de la provincia que su nombre evoca) con un total de ventas a julio del 2011 de 28.691 ejemplares, lo que lo ubica por debajo del diario *Los Andes* pero por encima del diario *La Plata Informador*, también considerado uno de los más vendidos con un total de 22.977 según el IVC. El matutino *Rio Negro* fue fundado el 1ro de mayo de 1912 por Fernando Rajneri, quien fuera Ministro de Educación y Justicia de la Nación durante la presidencia de Alfonsín. Es el diario más antiguo de la Patagonia Argentina.

Respecto de los diarios extranjeros seleccionados se optó por los de referencia en sus correspondientes países con marcada trayectoria tanto a nivel local como internacional.

³⁵ Para ampliar datos visitar: www.lavoz.com.ar/themes/lavoz/laempresa/index.html

En el caso de Brasil, se tomaron como muestra los dos diarios más vendidos según el Instituto de Verificación de Circulaciones³⁶ de ese país. Así, el diario *Folha de S. Paulo* es reconocido como el más vendido con una media diaria de 294.498 ejemplares según el IVC.³⁷ En segundo lugar, se encuentra el diario *O Estado de Sao Paulo*, eje del Grupo Estado³⁸. Nace como *A Provincia de S. Paulo* en 1875 cambiando al nombre que lleva en la actualidad en 1891, y está dirigido por Julio Cesar Ferreira de Mesquita.

Como diarios de referencia de Colombia se eligieron (siguiendo la lógica de los diarios más vendidos según el EGM³⁹) los diarios *El Tiempo* y *El Espectador*. El primero fue fundado por el abogado y periodista Alonso Villegas Restrepo el día 30 de enero de 1911. *El Espectador* fue fundado el 22 de marzo de 1887 por Fidel Cano Gutiérrez, reconocido periodista colombiano.

Finalmente, en el caso de España se eligieron los diarios *El País* y *El Mundo*, los más vendidos según la Oficina de Justificación de la difusión (OJD). El diario *El País* es líder en circulación, su fundación data del 4 de mayo de 1976. Los datos de OJD, período enero-diciembre de 2010, le dieron un promedio de tirada de 473.407 ejemplares y un promedio de difusión de 370.080. Por su lado, *El Mundo* tuvo un promedio de tirada de 383.713 ejemplares y como promedio de difusión un total de 284.901, ubicándose como el segundo más vendido de España. Este último fue fundado en 1989 por Alfonso de Solas, Balbino Fraga, Juan González y Pedro Ramírez.

³⁶ Para ampliar ver: <http://www.ivcbrasil.org.br/>

³⁷ Los datos corresponden al 2010 que son los que se encuentran disponibles online, aún no hay actualizaciones 2011.

³⁸ Es un grupo de medios de comunicación del Brasil que abarca prensa escrita, radio y televisión.

³⁹ Estudio General de medios de Colombia.

La selección de estos diarios se hizo con el objetivo de lograr una muestra representativa sobre cómo fueron definidos los atentados del 11-S por el periodismo iberoamericano en general y en el caso argentino en particular. Es por ello que en el caso de Argentina se incluyen diarios del interior sumados a los dos de mayor referencia.

1.6.4. Unidades de análisis

En este trabajo las unidades de análisis son los titulares tanto principales como secundarios de las tapas de las ediciones especiales del 11 de setiembre de 2001 y de las tapas del 12 de setiembre de 2001 de los siguientes diarios:

DIARIOS ARGENTINOS	PROVINCIA
1. Diario Clarín	Buenos Aires
2. Diario La Nación	Buenos Aires
3. Diario La Gaceta	Tucumán
4. Diario La Voz del Interior	Córdoba
5. Diario La Capital	Santa Fe
6. Diario Los Andez	Mendoza
7. Diario Río Negro	Neuquén

DIARIOS EXTRANJEROS	PAÍSES
1. Diario El Tiempo	Colombia
2. Diario El Espectador	Colombia
3. Diario O Estado de Sao Paulo	Brasil
4. Diario O Globo	Brasil
5. Diario El Mundo	España
6. Diario El País	España

Fuente: elaboración propia

1.6.5. Método

Para llevar a cabo este trabajo de investigación se utilizará la técnica de *análisis de contenido*. BERELSON (1952: 18) sostiene que esta es una “técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la

comunicación”. La objetividad a la que se refiere el autor hace que sea necesaria -en la investigación- el empleo de procedimientos que puedan ser utilizados por otros investigadores de modo que los resultados que se obtengan puedan ser posteriormente empleados y verificados por cualquiera de ellos que se interese en el campo de estudio abordado. Siguiendo estas consideraciones es que se confeccionarán tablas para la acumulación de los datos necesarios para llevar a cabo el trabajo de campo que requiere esta investigación.

1.6.6. Análisis de contenido

a) Muestra

La muestra con la que trabajamos en esta investigación está compuesta por 23 tapas de diario y 80 titulares, incluyendo los *títulos principales* y *secundarios* de todas las portadas del total de diarios. Como ya se dijo, los días que se analizan son el 11/09/01 y el 12/09/01.

b) Categorización

La categorización según BARDIN (1996:90) se define como “una operación de clasificación de elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación, tras la agrupación por analogía, a partir de criterios previamente definidos”. Sin embargo, esta agrupación también puede ser realizada teniendo en cuenta criterios temáticos.

Títulos principales de tapa: La valoración de esta categoría se hará teniendo en cuenta que los títulos principales son aquellos que tienen las letras en mayor tamaño, ocupan un número mayor de columnas y están resaltados en negrita.

Títulos secundarios de tapa: La valoración de esta categoría se hará teniendo en cuenta que los títulos secundarios son aquellos que aparecen en menor tamaño que el título principal, ocupan menos columnas, pueden o no aparecer resaltados en negrita.

c) Código elaborado

El código se creó con el propósito de cumplir con los objetivos que se plantean al inicio de esta investigación. Para detectar tendencias en la cobertura periodística que realizaron tanto los diarios nacionales como extranjeros se plantearon tres categorías referidas al contenido:

a) **Temas:** esta categoría está compuesta por ocho variables que representan las múltiples cuestiones a las que hacen referencia los diarios en sus tapas tras el atentado del 11 de setiembre del 2001. El interés de estas variables se encuentra en que nos ayudarán a detectar qué temas vinculados a los atentados fueron tratados con mayor relevancia y cuáles con menor, es decir, cuál fue la agenda de los diarios a propósito de los atentados. Se optó por hacer una diferenciación entre temas que prevalecieron en la titulación principal y los temas a los que se evocan en los títulos secundarios de las portadas. La variables son:

- 1) Destrucción de las Torres Gemelas
- 2) Víctimas/Testimonios
- 3) Impacto Político/Declaraciones oficiales
- 4) Impacto económico
- 5) Agresores/Atribución del atentado
- 6) Alusión al terror/Terrorismo
- 7) Referencias a localismos
- 8) Perturbación del ánimo mundial

9) Otros

b) **Palabras:** esta categoría la integran nueve variables que representan la variedad de expresiones que se utilizaron para definir el acontecimiento tratado en este estudio. La importancia de esta variable radica en que nos permitirá descubrir cómo definieron los diarios al 11-S en sus portadas. Las variables consideradas son:

- 1) Terror
- 2) Horror
- 3) Pánico
- 4) Terrorismo
- 5) Guerra
- 6) Ataque
- 7) Atentados
- 8) Alerta
- 9) Otros

c) **Tipo de titular:** en esta categoría se incluyen siete variables que tienen como objetivo aportar información sobre si los titulares de las portadas de los diarios apelaron a informar o generaron un impacto emotivo. Es importante aclarar que estas variables fueron confeccionadas teniendo en cuenta la clasificación de titulares de LÓPEZ HIDALGO (2009) que consideramos -dada las características presentadas en la primera parte del capítulo primero- nos permitirán cumplir con este objetivo. Las variables consideradas son:

- 1) Títulos expresivos
- 2) Títulos apelativos

- 3) Títulos informativos
- 4) Títulos enunciativos/temáticos
- 5) Títulos creativos
- 6) Títulos informativos-explicativos
- 7) Títulos de actos de habla
- 8) Otros



Universidad de
San Andrés

CAPÍTULO SEGUNDO

*Tendencias en la elaboración de la **agenda temática** de las tapas de los diarios argentinos y extranjeros del 11 y 12 de setiembre del 2001*

Preguntarse cuáles fueron los temas de mayor relevancia para la prensa nacional y extranjera tras los atentados terroristas del 11-S nos permite descubrir pautas y tendencias en el modo del quehacer periodístico en momentos de crisis. Con este objetivo, consideramos necesario el análisis cuantitativo de los temas que los que hicieron referencia los diarios en sus portadas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001.

En este trabajo de investigación nos referimos a la selección y jerarquización de temas en las portadas de los periódicos. Específicamente, la relevancia de los temas estará determinada por la alusión a los mismos en los *títulos principales* y *secundarios* de las tapas analizadas. A su vez esta estrategia nos aportará información que servirá para identificar tendencias sobre cómo fueron definidos los acontecimientos por la prensa escrita de la región.

Teniendo en cuenta que uno de los objetivos de esta investigación es descubrir tendencias en la cobertura y, por lo tanto, tendencias en la definición que se dio del hecho es que se considera de suma importancia la **agenda de temas** en las portadas de los diarios del 11 y 12 de setiembre de 2001. Los resultados que surjan de esta primera etapa serán complementados con datos sobre las **palabras** utilizadas en la titulación (Capítulo III) para definir el hecho y los **tipos de titulares** (Capítulo IV) que se eligieron para dar a conocer la noticia.

En este capítulo, se podrán observar una serie de gráficos que surgen del análisis cuantitativo de los temas que aparecen en los *títulos principales* y *secundarios* de las tapas de los diarios más vendidos del país y del exterior. Como se anticipó, en el caso argentino, la muestra está compuesta por los diarios: *Clarín* (Buenos Aires), *La Nación* (Buenos Aires), *La Gaceta* (Tucumán), *La Voz del Interior* (Córdoba), *La Capital* (Rosario), *Los Andes* (Mendoza) y el diario *Río Negro* (Neuquén). En el caso extranjero contamos con los diarios: *El Tiempo* (Colombia), *El Espectador* (Colombia), *O. Estado de S. Paulo* (Brasil), *O Globo* (Brasil), *El Mundo* (España) y *El País* (España).⁴⁰

Los resultados de la categoría *temas* que se expondrán a continuación fueron obtenidos mediante la elaboración de dos tablas⁴¹ utilizadas para registrar los tópicos a los que mayoritariamente hicieron referencia los *títulos principales* y *secundarios* de las portadas de las *ediciones especiales* publicadas el día del atentado y las publicaciones ordinarias del día después. Esto, su vez, nos permitió confeccionar un *ranking* que demuestra cuáles fueron los temas a los que más se hacen referencia en la cobertura.

En primer lugar, haremos referencia a los resultados del relevamiento de las portadas de los diarios argentinos correspondientes a los días 11 y 12 de setiembre del año 2001 con el fin de detectar las principales tendencias en la elaboración de la agenda temática de esos dos días. En segundo lugar, se hará lo mismo con los diarios extranjeros. Y, finalmente, procederemos a una comparación teniendo en cuenta los días y los diarios. El objetivo de

⁴⁰ La selección de medios se encuentra justificada en el **punto 1.6.2 del capítulo I** de este trabajo de investigación. Asimismo, en el **punto 1.6.3**, del mismo capítulo, se encuentra un breve contexto de cada uno de los diarios elegidos.

⁴¹ Cada una de estas tablas cuenta con ocho variables: 1. Destrucción de las Torres Gemelas; 2. Víctimas/Testimonios; 3. Impacto Político/Declaraciones Oficiales; 4. Impacto económico; 5. Agresores/Atribución del atentado; 6. Alusión al terror/Terrorismo; 7. Referencias a localismos; 8. Perturbación del ánimo mundial; y 9. Otros.

esto último es identificar similitudes y diferencias entre la cobertura periodística de la prensa nacional de calidad y la prensa extranjera de referencia frente a un evento de características tan excepcionales como el que estudiamos.

2. El 11-S en la prensa argentina: ¿Cuál fue el mensaje que dieron los diarios en las portadas de sus ediciones especiales?

La cobertura mediática de acontecimientos tan espectaculares como los atentados terroristas del 11-S implica, por parte de las redacciones, un esfuerzo que pone a prueba la capacidad de llevar a cabo una producción periodística de calidad en poco tiempo. Como lo explica MARÍA TERESA SÁDABA (2006:15) en su artículo “*Información, terrorismo y credibilidad de los medios. Independencia y medios de comunicación*”, la excepcionalidad de los eventos ubica en una “tesitura compleja” a los periodistas que tienen como tarea contar a sus lectores qué es lo que está pasando.⁴²

A pocas horas de conocerse la noticia de que los Estados Unidos estaba siendo víctima de uno de los atentados terroristas más graves de la historia, los diarios de referencia tanto nacionales como los más vendidos del interior del país salieron a la calle con ediciones extras.⁴³ En términos concretos, seis de los siete diarios más importantes de la Argentina contaron con una edición especial.⁴⁴

⁴² Si bien el trabajo de la Doctora María T. Sábada trata la cobertura informativa que le dieron los medios a los atentados terroristas del 11-M en España, son muy importantes los aportes que hace sobre el impacto que generan los acontecimientos excepcionales en la rutina del trabajo periodístico.

⁴³ El periodista José Claudio Escribano explica al respecto: “Con la premura que impone una decisión tomada a raíz de hechos tan conmovedores como imprevistos, con la idea de que era indispensable reconstruir sin demoras el día en el que se produjo el ataque masivo sufrido por los Estados Unidos, *La Nación* salió ayer a la calle con una edición especial”. Ver la nota en: “*Una decisión excepcional frente a un acto de terrorismo atroz*”, diario *La Nación*, 12/09/2001.

⁴⁴ El diario *La Capital* de la provincia de Santa Fe no publicó edición especial.

Esta capacidad que tienen los medios de definir -a veces contra el reloj- cuáles son los temas en los que el público centrará su atención, forma parte de una tarea ineludible y rutinaria de los periodistas que trabajan en los medios de comunicación cualquiera sea su formato. En efecto, IGARTUA Y HUMANES (2004 citado en ARUGUETE 2009:13) explican que:

La prioridad de ciertos asuntos por encima de otros surge de dos mecanismos: por un lado, el filtro y la selección de los temas que llegan a las redacciones y que finalmente integran la agenda de los medios; por otro, la concentración de la atención en un mismo tema y un mismo tiempo.

No quedan dudas de que a través de estos mecanismos ⁴⁵ los medios pusieron el tema de los atentados del 11-S a la orden del día. La transmisión en vivo y en directo de la catástrofe, los videos de los testigos -que hicieron furor en internet- y las ediciones extras de los diarios más importantes del mundo, son algunos de los indicadores de que los medios dotaron de relevancia el acontecimiento convirtiéndolo en una noticia mediática. En esto consiste el proceso de tematización y como lo señala ARUGUETE (2009:14-15) existen una serie de condiciones que se tienen que dar para que el proceso se lleve a cabo:

Para que haya tematización, es fundamental configurar un contexto simbólico a partir del cual una situación adquiere un significado público relevante. Un análisis integral de los mecanismos de tematización de los medios requiere incluir la omisión, la no cobertura o la intencional sumisa o penalizada que sufren determinados hechos, objetos o personas.

⁴⁵ PASCUAL SERRANO (2009:27) haciendo referencia a los mecanismos de selección y filtro de las noticias explica que "...esos mecanismos a través de los que se determina lo que es noticia y lo que no, lo que se supone que nos interesa y de los que hablaremos en la cafetería cuando desayunemos con nuestros compañeros de trabajo, lo que los especialistas denominan agenda setting. No se trata tanto de que definan nuestra ideología como de seleccionar cuáles son los temas que nos deben interesar, que es más que imponernos una ideología, puesto que supone sustituir la realidad, todavía más en un mundo donde las relaciones sociales han disminuido mucho en favor de nuestro papel como consumidores de medios".

En este trabajo de investigación, nos detenemos en el modo en el que se llevó a cabo la cobertura de los atentados del 11-S en las portadas de los periódicos más importantes del país y de la región. Como bien lo menciona CASTAÑOS (2004: 69) es en las portadas donde se puede observar el cambio que se da en la cobertura de un hecho extraordinario. “Los acontecimientos excepcionales requieren de portadas excepcionales que sean completamente diferentes a las habituales. Sin necesidad de perder la identidad en el diseño”.⁴⁶

Los resultados obtenidos en la categoría *temas*⁴⁷ son indicadores de relevancia para identificar cómo fue presentado el acontecimiento por los diarios a sus lectores. En esta línea, resaltamos la importancia de la portada como recurso periodístico que cumple la función de portar el *primer mensaje*; es mediante la portada que el lector se siente atraído o no a seguir profundizando sobre una cuestión determinada. Si bien son varios los elementos que construyen una tapa de diario, en este caso en particular, nos centramos en los *títulos principales* y *secundarios* que aparecen en ella⁴⁸ y los temas a los que hicieron referencia.

Como se puede observar en el **Gráfico 1**, en los *títulos principales* de las tapas de las *ediciones especiales*, los diarios centran su atención en tres de los nueve temas considerados. Hay una amplia mayoría de titulares que hacen alusión al *terror/terrorismo* - el 50,0%- aunque se revela una clara preferencia por la palabra “terror” en lugar de

⁴⁶ Con respecto a este tema pero en referencia a los atentados del 11-M en España, el autor señala que “la gran mayoría de los diarios optaron por portadas completamente diferente a las habituales, por razones obvias, ya que la información del día también era distinta”.

⁴⁷ La cursiva es nuestra.

⁴⁸ Al respecto, es necesario aclarar que diferenciamos los *titulares* de los *destacados*. Ambos son elementos que cumplen funciones diferentes aunque complementarias dentro de la tapa.

“terrorismo” a la hora de la titulación.⁴⁹ Al respecto, se destaca que ninguno de los diarios argentinos estudiados utilizó la palabra “terrorismo” en su título principal de tapa.⁵⁰ Lo podemos observar en el siguiente cuadro:

CUADRO 1: DETALLE DE LOS *TITULARES PRINCIPALES* DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES EXTRAS DE LOS DIARIOS ARGENTINOS DEL 11 DE SETIEMBRE DE 2001

Diarios	Titulares principales de tapa del día 11 de setiembre del 2001
Diarios argentinos	
1.Diario Clarín	1.EL DÍA DEL TERROR
2.Diario La Nación	2.Conmoción mundial por el masivo ataque contra EE.UU.
3.Diario La Gaceta	3.Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU.
4.Diario La Voz	4.Terror en EE.UU
5.Diario La Capital	SIN EDICIÓN ESPECIAL
6.Diario Los Andes	5.EEUU promete vengarse de los autores del increíble ataque
7.Diario Río Negro	6.Terror

Fuente: elaboración propia

El tema principal fue el *terror*, hubo una constante alusión de parte de la prensa al miedo que sentía la población y el mundo ante la magnitud de los ataques que sorprendieron a los Estados Unidos la mañana del 11 de setiembre de 2001. En este sentido, destacamos que los resultados obtenidos coinciden con el análisis⁵¹ realizado por CONCHA EDO (2002) que reúne un total de 250 primeras páginas de diarios de todo el mundo en el que la mayoría de

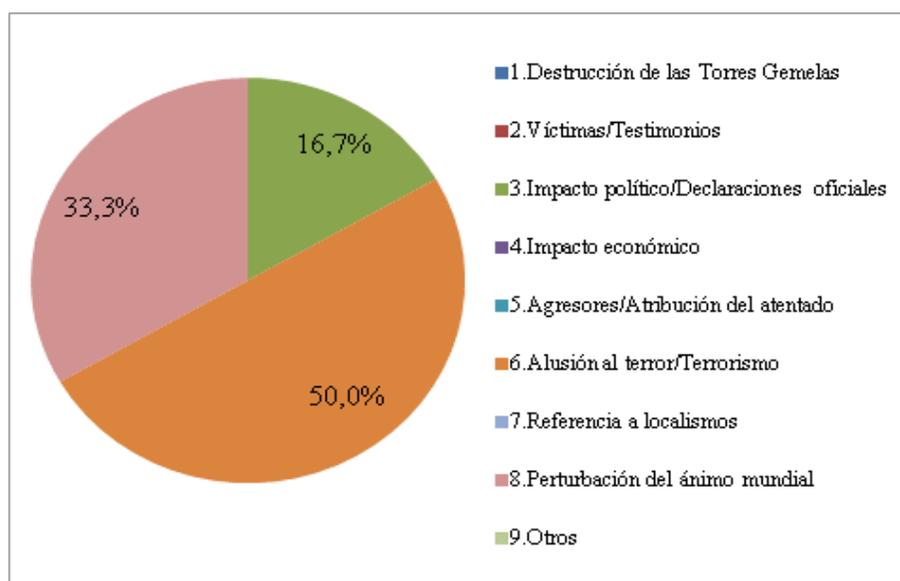
⁴⁹ En el trabajo “*September 11 in the Spanish Press: War or Terrorism Frame?*” llevado a cabo por LA PORTE & SÁDABA (2005:11) las autoras señalan que, analizando los diarios españoles, se puede observar que las palabras que aparecen relacionadas al terrorismo fueron: terror, ataque terrorista, organización terrorista, banda terrorista, aterrorizar”. Es decir, en la cobertura que realizó la prensa escrita la palabra terror hacía alusión al terrorismo.

⁵⁰ Si bien este tema será profundizado en el capítulo III, cuando exponamos los resultados del análisis cuantitativo de las palabras que se utilizaron para definir el acontecimiento, creemos necesario diferenciarlas. Según el Diccionario de la Lengua Española la palabra **terror** significa “Miedo muy intenso” o también “Persona o cosa que produce terror”. Sin embargo, **terrorismo** tiene como significado “Dominación por el terror” o también “Sucesión de actos de violencia ejecutados para infundir terror”. Ver: www.rae.es (Vigésima Segunda Edición).

⁵¹ CONCHA, E. (2002). “Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11-S. La televisión y la prensa”, *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, págs. 77-78.

los medios ofreció imágenes aterradoras de la primera torre atacada envuelta en humo y un avión dirigiéndose a la segunda. Y asegura que la referencia a cuestiones vinculadas al terror encontró su soporte en las imágenes que acompañaban a los títulos de tapa. “Estos sucesos tienen una dimensión visual que no se pueden eludir en ningún medio⁵² porque el impacto informativo de las imágenes era necesario para calibrar la dimensión real de lo que estaba pasando” (CONCHA, 2002:85).

GRÁFICO 1: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

A su vez, en el **Gráfico 1**, se destaca que el 33,3% de los *títulos principales* de las tapas de los diarios argentinos trataron temas vinculados con la *perturbación del ánimo mundial*. Expresiones como “conmoción mundial”⁵³ y “pánico en todo el mundo”⁵⁴ fueron utilizadas

⁵² Con la excepción lógica de la radio.

⁵³ Esta fue la expresión utilizada por el diario *La Nación* en el título de tapa de su edición especial del 11/09/2001.

⁵⁴ Esta fue la expresión elegida por el diario *La Gaceta* para titular su portada del 11/09/2001.

por los periódicos para dar a conocer la noticia. La ausencia de datos oficiales sobre la cantidad de muertos, heridos, evacuados, personas buscadas etc., llevó a los diarios a centrar su atención en el impacto *psico-emocional* de la catástrofe. Al respecto, RODRÍGUEZ & RUIZ (2003:568) explican:

Los actos de terrorismo masivo tienen resultados catastróficos por los múltiples muertos y heridos que se producen así como por las destrucciones de bienes inmuebles y muebles que tienen lugar. Sin olvidar el hecho del impacto social, psicológico, económico y político que ocasionan.

Finalmente, y solo con el 16,7%, aparecen referencias a la variable *impacto político* donde tuvimos en cuenta las *declaraciones oficiales*. En este sentido, el diario *Los Andes* de Mendoza es el único de los siete estudiados que menciona en su *título principal* de tapa la respuesta de los Estados Unidos: “EE.UU promete vengarse de los autores del increíble ataque”⁵⁵. Si bien el Presidente Bush transmitió un mensaje a la población, 45 minutos después del impacto del segundo avión, los periódicos -en su mayoría- no centraron su atención en las *declaraciones oficiales* sino más bien en el impacto psico-emocional. Se destaca entonces que aún contando con la información sobre las consecuencias políticas del acto terrorista, la prensa dio mayor relevancia a las cuestiones más emotivas asociadas al evento. Es por ello que los mayores porcentajes registrados están en las variables *alusión al terror/terrorismo* y *perturbación del ánimo mundial*.

⁵⁵ Título principal de tapa del diario *Los Andes* de la provincia de Mendoza. 11/09/01.

Cabe resaltar que, si bien en los *títulos principales* de tapa no aparecieron referencias a los temas del *impacto económico*, *atribución del atentado/agresores*, *localismos*, y *destrucción de las Torres Gemelas*, en los sumarios y/o destacados de las tapas sí lo hicieron.⁵⁶

La ausencia de *titulares principales* que hagan referencia a la variable *víctimas/testimonios* se explica teniendo en cuenta que la escases de datos sobre cantidad de muertos, heridos y personas buscadas, es una característica de la cobertura de eventos catastróficos como el que abordamos. En estos casos la información es relativa ya que con frecuencia solo se puede deducir una cantidad aproximada de personas afectadas. (RODRÍGUEZ & RUIZ, 2003).

En relación con los temas de los títulos secundarios de las portadas de los diarios argentinos, se puede corroborar en el **Gráfico 2**, que el 37,7% de los titulares se refieren a temas locales. Esto pone de relieve que la cobertura de la prensa nacional argentina se caracterizó por asociar automáticamente los actos terroristas acontecidos en las ciudades de Nueva York y Washington a cuestiones de índole local en tres aspectos: las víctimas (37,5%), la economía (37,5%) y la seguridad (25,0%).

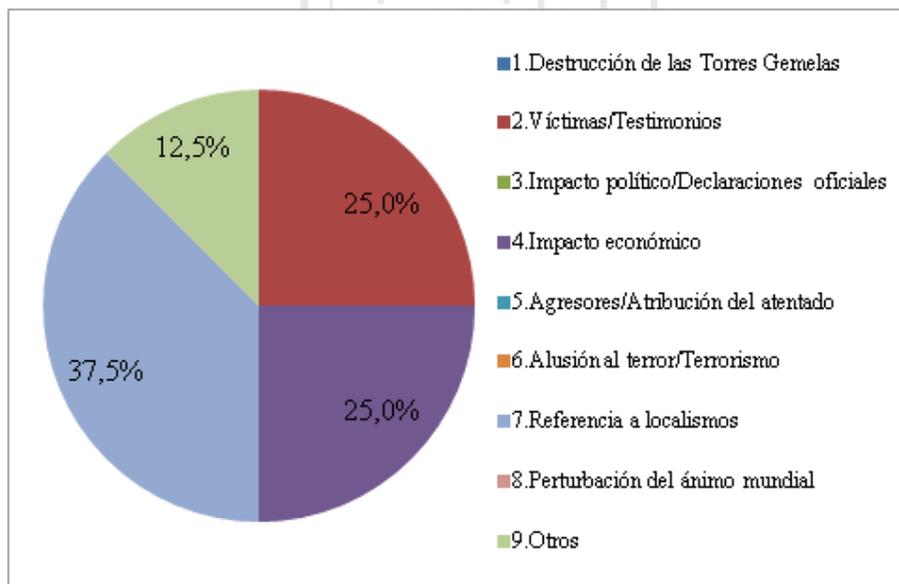
Como bien lo señala Hernández (2002:122):

[...] El 11-S, al igual que los últimos acontecimientos políticos y sociales, están develando que el mundo es cada vez más <pequeño>, más cercano y abarcable. Es decir que cada vez resulta más difícil abstraerse de los problemas que viven otros países por más lejanos a nosotros que se encuentren.

⁵⁶ Uno de los destacados de la tapa de la edición especial del diario cordobés *La Voz del Interior* decía: “Hicieron chocar dos aviones contra las Torres Gemelas, en Nueva York. Momentos después, se derrumbaron”. Ver “Terror en EE.UU”, *La Voz del Interior*, 11/09/2001, portada. Por otro lado, el sumario de tapa del diario *Rio Negro*, expresaba: “EE.UU sufrió el peor ataque terrorista de su historia. El mundo sacudido. Las Gemelas, todo un símbolo, se desplomaron luego de que un avión se estrellara [...] Las bolsas se desplomaron y el petróleo sube”. Ver “Terror”, *Rio Negro*, 11/09/2001, portada.

En segundo lugar, las variables *víctimas/testimonios* e *impacto económico* -ambas con el 25,0%- se destacan como las cuestiones más referidas en los *títulos secundarios* de las portadas. En este punto observamos que los diarios argentinos no publicaron -en las tapas de sus ediciones especiales- datos sobre la cantidad de víctimas sino que basaron la cobertura en la reproducción de los testimonios orales fruto de reportajes realizados por los corresponsales. Esta estrategia revela que ante la falta de datos duros existen otros recursos periodísticos que ayudan a presentar la información. En el caso de los atentados del 11-S, vemos que los testimonios fueron de suma relevancia a la hora de informar a los lectores sobre lo que había pasado. “Siempre será imprescindible el relato minucioso de cómo la gente vivió ese momento, de lo que vió, oyó, sintió, supuso, imaginó y hasta soñó durante los días siguientes” (CAMPS & PAZOS, 1996:196).

GRÁFICO 2: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS SECUNDARIOS DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

En coincidencia con lo que proponen CAMPS & PAZOS (1996), RODRÍGUEZ & RUIZ (2003: 572) en su estudio⁵⁷ sobre las características del periodismo de catástrofe y la cobertura -en particular- de los atentados en EE.UU explican que:

La información, por tanto, se organiza en este tipo de periodismo de catástrofe sobre la base de testigos, supervivientes, las agencias informativas, otros medios de comunicación, estimaciones extraoficiales, rumores, policía, bomberos, protección civil y fuentes sanitarias. Se entrelazan caóticamente todos los discursos informativos como reflejo de la situación excepcional.

Al respecto, destacamos que -como valor testimonial- no existen dudas de que las ediciones especiales de los diarios argentinos, principalmente *Clarín* y *La Nación* “fueron un aporte destacadísimo (más aún si se tiene en cuenta el desafío profesional que significa toda edición extra), y ése parece haber sido su principal objetivo” (PIZARRO, 2001: 15).

Como veremos más adelante, la diversidad temática que presentan las portadas del 12-S es mayor a la del día de los atentados. A diferencia del 11-S, debido a la espectacularidad de los eventos cuatro de los siete diarios argentinos estudiados optó por el título único de tapa en las ediciones especiales.⁵⁸

Así, en la cobertura del 12-S hubo un incremento notable de *titulares secundarios* en las portadas de cada uno de los diarios. Con el fin de aportar información adicional todos los diarios emplearon, por ejemplo, el recurso del destacado y/o sumario. Estas y otras diferencias se analizarán en el siguiente apartado.

⁵⁷ RODRÍGUEZ & RUIZ. (2003). Periodismo de catástrofes: el 11 de setiembre. Análisis del suceso y experiencias vividas, Revista ÁMBITOS, Especial 9-10, págs. 567-596.

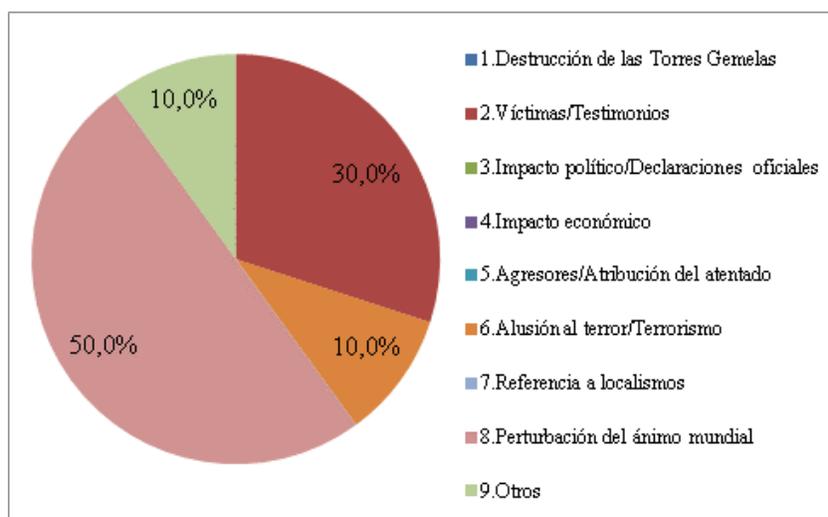
⁵⁸ Diarios argentinos con título único en sus tapas: *Clarín*, *La Voz del Interior*, *Los Andes* y *Río Negro*.

2.1. Las prioridades temáticas del 12-S: cambios relevantes en el tratamiento informativo de los atentados y sus consecuencias

En la cobertura periodística del día después de los atentados hay un interesante cambio en las prioridades de los temas a tratar. Los resultados que expone el **Gráfico 3**, señalan que, en primer lugar, el 50,0% de los *títulos principales* de tapa del día 12 de setiembre destacan como tema principal un conjunto de cuestiones vinculadas con *perturbación del ánimo mundial*.

Expresiones del tipo “alerta máxima”⁵⁹, “conmoción por el peor golpe de la historia...”⁶⁰, y la idea de que los atentados se vivieron como “la peor pesadilla”⁶¹ corroboran la afirmación anterior.

GRÁFICO 3: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

⁵⁹ “Miles de muertos en EE.UU. Y el mundo en alerta máxima”, diario *La Voz del Interior* de Córdoba. 12/09/01. Documento de archivo.

⁶⁰ “Conmoción mundial por el peor golpe de la historia a EE.UU.”, diario *La Capital* de Santa Fe. 12/09/01. Documento de Archivo.

⁶¹ “Miles de muertos en la peor pesadilla”, diario *Río Negro* de Neuquén. 12/09/01. Documento de archivo.

En segundo lugar, con un 30,0% aparecen los tópicos que aluden al tema de las *víctimas/testimonios*. En este caso en particular hay que señalar que el único diario que menciona en su título de tapa la cantidad de víctimas fatales confirmadas al momento de la publicación es el diario *La Gaceta* de la provincia de Tucumán. En esta misma tendencia podemos incluir a los diarios *La Voz* de la provincia de Córdoba, y *Río Negro* de Neuquén, ambos emplearon la expresión “Miles de muertos” en el *título principal* de la publicación del día después. En las siguientes fotografías se pueden observar las similitudes y diferencias:



Fuente: archivo de cada uno de los diarios

Estas características nos llevan a reflexionar sobre el papel de los medios de comunicación, en este caso los diarios, en la construcción emotiva de los hechos trágicos. Como lo vemos en la ilustración de las portadas de arriba solamente uno -el diario *La Gaceta*- de los siete diarios argentinos que tenemos como muestra de estudio hizo una referencia concreta a la

cantidad de víctimas mortales el día después. Teniendo en cuenta que la primera función de los medios de comunicación es informar coincidimos con lo que menciona RUIZ (2006:185) sobre la responsabilidad⁶² de los diarios en el hecho de “no participar” en la construcción emotiva de hechos catastróficos como el 11-S, por dos razones:

-La primera es que el atentado es, por sí mismo, suficientemente emotivo. La audiencia, sin apoyo de imágenes especialmente realistas y crudas, puede comprender las dimensiones del hecho. Un sujeto sufre su experiencia emocional sin necesidad de confirmarla mediante imágenes.

-La segunda razón aduce directamente a la responsabilidad de la prensa como estamento clave en un intervalo de tiempo en donde la sociedad, desorientada y muy afectada emocionalmente, debe-necesita-construir discursos racionales basados en la información tendente a la eliminación de la incertidumbre. Se hace referencia a la búsqueda de respuestas: qué ha pasado, cómo ha sucedido, cuántos heridos, cuántos muertos, autoría, respuesta policial, posibilidad de otros atentados en un corto espacio de tiempo, etcétera.

Por otro lado, si comparamos los resultados obtenidos en el **Gráfico 3**⁶³ con los resultados que muestra el **Gráfico 1**⁶⁴, detectamos una notable disminución- del 40%- en la cantidad de *titulares principales* que se anotan en la variable *alusión al terror/terrorismo* el día 11-S.

⁶² SÁDABA (2006:15), con motivo de la cobertura informativa de los ataques terroristas del 11-M en España explicaba que: “La responsabilidad que se les da por supuesta en circunstancias normales se multiplica en un contexto de conmoción generalizada. La información y el análisis juicioso de los hechos eran una imperiosa necesidad en aquellos momentos, en los que miles de ciudadanos estaban pegados a los medios para conocer cómo evolucionaba la situación”.

⁶³ El gráfico 3 ilustra cuáles fueron los principales temas a los que hicieron referencia los títulos principales de las tapas de las ediciones publicadas por los diarios argentinos el día 12 de setiembre del 2001.

⁶⁴ El gráfico 1 expone los principales temas a los que hicieron referencia los títulos principales de las tapas de las ediciones especiales del 11 de setiembre del 2001.

A partir del 12-S adquieren prioridad los temas vinculados al *ánimo mundial* dejando de lado las amplias referencias hechas al tema del *terror* que abarcaron los *títulos principales* de tapa del día anterior. La cantidad de *titulares principales* que se refieren al tema del *terror* el día después solo obtuvieron el 10,0%.⁶⁵

En relación a la variable *otros temas* debemos resaltar que los *titulares principales* de tapa del día después se correspondieron en un 10,0% con la idea de que el 11-S implicó un *cambio histórico*.⁶⁶ Este es un tema que no habíamos tenido en cuenta como variable y que surge de la aplicación del análisis de contenido en este trabajo de investigación. La tendencia que se registra en la cobertura muestra como los diarios presentaron al acontecimiento como el *peor atentado/el mayor atentado/el más grave atentado* de la historia. De manera puntual, podemos señalar al diario *La Nación* que tituló: “Alerta mundial por el **más grave atentado de la historia**”⁶⁷. En la misma línea, el diario *La Capital* escribió: “Conmoción mundial por el **peor golpe de la historia** a EE.UU”⁶⁸.

Considerando lo mencionado hasta el momento resaltamos que en las portadas del día después la presencia de *titulares principales* que se refieran a las declaraciones de las autoridades oficiales tras los atentados es nula. Sin embargo, como se explicará más

⁶⁵ Los diarios argentinos se caracterizaron por referirse al evento, en un primer momento, como un acto del terror o acto terrorista y a esto se debe que el 11-S la variable *alusión terror/terrorismo* obtuvo el 50,0%. El día después el mensaje cambió. Se cambió de tema. Las portadas de los diarios argentinos, en su mayoría, hablaban de “alerta mundial”, “alerta máxima”, y “conmoción”.

⁶⁶ Este descubrimiento se corresponde con una de las afirmaciones que hace DANNY SCHECHTER (2005:45) en su libro *Las noticias en tiempos de guerra* en el que señala que “Después del 11 de setiembre, mientras muchos de los medios de comunicación hablaban de un mundo cambiante, vi que esos medios no estaban cambiando en absoluto. Había más noticias, claro, pero muchas estaban estancadas en los mismos temas...”.

⁶⁷ La negrita es nuestra.

⁶⁸ La negrita es nuestra.

adelante, en los *titulares secundarios* de las portadas del 12-S hay una notable presencia de títulos que hacen referencia a este tema en particular.⁶⁹

A diferencia del 11-S, es notable la diversidad temática que presentan los diarios en sus portadas el día después de la catástrofe. Específicamente, en los *titulares secundarios* se consideran temas que hasta el momento no habían tenido lugar en las portadas, en la **tabla 1** podemos observar como cada una de las variables consideradas (9) obtuvo un determinado porcentaje, algo que no sucedió en el estudio de los *títulos secundarios* de las portadas del 11-S.

Esta característica se corresponde con el hecho de que a medida que van transcurriendo las horas -los días- la información disponible suele ser mayor. Además, la vuelta al trabajo rutinario en las redacciones permite resaltar, con menor ansiedad y urgencia, temas que no fueron pasados por alto en un primer momento.⁷⁰ Por ejemplo, se destaca el hecho de que el 18,2% de los *titulares secundarios* de tapa se refirieron a temas locales. En particular, la prensa argentina se caracterizó por vincular la situación mundial que se estaba viviendo como consecuencia de los atentados con cuestiones de índole local. Esto lo podemos

⁶⁹ Esto está relacionado al tono de las declaraciones del Presidente George W. Bush quien el 11-S habló de “ataques terroristas” y el 12-S de “actos de guerra” esto, sin duda, hizo que el día después de los atentados se hiciera alusión el tema del *impacto político/declaraciones oficiales* en las portadas de los diarios argentinos. LA PORTE & SÁDABA (2005:104) explican que “Las primeras palabras pronunciadas por el Presidente George Bush el 11 de setiembre del 2001 fueron sobre los ataques terroristas. Es decir, los ataques fueron contextualizados, en un primer comentario como ataques terroristas. Sin embargo, el día después, después de que el Presidente se reuniera con su Equipo de Seguridad Nacional, dijo: “< los mortales y deliberados ataques que se llevaron a cabo ayer contra nuestro país fueron más que actos de terror. Fueron actos de guerra>”.

⁷⁰ MICHAEL SCHUDSON (2006:19), profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia opina que ante eventos como el 11-S “La ansiedad del relato periodístico es doble. No sólo hay ansiedad por identificar *qué* es la historia, sino también por hacerlo de una manera que mantenga la atención de la audiencia. Esto no es un asunto de rating o estudios de mercado; es un problema de conocimiento y aprendizaje tácito, de simpatías humanas y significados compartidos que existen en una determinada sociedad en un determinado momento”.

deducir, por ejemplo, de algunos *titulares secundarios* que aparecieron en las portadas del 12-S: “Hoy, acto de todos los cultos en el obelisco”⁷¹, “Córdoba reforzó la vigilancia”⁷² y “No hay ninguna amenaza en el país”⁷³.

TABLA 1: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS SECUNDARIOS DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %

Tema	Porcentaje
1. Destrucción de las Torres Gemelas	3,6
2. Víctimas/Testimonios	9,1
3. Impacto político/Declaraciones oficiales	9,1
4. Impacto económico	9,1
5. Agresores/Atribución del atentado	12,7
6. Alusión al terror/Terrorismo	10,9
7. Referencia a localismos	18,2
8. Perturbación del ánimo mundial	7,3
9. Otros	20,0

Fuente: elaboración propia

Hasta aquí hemos expuesto los resultados obtenidos sobre los temas a los que se hicieron alusión tanto en los *títulos principales* como *secundarios* de las portadas de las *ediciones especiales* que los diarios más importantes del país publicaron tras los atentados terroristas contra EE.UU.

Como se menciona al inicio de este trabajo, otro de los objetivos es resaltar las similitudes y diferencias que existieron en la cobertura entre la prensa argentina de calidad y los diarios extranjeros de mayor referencia. Analizando las tendencias en la elaboración de la agenda temática de los diarios extranjeros obtuvimos los resultados que presentaremos a continuación.

⁷¹ Ver portada del diario *Clarín* del día 12/09/2001.

⁷² Ver portada del diario *La Voz del Interior* del día 12/09/01.

⁷³ Ver portada del diario *La Nación* del día 12/09/01.

2.2. El 11-S en la prensa extranjera: alusión unánime al terror y el fenómeno del “título único” en las portadas

Al igual que en la prensa argentina, los diarios del exterior centraron su atención en el tema del *terror/terrorismo*. El 57,7 % de los *titulares principales* de las tapas de los diarios estudiados lo consideraron en su cobertura.

Mediante la observación de cada una de las portadas de los seis diarios⁷⁴ que consideramos como muestra de este estudio descubrimos que la totalidad optó por el título único de tapa para presentar la noticia.⁷⁵ Particularmente, en las portadas no se expone una amplia diversidad temática porque al no haber *títulos secundarios* el lector no tiene un índice que le señale cuáles serán los temas a tratar en el interior del periódico. Sin embargo, podemos decir que los temas que se iban a tratar en el interior del mismo fueron adelantados en los destacados y sumarios presentes en las portadas.

CUADRO 2: DETALLE DE LOS *TITULARES PRINCIPALES* DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES EXTRAS DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS DEL 11 DE SETIEMBRE DE 2001

Diarios extranjeros	Titulares principales de tapa del día 11 de setiembre del 2001
1. Diario El Tiempo	1.TERRORISMO declara la guerra a E.U.
2.Diario El Espectador	2.¡TERROR!
3.Diario O Estado de S. Paulo	3.SIN EDICIÓN ESPECIAL
4.Diario O Globo	4.Terror sin límites
5.Diario El Mundo	5.Hecatombe terrorista contra Estados Unidos
6.Diario El País	6.América, atacada. Máxima alerta mundial

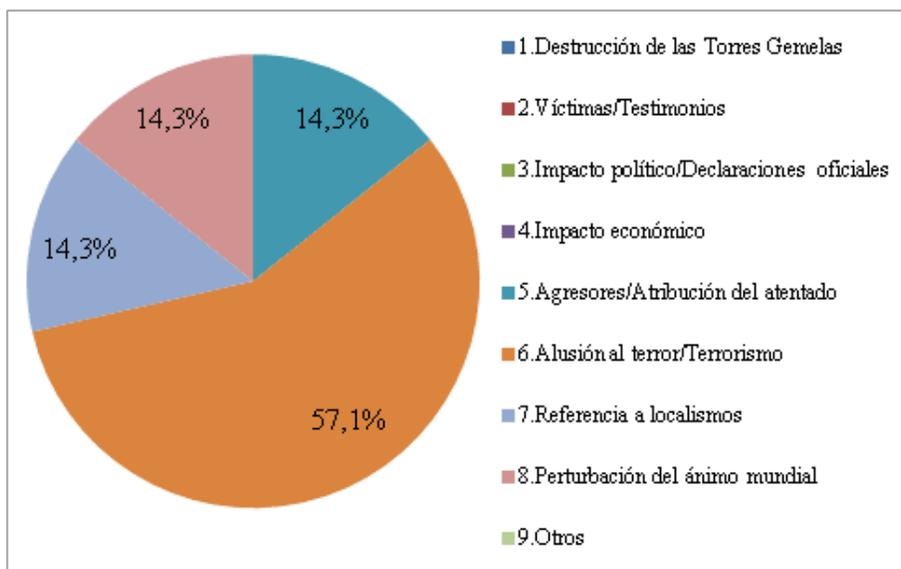
Fuente: elaboración propia

⁷⁴ *El Tiempo* (Colombia), *El Espectador* (Colombia), *O. Estado de S. Paulo* (Brasil), *O Globo* (Brasil), *El Mundo* (España) y *El País* (España).

⁷⁵ El diario brasileiro *O Estado de Sao Paulo* no contó con edición especial impresa sino que ante los atentados a las Torres Gemelas de la mañana del martes 11 de setiembre del 2001 realizó la cobertura vía internet.

Como tendencia general podemos afirmar -teniendo en cuenta los resultados del **Gráfico 4**- que si bien la prioridad fue tratar las cuestiones vinculadas al *terror/terrorismo* también hubieron periódicos que se enfocaron en cuestiones vinculadas a las siguientes variables: *agresores/atribución del atentado*; *perturbación del ánimo mundial*; y *localismos*. Pero el tratamiento fue minoritario: las tres comparten el mismo porcentaje (14,0%) de consideración dentro de los títulos principales de las portadas del 11-S.

GRÁFICO 4: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

Tanto los diarios extranjeros como los diarios argentinos no dudaron en presentar el acontecimiento como un ataque terrorista. Los resultados obtenidos señalan que la *alusión al terror/terrorismo* fue el tema al que más hicieron referencia los *títulos principales* de tapa. En las portadas de los diarios argentinos obtuvo una cobertura del 50,0% mientras que en las de los diarios extranjeros un 57,1%. Como lo mencionamos al analizar la prensa argentina, hubo preferencia por el uso de la palabra *terror* en lugar de *terrorismo* para

referirse a la situación que se estaba viviendo a nivel mundial. En cambio, en los diarios del exterior ambas son empleadas en la misma medida.⁷⁶

Por otro lado, destacamos que la prensa nacional privilegió la cobertura de asuntos vinculados a la *perturbación del ánimo mundial* como consecuencia de los ataques terroristas. El 33,3% de los *titulares principales* de tapa del 11-S se refirieron a ese tema. Por el contrario, el mismo tema solo obtuvo el 14,3% de la cobertura en las tapas de los diarios del exterior.

La referencia a la variables *víctimas/testimonios* es nula en los títulos principales de tapa tanto de la prensa nacional como de la extranjera. Sin embargo, en los *títulos secundarios* de las portadas de los diarios argentinos del 11-S existe un 25% se refiere al tema de las *víctimas/testimonios* mientras que en los diarios extranjeros no existe alusión alguna a esta cuestión debido a que las tapas contaron con título único.⁷⁷

En el caso de los diarios argentinos debemos destacar la amplia cobertura que tuvieron las cuestiones locales *-localismos-* asociadas a la situación catastrófica que se estaba viviendo en EE.UU. El día 11-S el 37,5% de los *titulares secundarios* que aparecieron en las portadas de las ediciones especiales hacían referencia a la búsqueda de argentinos afectados por la catástrofe, al impacto económico, y en la seguridad local.

⁷⁶ Esta cuestión será profundizada en el capítulo III.

⁷⁷ Recordemos que ésta tendencia es compartida tanto por la prensa nacional como extranjera como consecuencia de la falta de datos oficiales sobre la cantidad de víctimas que dejó la catástrofe. Sin embargo, en los *titulares secundarios* de las portadas aparecen referencias a los testimonios de los sobrevivientes y sus familiares y por ello crece el porcentaje que obtiene esta variable en particular.

2.3. El diario *O Estado de Sao Paulo* como “pionero” en la cobertura digital

A diferencia de los demás diarios, *O Estado de Sao Paulo* (Brasil) decidió no salir a la calle con una edición especial impresa sino que apostó a la cobertura vía *web* de los atentados terroristas del 11-S. En el artículo “*11 de setiembre y amnesia digital*”⁷⁸ publicado en el sitio web⁷⁹ del periódico, un grupo de expertos que participaron de esta cobertura especial explicaron:

Los atentados terroristas del 11 de setiembre del 2001 en Nueva York y Washington representaron para internet lo mismo que la llegada del hombre a la luna significó para la televisión a fines de los años 60. En ambos casos, las tecnologías -de transmisión en vivo vía satélite y de transmisión online y digital- estaban diseminadas hacía ya algún tiempo. Sin embargo, pasaron a ser protagonistas de la historia al permitir que una gran cantidad de personas alrededor del planeta, más que ser informadas de un hecho en el momento exacto en el que había sucedido, experimentaban posibilidades de comunicación jamás vistas.

En la actualidad, no tenemos dudas de que el 11-S marcó un hito en la historia de las comunicaciones desde el punto de vista del impacto que tuvo en la red a nivel mundial. Ya SCHATZ (2002:25) en el prólogo escrito para el libro “*Las noticias en tiempos de guerra*”⁸⁰ hacía referencia a esta realidad cuando contaba que tras la noticia de que las Torres Gemelas se habían derrumbado en la ciudad de Nueva York “las conexiones a internet colapsaron la red en busca de más información”.

⁷⁸La traducción es nuestra. Para leer la versión original visitar: <http://blogs.estadao.com.br/edmundoleite/2011/09/11/11-de-setembro-e-amnesia-digital>

⁷⁹ www.estadao.com.br

⁸⁰Schechter, D. (2003). *Las noticias en tiempos de guerra. Medios de comunicación: ¿Información o propaganda?*, Ediciones Paidós, España.

La decisión del diario *O Estado de Sao Paulo* lo llevó a convertirse en el pionero regional en la cobertura digital de los atentados. Mientras que las redacciones de los periódicos más importantes de la Argentina y de la región se preparaban para sacar a la calle sus ediciones especiales, uno de los diarios más vendidos del Brasil -el otro es *O Globo*- optó por diferenciarse.

En un estudio de la profesión periodística que analiza la motivación de los diarios por publicar ediciones especiales tras eventos catastróficos, SÁDABA (2006:23) explica que pareciera existir una “dependencia de los medios respecto a otros medios”, es decir, si uno publica los demás también lo hacen. La especialista relaciona esta dependencia a la competencia que existe entre los medios por llevar la primicia a sus lectores más que con la intención de lograr una “contribución informativa”. Sin embargo, el diario *O Estado de Sao Paulo* logró salirse de esta tendencia a pesar de que su principal competidor -el diario *O Globo*- decidió publicar una edición extra.

En la página web del periódico podemos encontrar parte⁸¹ de la cobertura digital que se llevó a cabo desde la redacción. A manera de ilustración y considerando la importancia que damos al mensaje que transmitieron los *titulares* en esta investigación, exponemos los tres primeros titulares que aparecieron en la *web* de *O Estado de Sao Paulo* tras conocerse la noticia de la situación catastrófica que se estaba viviendo en EE.UU:

⁸¹“La mayor parte de ese contenido se perdió. Una u otra cosa todavía puede ser encontrada como publicación original. Pasados algunos años todo ese contenido se dispersó. Lo que evidencia que a pesar del desarrollo tecnológico, internet todavía no resolvió como ir a preservar su memoria. Paradójicamente, es más fácil encontrar un diario en papel que lo que fue publicado en formato digital aquel 11 de setiembre.” Párrafo del artículo: “11 de setiembre y amnesia digital” publicado en: <http://blogs.estadao.com.br/edmundoleite/2011/09/11/11-de-setembro-e-amnesia-digital/>. La traducción es nuestra.

Martes 11 de setiembre de 2001-10h01

Avião colide com World Trade Center em NY

Nova York - Um avião colidiu nesta manhã com uma das torres do World Trade Center, o edifício mais alto de Nova York. O topo do prédio ainda permanece em chamas. Segundo uma testemunha, o avião seria um Boeing 737. O World Trade Center ficou conhecido em todo o mundo em 1977 com a refilmagem do filme King Kong.

Martes 11 de setiembre de 2001-10h25

Aviões colidem contra World Trade Center. Há suspeita de atentado.

Nova York - As duas torres do World Trade Center foram atingidas por dois aviões nesta manhã. A primeira colisão, às 8h48, (9h48 de Brasília) teria sido de um Boeing 737 contra a torre norte, de 110 andares, na altura dos pisos 87 e 88. Dezoito minutos depois, quando as emissoras de TV transmitiam as imagens do incêndio causado pela colisão, outro avião colidiu, desta vez contra a torre sul causando nova explosão. Segundo um especialista em aviação entrevistado pela CNN, a manobra do segundo avião indica que poderia se tratar de um atentado. O FBI já investiga a possibilidade de os aviões terem sido seqüestrados para serem levados à colisão contra os edifícios.

Muito nervosismo e confusão no "downtown" de Nova York, onde fica Wall Street, neste momento, em razão do acidente. O tráfego na ponte do Brooklyn em direção a Manhattan foi fechado. O tráfego também está fechado nas imediações do World Trade Center. A polícia está ajudando os fiscais de trânsito a orientar o tráfego. Do escritório da Agência Estado, em Nova York, é possível avistar as torres atingidas. A densa fumaça expelida da torre encobre a ponta sul da ilha de Manhattan e parte do bairro de Brooklyn Heights.

Fábio Alves

Martes 11 de setiembre de 2001-10h47

Bush fala em atentado terrorista

Nova York - O presidente dos Estados Unidos George W. Bush falou ao vivo, por volta de 10h25 (de Brasília), em cadeia de rádio e TV dizendo que "dois aviões, 'num ato terrorista' se chocaram contra os edifícios e que o FBI e o governo dos EUA já estavam investigando o caso". Um dos aviões que colidiram contra o World Trade Center, seria um Boeing 767, da American Airlines, seqüestrado depois de levantar voo de Boston. Pouco depois dos acidentes, o prédio da Bolsa de Valores de Nova York foi evacuada. Segundo a emissora de TV CNBC, já há o registro de pelo menos 1000 feridos.

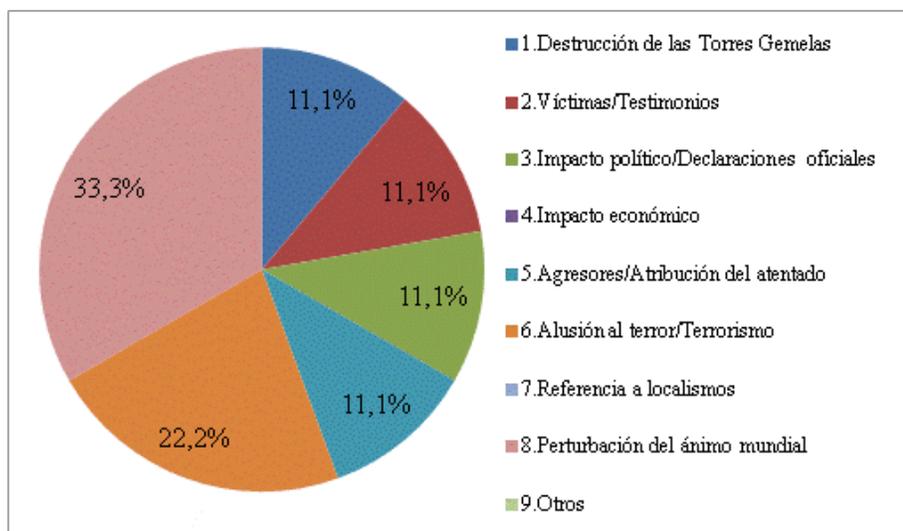
Fuente: archivo digital del diario O Estado de Sao Paulo

La inmediatez que permite el trabajo online -publicar en el mismo momento en que van sucediendo los acontecimientos y que los lectores tengan acceso a la información en tan solo segundos- llevó a que se pueda registrar la cronología completa de la cobertura realizada por los periodistas el día de los atentados. Hoy, esto forma parte de la memoria histórica del periódico.

2.4. EL 12-S en la prensa extranjera: la mayor diversidad temática del “día después”

Retomando los resultados con respecto a la categoría *temas* de la prensa escrita, resaltamos que el día después los *titulares principales* de tapa de los diarios extranjeros hacen referencia a un amplio abanico de temas. De los nueve temas considerados, los *títulos principales* se refieren a seis. Entre estos, los temas más relevantes fueron: *perturbación del ánimo mundial* (33,3%) y *terror/terrorismo* (22,0%).

GRÁFICO 5: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS TAPAS DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

El día después de los atentados, tanto los diarios argentinos como los diarios extranjeros dieron prioridad a las cuestiones referidas a la *perturbación del ánimo mundial*. El 50% de los *títulos principales* de tapa del día 12-S trataron el tema del *ánimo mundial*. En el caso de los diarios extranjeros el porcentaje alcanzó el 33,3%. En ambos casos la variable *perturbación del ánimo mundial* obtuvo el mayor porcentaje en la cobertura del día.

La alusión al *terror/terrorismo* en los *titulares principales* de las portadas sigue presente aunque en menor porcentaje que en las tapas del 11-S donde se ubicó como el tema al que más referencia se hizo en las tapas. En la prensa argentina, el porcentaje de titulares que hace alusión al tema obtuvo tan solo un 10,0% mientras que en la prensa extranjera la cantidad de titulares sumó el 22,2%.

Con respecto a la variable *víctimas/testimonios* destacamos la amplia referencia que se hace al tema el día 12-S en los *títulos principales* de las tapas de los diarios argentinos. Es el

segundo tema más referido -con el 30,0% de cobertura- por debajo de las cuestiones vinculadas a la *perturbación del ánimo mundial*, como señalamos anteriormente, que obtuvieron el 50,0%. En los diarios extranjeros, los *titulares principales* de tapa que tratan el tema de las *víctimas/testimonio* sólo alcanzaron un 11,1%.

TABLA 2: TEMAS A LOS QUE HICIERON REFERENCIA LOS TÍTULOS SECUNDARIOS DE LAS TAPAS DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %

Tema	Porcentaje
1.Destrucción de las Torres Gemelas	0,0
2.Víctimas/Testimonios	25,0
3.Impacto político/Declaraciones oficiales	16,7
4.Impacto económico	8,3
5.Agresores/Atribución del atentado	8,3
6.Alusión al terror/Terrorismo	8,3
7.Referencia a localismos	16,7
8.Perturbación del ánimo mundial	0,0
9.Otros	16,7

Fuente: elaboración propia

En las portadas de los diarios extranjeros detectamos la alusión a 6 temas: *perturbación del ánimo mundial* (33,3%); *alusión al terror/terrorismo* (22,2%); *víctimas/testimonios*; *destrucción de las Torres Gemelas* (11,1%); *impacto político/declaraciones oficiales* (11,1%) y; *agresores/atribución del atentado* (11,1%) mientras que en las portadas de los diarios argentinos detectamos sólo 4 :*perturbación del ánimo mundial* (50,0%); *alusión al terror/terrorismo* (10,0%); *víctimas/testimonios*(30,0%) y; *otros temas* (10,0%).

A manera de conclusión podemos decir que la agenda temática presentada por la prensa argentina se correspondió con la tendencia que presentaron los diarios de la región aunque hubo algunas diferencias que consideramos interesantes remarcar. En el caso del día de los atentados, la respuesta de los diarios frente al acontecimiento fue similar. Todos los

periódicos que salieron a la calle con una edición especial hicieron alusión al tema del *terror* en los *títulos principales* de sus portadas. En el caso de los diarios argentinos fue común la referencia constante al tema de la *perturbación del ánimo mundial* en algunos de los *títulos principales y secundarios de sus portadas*. Pero el tema repetido fue el *terror*.

En la prensa extranjera, los diarios optaron por el título único de tapa y de los destacados y/o sumarios para presentar los temas que se iban a tratar en el interior del periódico. A diferencia de los diarios argentinos que sí utilizaron el recurso de *titulares secundarios* de tapa para presentar los temas que se iban a tratar.

Una característica para resaltar es que mientras en los diarios argentinos se hizo una amplia referencia al tema de las *víctimas/testimonios* de la tragedia, en las portadas de los diarios extranjeros fue nula. Ningún diario extranjero -de los que forman nuestra muestra- hizo alusión a las víctimas de manera directa en los titulares. Cabe destacar que solamente un diario argentino hizo referencia a la cantidad de víctimas que había dejado la tragedia. La mayoría de los diarios trataron el tema de las víctimas y/o afectados desde la información que obtenían de los testimonios orales y no de los datos duros.

Otra práctica para subrayar es la alusión a *localismos* que hicieron los diarios argentinos en sus portadas. La situación mundial tras los atentados del 11-S fue vinculada -por la prensa nacional- a temas de índole local como la economía y la seguridad. Es decir que el lector tenía una idea de cómo afectaba la situación mundial al medio en el que él se encontraba. Este modo de presentar los eventos se considera positivo por el hecho de que al mencionar temas más locales lo está poniendo en contexto. Esto es algo que no se dio en la prensa extranjera.

En la agenda de temas del día después hubo varios cambios. Los diarios argentinos salieron a la calle haciendo alusión -en sus títulos de portada- a cuestiones vinculadas con la *perturbación del ánimo mundial* y se dio una repetición de la expresión *alerta* para referirse al momento que se estaba viviendo. En el caso de la prensa extranjera, se dio la misma tendencia. Aunque la alusión al tema del *terror/terrorismo* seguía con mucha presencia en los diarios del exterior mientras que en la prensa nacional perdía fuerza.

A diferencia del día de los atentados, el 12-S hubo un notable aumento en la referencia al tema de las *víctimas/testimonios* en la prensa extranjera. En este sentido, en la prensa nacional este tema nunca dejó de ser tenido en cuenta según los resultados que se registran de las portadas analizadas.

Una de las sorpresas que aparecen, en el caso de la prensa nacional, es la referencia constante que los diarios hicieron al tema del *cambio histórico* como consecuencias de los atentados terroristas en EE.UU. Varios de los *titulares secundarios* anunciaban el tratamiento de este tema en las notas que se presentarían al interior del mismo.

Por otro lado, destacamos la poca referencia que se hizo tanto en las portadas de los diarios argentinos como extranjeros al tema del *impacto político/declaraciones oficiales*. Esta fue una de las variables con menos registro así como la referencia concreta a la *destrucción de las Torres Gemelas*.

En general, la cobertura -desde el punto de vista temático- se centró en resaltar el tema del *terror/terrorismo* en primer lugar. Luego le siguieron los temas relacionados a la *perturbación del ánimo mundial* y todo lo relacionado con las *víctimas/ testimonios*.

CAPÍTULO TERCERO

*Tendencias en la elección de **palabras** utilizadas para definir el acontecimiento y su contexto*

Los periodistas trabajan con las palabras, por lo tanto, la importancia que tiene llevar a cabo una correcta elección de las mismas forma parte de una responsabilidad ineludible para con los lectores que confían en un medio determinado para informarse sobre uno o varios temas. Por consiguiente, analizar cuáles fueron las *palabras* preferidas por los periodistas para dar a conocer la noticia de los atentados en sus portadas es, como ya se mencionó, uno de los principales objetivos de este trabajo de investigación.

El lenguaje es un recurso periodístico que influye en la valoración que los lectores hagan de un determinado hecho noticioso (ÁLVAREZ & CALDERO, 2006). Por lo tanto, prestando atención al lenguaje pudimos identificar tendencias en la cobertura periodística que recibieron los atentados terroristas del 11-S respecto a cómo fueron definidos.

Para lograr lo anterior consideramos necesaria la creación de una tabla⁸² que registre de modo cuantitativamente los términos más utilizados por la prensa escrita nacional y extranjera al momento de confeccionar los *títulos principales* y *secundarios* de las portadas del día 11 y 12 de setiembre de 2001. Esto a su vez, nos permitió detectar similitudes y diferencias en la cobertura que hicieron los diarios argentinos y extranjeros de los atentados.

⁸² La tabla contiene 9 variables: 1.Terror; 2.Horror; 3. Pánico; 4.Terrorismo; 5.Guerra; 6.Ataque; 7.Atentados; 8.Alerta y 9.Otros.

Como lo explica el periodista argentino MIGUEL WIÑAZKI (2004:21) “Las palabras no son inocentes y una oración aparentemente inocua [...] puede encubrir un misil lingüístico que es necesario despiezar como una bomba de tiempo”. Las palabras son capaces de transmitir sentimientos, y en situaciones de crisis-como la que estudiamos -su impacto puede ser aterrador y provocar pánico. Así lo advertía SCHECHTER (2005:36) haciendo referencia al trabajo periodístico de los medios de comunicación estadounidense respecto de los atentados en el *World Trade Center* de Nueva York:

Ha habido incluso casos en estos tiempos de terror en que los medios de comunicación parecían transmitirnos más miedo que explicaciones. Las noticias acerca del terror resultaron en muchas ocasiones distantes y aterradoras, con reportajes alarmistas por parte de un tipo de periodismo a menudo insustancial (cuando no engañoso), que dio como resultado una respuesta llena de pánico por parte de millones de estadounidenses que declaraban dispuestos a sacrificar sus libertades elementales a cambio de seguridad. En muchos casos, las historias dominantes y <noticias de última hora> que pronosticaron nuevos ataques fueron desmentidas. Se basaban en pruebas superficiales o en ninguna prueba en absoluto.

¿Se trató de un **ataque**, un **atentado terrorista** o una **guerra**?, el impacto de los aviones en las Torres Gemelas generó ¿**pánico**, **conmoción** o **alerta** mundial?, ¿El 11-S fue un día de **horror** o de **terror**? Estas y otras preguntas buscamos responder basándonos en los resultados que se expondrán en este capítulo y estarán organizados de la siguiente manera. En la primera parte, se podrán observar gráficos que surgen a partir de los resultados obtenidos del análisis cuantitativo de las *palabras* que aparecen en los *títulos principales* y *secundarios* de las portadas de los diarios argentinos de los días 11 y 12 de setiembre de

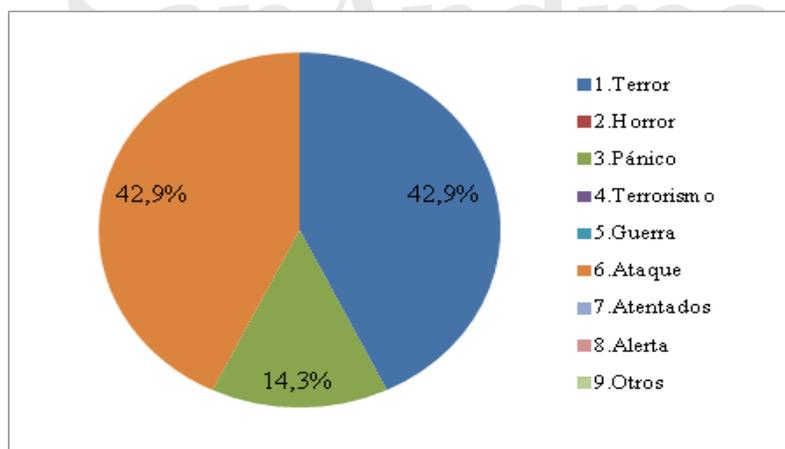
2001. A su vez, estos resultados nos permiten identificar tendencias en la definición que dio la prensa nacional. En la segunda parte, haremos lo mismo con la prensa extranjera.

Finalmente, se expondrán tendencias generales sobre la definición que dieron tanto los diarios argentinos como los extranjeros a los sucesos catastróficos de la mañana del martes 11 de setiembre de 2001.

3. *Terror y ataque, las preferidas de la prensa argentina para contar el 11-S*

Como se puede apreciar en el **Gráfico 6**, las *palabras* más utilizadas en la titulación de las tapas de los diarios argentinos para referirse al 11-S son: *ataque* (42,9%) y *terror* (42,9%). Ningún diario argentino empleó la expresión “atentado terrorista”.⁸³ Esta es una particularidad de la prensa nacional que la apartó de la tendencia mundial donde -en el caso de la prensa escrita- hubo una fuerte presencia del término *terrorismo* y *guerra* para definir los acontecimientos (MCNAIR, LA PORTE & SÁDABA, MARRON, 2007).

GRÁFICO 6: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

⁸³ Sin embargo, varias investigaciones realizadas sobre la cobertura de los atentados del 11-S concluyeron que la palabra “terror”, muy utilizada en la confección de los titulares de las portadas de los días 11 y 12 de setiembre del 2001, se corresponde con la referencia que los medios hacían al “terrorismo” o al “ataque terrorista” en aquel momento (CONCHA EDO, 2002; VILLANUEVA, 2002; LA PORTE Y SÁDABA, 2007).

Con respecto al término *ataque* destacamos que la mayoría de los diarios que utilizaron esta palabra en sus títulos de tapa lo adjetivaron. Esta práctica -de adjetivar las palabras- es característica de la cobertura de eventos catastróficos, sin embargo, se debe evitar caer en ella y buscar la mayor precisión posible al momento de brindar la información a los lectores. Como bien lo explica CAMPS (1999: 204), “La información debe tener la mayor precisión, en especial en la cabeza de la nota: Una catástrofe no provoca gran número de víctimas, sino tantos muertos, tantos heridos y tantos desaparecidos”.

Por ejemplo, como lo podemos observar en la siguiente ilustración: el diario *La Nación* tituló: “Connoción mundial por el **masivo ataque**”⁸⁴, el diario *Los Andes*: “EE.UU promete vengarse de los autores del **increíble ataque**”⁸⁵ y, el diario *La Gaceta*: “Pánico en todo el mundo por los **ataques** a EE.UU.”^{86 87}



Fuente: elaboración propia

⁸⁴ “Connoción mundial por el masivo ataque”, *La Nación*, 11/09/2001, portada.

⁸⁵ “EE.UU promete vengarse de los autores del increíble ataque”, *Los Andes*, 11/09/2001, portada.

⁸⁶ “Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU”, *La Gaceta*, 11/09/2001, portada.

⁸⁷ Las palabras en negrita fueron resaltadas por nosotros para una mejor comprensión.

En el caso de los diarios *Clarín* y *La Voz del Interior*, ambos pertenecientes al *Grupo Clarín*, optaron por presentar la noticia haciendo alusión al *terror*. La oración que encabezó la portada de la edición especial del diario más vendido del país fue: “El día del **terror**”⁸⁸. Por su parte, el diario cordobés *La Voz del Interior* tituló: “**Terror** en EE.UU”⁸⁹. El diario *Río Negro* de Neuquén utilizó solamente: “**Terror**”⁹⁰.

Cabe resaltar que el único diario que utilizó la palabra *pánico* en su título de tapa – corriéndose de la tendencia general del empleo del término *terror*- fue el diario *La Gaceta* de la provincia de Tucumán. Como observamos en el **Gráfico 6**, la palabra *pánico* sólo alcanzó un 14,3% en la cobertura.

Varios son los académicos que documentaron críticas acerca de la cobertura mediática que llevaron a cabo los periódicos más importantes del mundo sobre los atentados del 11-S donde se remarcan excesos retóricos y mal empleo de los términos para referirse al acontecimiento que estudiamos (MONTGOMERY, 2005; SILBERSTEIN; 2002; STEMPEL & HAGROVE, 2003; PLUDOWSKI, 2007).

De todos ellos prestamos especial atención al trabajo de BRIAN MCNAIR: “*UK Media Coverage of September 11*”⁹¹, que tras un relevamiento de las portadas de los diarios más vendidos de Gran Bretaña, concluye que en ese país el 11-S fue reportado más como un acto de guerra, que como un acto terrorista. La mayoría de los *titulares principales* de los periódicos que analizó contaban con la palabra *guerra* en sus portadas, este no fue el caso

⁸⁸ “El día del terror”, diario *Clarín*, 11/09/2001, portada.

⁸⁹ “Terror en EE.UU”, diario *La Voz del Interior*, 11/09/2001, portada.

⁹⁰ “Terror”, diario *Río Negro*, 11/09/2001, portada.

⁹¹ Pludowski, T. (2007). *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe*, Spokane, Washington: Marquette Books, pp. 29-37.

de la prensa argentina.⁹² Sin embargo, coincidimos con MCNAIR en que las diferencias que aparecieron en la manera en que la prensa escrita definió a los acontecimientos están relacionadas con “que raramente hubo y hay consenso entre los periodistas sobre el significado de los eventos acontecidos el 11-S”.

En el caso de la prensa argentina, la importancia que adquieren las palabras utilizadas para definir el acontecimiento en los *títulos principales* se debe a que no predominaron los *títulos secundarios* en las portadas de las ediciones especiales. Solamente los diarios *La Nación* y *La Gaceta* emplearon *títulos secundarios* -es decir, presentación de notas de tapa- en las portadas de sus respectivas ediciones especiales del 11-S.⁹³ De estos pudimos extraer *otras palabras* que se emplearon para definir la situación, como por ejemplo: “tragedia”⁹⁴, “duelo”⁹⁵ y “caos”⁹⁶. Estos términos no se corresponden con ninguna de las variables consideradas en este trabajo de investigación, por lo tanto, las cuantificamos dentro de la variable *otros* y como se puede observar en el **Gráfico 7** el empleo de estas palabras para definir la situación mundial fue preponderante -37,5%- en relación con los porcentajes alcanzados por los demás términos considerados.

⁹² Para dar ejemplos de este mensaje McNair expone los títulos de portada del 12 de setiembre (día después de los atentados) de los diarios más importantes de su país: *War on America* (Daily Telegraph), *War on the World* (Daily Mirror), *Declaration of war* (Daily Express), *Assault on America* (Financial Times), *Apocalypse* (Daily Mail).

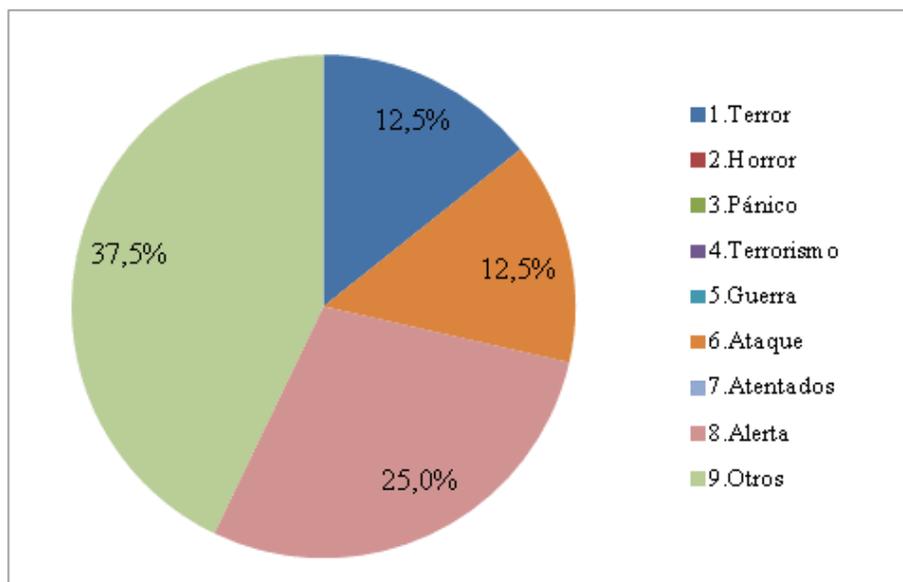
⁹³ Esto se debe a que los demás diarios optaron por diseñar portadas con título único y empleo de destacados.

⁹⁴ “Hoy vivimos una tragedia nacional”, *La Nación*, 11/09/2001, portada.

⁹⁵ “Declaró el duelo nacional”, *La Nación* 11/09/2001, portada.

⁹⁶ “Caos financiero, no hubo bolsas”, *La Gaceta* del 11/09/2001, portada.

GRÁFICO 7: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS SECUNDARIOS DE TAPA DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL DÍA 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

En segundo lugar se destaca la utilización de la palabra *alerta* -que como lo ilustra el **Gráfico 7**- es utilizada en el 25,0% de los *titulares secundarios* para definir la situación mundial. Como veremos a continuación -en el **Gráfico 8**- esta misma palabra obtuvo un notable aumento en lo que se refiere a su empleo por parte de los diarios para redactar sus titulares de tapa. No obstante, del registro cuantitativo de los términos descubrimos la repetición constante de la palabra *alerta* en las portadas de los todos los diarios argentinos los días 11 y 12 de setiembre de 2001. Pero según la reflexión del periodista SCHECHTER (2005:47) esta característica se corresponde con la tendencia mundial de la prensa escrita en aquellos días:

Después del 11 de setiembre, mientras muchos de los medios de comunicación hablaban de un mundo cambiante, vi que esos medios no estaban cambiando en absoluto. Había

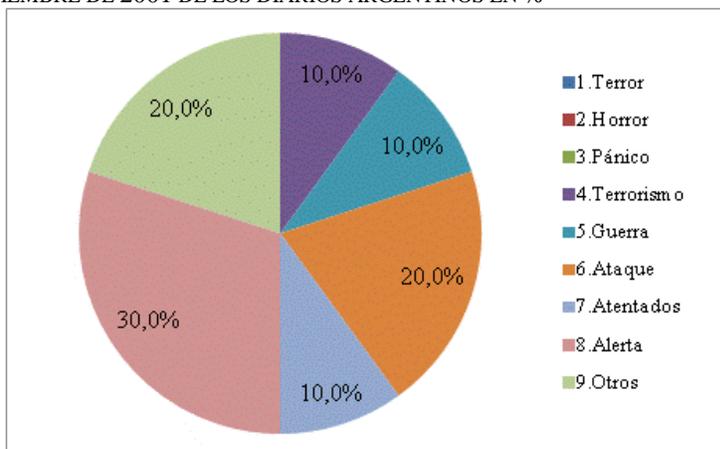
más noticias, claro, pero muchas estaban estancadas en los mismos temas, repitiéndose como un disco rayado en la A (ataques, aviones, Afganistán, ántrax).

Como lo explicaremos en el siguiente apartado la variación en los términos que se dio en la prensa argentina no fue significativa. Sin embargo, a diferencia del día de los atentados, en las tapas del día después se detectó la alusión a una mayor diversidad de términos al momento de referirse a los hechos.

3.1 Cambios en el empleo de las palabras: el 12-S los diarios argentinos hablan de alerta

Lo más notable en la configuración de las portadas del día después es la desaparición de la palabra *terror* de los *títulos principales* de las portadas. Otra cuestión a destacar es la disminución -en un 22,9%- del empleo de la palabra *ataque*. En las portadas del día después se destaca la preponderancia del término *alerta*. El 30,3% de los *titulares principales* utilizaron este término para definir la situación que se estaba viviendo a nivel mundial.

GRÁFICO 8: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

Este cambio de palabras, evidencia una característica importante acerca del tratamiento informativo que le dio la prensa escrita a los sucesos. En un primer momento, los diarios, presentaron la información haciendo alusión a que se estaba viviendo una situación de *terror*; luego -el día después- el mensaje aludía a una situación de *alerta*. Como lo podemos ver en el **Cuadro 3**, la palabra terror había desaparecido de los titulares principales de las portadas:

CUADRO 3: DETALLE DE LOS *TITULARES PRINCIPALES* DE LAS PORTADAS DEL 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS

Diarios	Titulares principales de tapa del día 12 de setiembre del 2001
Diarios argentinos	
1.Diario Clarín	1.LA GUERRA
2.Diario La Nación	2. Alerta mundial por el más grave atentado de la historia
3.Diario La Gaceta	3.Más de 10.000 muertos dejó el mayor ataque terrorista contra los EE.UU
4.Diario La Voz	4.Miles de muertos en EE.UU. Y el mundo en alerta máxima
5.Diario La Capital	5.Conmoción mundial por el peor golpe de la historia a EEUU
6.Diario Los Andes	6. Alerta mundial por los ataques a Estados Unidos
7.Diario Río Negro	7.Miles de muertos en la peor pesadilla

Fuente: elaboración propia

En términos informativos -en general- la utilización de la palabra *alerta* o la expresión *alerta mundial* estuvo asociada a cuestiones vinculadas a la seguridad y la economía. Esto se pudo observar con claridad tanto en los *titulares secundarios* como los destacados que aparecían en las portadas del día después donde hacían referencia, por ejemplo, al “refuerzo de la policía en los aeropuertos internacionales o en las embajadas”, y a la “caída de la bolsa y el caos financiero a nivel mundial”.⁹⁷

⁹⁷ Esta tendencia se detectó tras la observación y lectura de las portadas de los diarios que expone CONCHA, E. (2002). Información e interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de setiembre: la televisión y la prensa, *Estudios sobre el Mensaje periodístico*, Vol. 8, pp. 71-86.

En este sentido, y con respecto al cambio en la utilización del término *terror*, que es nulo en los *títulos principales* del 12-S, destacamos el hecho de que los títulos que emplearon la palabra *terror* -el día 11 de setiembre- estuvieron más vinculados al impacto material y *psico-emocional* de la catástrofe.



3.2. “LA GUERRA”: el título de tapa del diario *Clarín*

Observando las portadas del día después encontramos que el diario *Clarín* fue el único diario⁹⁸ que optó por considerar el término *guerra* en su título de tapa. Nos detenemos en este caso por el hecho de que la elección de *Clarín* es un claro ejemplo de otra de las opciones que aparecieron a la hora de cómo definir los eventos del 11-S. La dificultad de enmarcar los eventos dentro de una categoría comprensible para los lectores fue un debate que tuvo lugar a nivel mundial, no solo entre los periodistas sino dentro del ámbito académico.⁹⁹

La tapa del diario *Clarín* nos llama la atención porque la expresión *-La Guerra-* no aparece entre comillas, por lo tanto, no es una cita, es la definición que, el diario más vendido del país, da de los acontecimientos a sus lectores. Si bien se alinea con la forma en que la prensa mundial definió los atentados ésta no fue la tendencia general en la prensa argentina ni de la región. Como lo señala MONTGOMERY (2005:239) en su trabajo *“Talking War: How Journalism Respond to the Events of 9/11”*, “aún cuando otras expresiones estaban

⁹⁸ De los diarios que consideramos en el total de la muestra.

⁹⁹ “Varios son los analistas académicos que investigaron y documentaron críticas acerca de la cobertura mediática que llevaron a cabo los periódicos más importantes del mundo sobre los atentados del 11-S. La mayor crítica se centra en el hecho de que rápidamente y sin cuestionarse, los medios optaron por una <descripción narrativa de la guerra> (McNair, 2005:31).

disponibles, <guerra> rápidamente se convirtió en el discurso público dominante y en última instancia terminó dominado los eventos”.

Luego de una revisión bibliográfica sobre la cobertura mediática del 11-S en diferentes partes del mundo como Europa, Asia, Medio Oriente, entre otras, que incluyó la revisión de los ensayos editados por TOMASZ PLUDOWSKI y sus colaboradores sobre “*How the World’s Media Reacted to 9/11*” destacamos la idea de que a nivel mundial, en la prensa escrita, los acontecimientos fueron definidos mayoritariamente como un “acto de guerra”¹⁰⁰. Característica de la cobertura que dio lugar a un extenso debate sobre un nuevo concepto: “la guerra contra el terrorismo” (MCNAIR, 2007:29).

Cabe destacar que no es el objetivo de este trabajo de investigación profundizar acerca de los debates sobre los cambios en el concepto clásico de la palabra *guerra*, ni ahondar en las dificultades que existen dentro del mundo académico para lograr unanimidad a la hora de definir al término *terrorismo*.¹⁰¹ No obstante, sí nos interesa resaltar la idea de que las palabras “no son inocentes”¹⁰² y el lenguaje tiene el poder de “provocar reacciones fuertes”¹⁰³. Consideración que nos lleva a re-significar la responsabilidad que tienen los

¹⁰⁰ Expresión muy criticada por SCHATZ (2002:16) que opina: “Todo el mundo se precipitó para hablar de la <guerra> contra el terrorismo. Cualquier periodista mínimamente preparado sabía que eso no tenía ningún sentido, pero la frase fue repetida hasta la saciedad y transmitida al público sin contemplaciones. Como nos lo demostró nuestra investigación, la auténtica discusión acerca del <porqué> ni siquiera había aparecido un mes después del ataque, porque la comunidad internacional estaba demasiado ocupada manifestando su apoyo <incondicional> al presidente de los Estados Unidos George W. Bush...”.

¹⁰¹ Una de las conclusiones más importantes del trabajo de LA PORTE & SÁDABA (2007): “*September 11 in the Spanish Press: War or Terrorism Frame?*”, señala que: “Los ataques del 9/11 produjeron una ruptura en los clásicos conceptos de guerra y terrorismo. Y condujeron a nueva forma de entender los conflictos. Las líneas dibujadas entre guerra y terrorismo fueron desapareciendo notablemente. Ver: Pludowski, T. (2007). “*How the World’s New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe*”, Spokane, Washington: Marquette Books, pp. 104-121

¹⁰² Wiñazki, M. (2004). *La Noticia deseada: Leyendas y fantasmas de la opinión pública*, Marea Ediciones, Buenos Aires, p.21.

¹⁰³ Schatz, R. (2002) en el prólogo escrito para el libro de Schechter, D. (2005). *Las noticias en tiempos de guerra. Medios de comunicación: ¿información o propaganda?*, España: Paidós Controversias.

medios de comunicación en la tarea de informar dado que se encuentran en “una situación de dominio intelectual, consecuencia de una actividad empresarial informativa, que otorga a su titular la capacidad de influir directamente en personas e instituciones” (NIETO & IGLESIAS, 2000 citado en DEL MAR BLANCO LEAL, 2006:114). A su vez, coincidimos con la idea de que la responsabilidad que se les tiene por dada a los medios de comunicación en circunstancias normales, se ve multiplicada en un contexto de crisis generalizado como el que estudiamos (SÁDABA, 2009).

En el caso particular del título de tapa del diario *Clarín* -del 12 de setiembre de 2001- la elección de la expresión “LA GUERRA” en su portada pareciera corresponderse más a una búsqueda de generar un impacto emotivo en sus lectores que informar sobre lo que había acontecido. Ya el periodista y editor jefe de *Clarín*, Julio Blanck, en su artículo “*La realidad y los títulos*”¹⁰⁴ explicaba que los títulos:

Son un símbolo de la búsqueda de impacto a cualquier costo, más allá de la verificación de los hechos informados. Y marca una línea divisoria en esta profesión. Una línea que muchas veces es borrosa, incierta, agotadora, pero que siempre está. Y que el público aprendió a detectar.

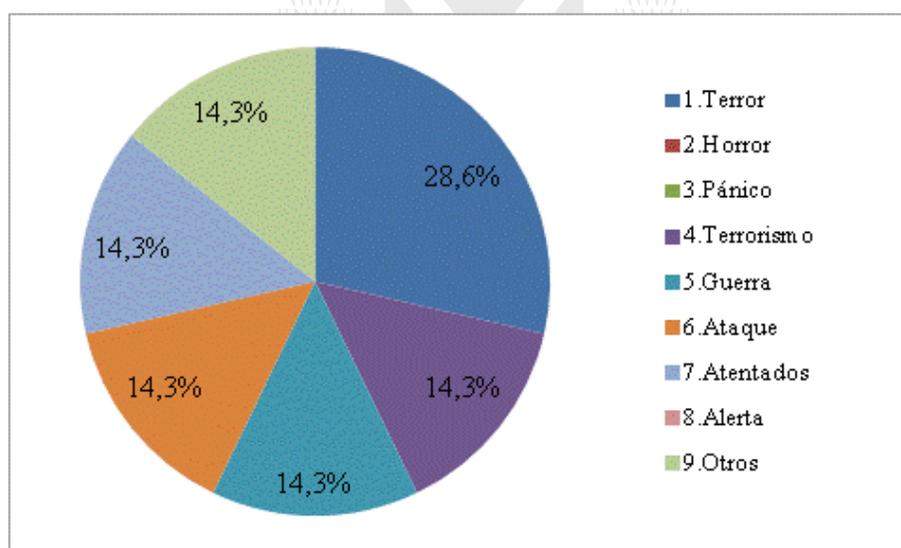
Hecha la salvedad del caso particular del diario *Clarín* pasamos a exponer los resultados obtenidos del análisis cuantitativo de las palabras que predominaron en la confección de los *títulos secundarios* en las tapas de los principales diarios del país el día 12-S.

El día después se destaca el empleo de una mayor diversidad de términos a la hora de redactar los *títulos secundarios*. Recordemos que en las portadas del día 11-S, las palabras

¹⁰⁴ Blanck, Julio. “*La realidad y los títulos*”, diario *Clarín*, 12/12/2006. Se lo puede leer entrando al siguiente link: <http://edant.clarin.com/diario/2006/12/12opinion/o-01326559.htm>

utilizadas en los *títulos secundarios*, incluyó términos como: *terror*, *ataque*, *alerta*, *caos*, *tragedia* y *duelo*.¹⁰⁵ Estos resultados se corresponden con lo que explican CÁRCELA & RUIZ (2003:570) sobre la particularidad de la terminología utilizada en la definición de los hechos por la prensa escrita del 11-S donde “existe una preponderancia del campo semántico vinculado con la tragedia, consustanciales con los rasgos lingüísticos empleados en el género de la catástrofe (“Desolador aspecto”, “Alerta máxima”, “Crisis”, “Miles de muertos entre los escombros”, “Infamia”, “Tragedia”...)”.

GRÁFICO 9: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS SECUNDARIOS DE LAS TAPAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA 12 DE SEPTIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

Como se expone en el **Gráfico 9**, el término *terror* -con el 28,6%- se ubicó entre los términos preferidos por la prensa escrita nacional para referirse al 11-S. Los demás términos que comparten el mismo porcentaje (14,3% cada uno de ellos) de aparición en los *titulares secundarios* de las portadas son: *terrorista*, *guerra*, *ataque*, *atentado*, y *catástrofe*.

¹⁰⁵ Ver gráfico 7.

Si comparamos las palabras que predominaron en los *títulos secundarios* del día 11 de setiembre -ver **Gráfico 7**- con las que aparecen el día después, desaparece completamente el término *alerta*¹⁰⁶. Ninguno de los diarios argentinos empleó esta palabra en la confección de los *titulares secundarios* de sus portadas del 12 de setiembre. Esto se puede explicar teniendo en cuenta que la palabra *alerta* fue muy utilizada en la confección de los *titulares principales*.

Hasta aquí expusimos los resultados más destacados sobre cuáles fueron las palabras elegidas por los editores de los diarios más vendidos del país para llevar a cabo la titulación de las portadas del día 11 y 12 de setiembre de 2001. A continuación expondremos las preferencias de la prensa extranjera destacando similitudes y diferencias con la prensa nacional.

3.3. *Terror y terrorismo, los preferidos de la prensa extranjera en las portadas del 11-S*

A diferencia de la prensa argentina, en los diarios extranjeros sí aparecieron claras referencias al *terrorismo*. Como lo ilustra el **Gráfico 10**, el 25,0% de los *titulares principales* de las tapas de los diarios extranjeros menciona este término a la hora de dar la noticia.¹⁰⁷

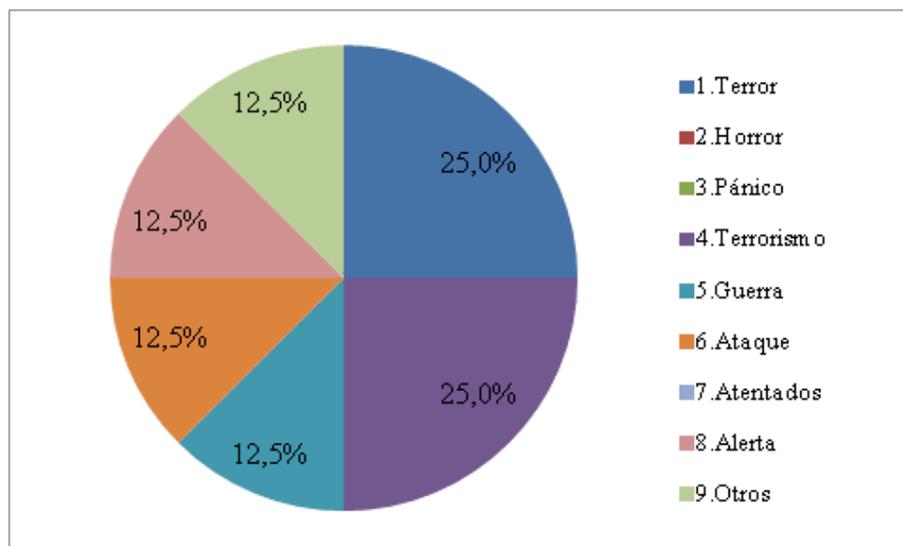
Mientras que los términos preferidos de la prensa argentina fueron *ataque* y *terror*, para la prensa extranjera lo fueron *terror* y *terrorismo*. Esta similitud en la cobertura nos permite

¹⁰⁶ Recordemos que el 25% de los titulares secundarios extraídos de las portadas de los diarios argentinos más vendidos del país tenía la palabra *alerta*. Es el término que mayor porcentaje obtuvo. Ver gráfico 7.

¹⁰⁷ Recordemos que ningún diario argentino utilizó la palabra *terrorismo* en su *título principal* de tapa.

afirmar que la prensa de la región optó por reportear los acontecimientos del 11-S haciendo alusión al *terror* preferentemente.

GRÁFICO 10: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL 11 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

El único periódico extranjero que no emplea ninguna de las dos palabras en el título de tapa de su edición especial es *El País* de España: “América atacada. Máxima alerta mundial”¹⁰⁸. Pero, según señalan La PORTE & SÁDABA (2007:117), la prensa española se alineó tras la definición que consideró a los acontecimientos del 11-S como actos terroristas:

Los medios españoles no siempre tuvieron claridad sobre el concepto de los ataques y no hubo unanimidad en las opiniones sobre qué definición debía darse del conflicto. Sin embargo, la resolución de esta cuestión puede ser atribuida a la influencia de la línea editorial y de las afinidades políticas, que en el caso particular de España, se focalizaron en el “terrorismo”.

¹⁰⁸ “América atacada. Máxima alerta mundial”, diario *El País*, 11/09/2001, portada.

Esta afirmación que hacen La PORTE & SÁDABA (2007) la podemos confirmar teniendo en cuenta que el otro diario español de referencia, *El Mundo*, que consideramos como parte de la muestra en este trabajo de investigación, definió a los eventos del 11-S como actos terroristas poniendo en su tapa: “Hecatombe terrorista contra Estados Unidos”¹⁰⁹.

Dado que en este capítulo prestamos particular atención a las palabras, destacamos el empleo del término *hecatombe* en el diario *El Mundo* para hacer referencia al gran saldo de víctimas que dejaron los atentados. Con respecto al significado de este término, PAU AMÉRIGO (2002:131) explica que si bien en un comienzo el término *hecatombe* tenía una connotación religiosa (sacrificio de 100 bueyes) en la actualidad esta palabra se utiliza para referirse a “mortandad o catástrofe”.

Cabe señalar que el 11-S los diarios extranjeros eligieron las portadas con *título único*¹¹⁰. Se destacó lo gráfico frente a lo textual, esto explica la ausencia de los *titulares secundarios* en las portadas de las ediciones especiales del día de la catástrofe. Esta realidad se corresponde con las características que presenta la cobertura de la prensa escrita de eventos catastróficos como el que estudiamos. Refiriéndose al tema RODRÍGUEZ & RUIZ (2002:571) explican:

La información básica se sintetiza a través de un título de catástrofe y una foto en grandes dimensiones, a manera de ventana o pantalla que abarca la mitad o la totalidad del espacio de la portada. La fotografía, en sí misma, funciona como noticia y testimonio para ver o mirar la magnitud del hecho y comprobar la veracidad de los hechos.

¹⁰⁹ “Hecatombe terrorista contra Estados Unidos”, diario *El Mundo*, 11/09/2001, portada.

¹¹⁰ El fenómeno del título único está relacionado a la cobertura de eventos excepcionales. Frente a estos hechos noticiosos los diarios optan por portadas que son diferentes a las habituales en su diseño ya que la información del día es distinta y tiene características únicas (CASTAÑOS, 2004).

En el caso particular de nuestra investigación podemos poner como ejemplo la portada del diario colombiano *El Espectador* donde claramente se pueden observar todas las características mencionadas:

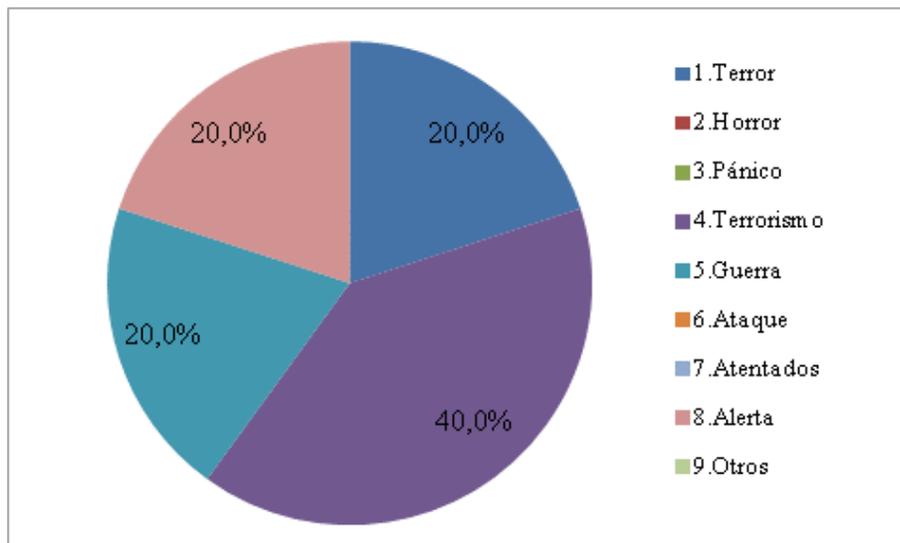


Fuente: archivo del diario El Espectador (Colombia)

Sin embargo, en las portadas del día después vuelven a ser como lo son de manera habitual; se puede observar en ellas la utilización de una diversidad de recursos periodísticos que no están limitados al título único y a la fotografía de página completa. El 12 de setiembre, aparecen los *títulos secundarios* -o títulos de notas de tapa- aparte de los destacados.

Con respecto a las palabras que predominaron en los *titulares secundarios* del día después de la catástrofe, debemos señalar que la prensa extranjera fue fiel a la postura que adoptó desde un principio al definir a los acontecimientos como “actos terroristas” o “actos de terrorismo”. Como lo señalan los resultados que expone el **Gráfico 11**, el 40,0% de los *titulares secundarios* hacía referencia al término *terrorismo*.

GRÁFICO 11: PALABRAS QUE PREDOMINARON EN LOS TÍTULOS PRINCIPALES DE LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

Esta fue una de las principales diferencias con la prensa argentina donde el día después los diarios centraron su atención en la situación de *alerta* mundial dejando a un lado las referencias al *terrorismo*. Sin embargo, como lo podemos observar en el **Gráfico 11**, la palabra *guerra* aparece en el 20,0% de los *titulares principales* de los diarios extranjeros. Esto se relaciona con la tendencia mundial donde el término *guerra* fue ampliamente utilizado para referirse al 11-S, como lo explicamos en la primera parte de este capítulo. La diferencia se encuentra en que, en el caso de los diarios que conforman nuestra muestra, la hubo una mayor alusión al término *terrorismo* que al término *guerra*.

Con respecto a las portadas del día después, el *título único* es una característica que siguió presente. La mayoría de los diarios extranjeros ampliaron la información a través de los destacados y/o sumarios de las tapas donde hacían referencia a los términos que estudiamos. Sin embargo, no podemos proporcionar datos sobre cuáles fueron las palabras

más utilizadas en esos destacados para definir el acontecimiento porque estos no son parte de nuestras unidades de análisis.¹¹¹

Los tres únicos diarios que utilizaron *titulares secundarios* fueron *El Mundo* (España), *El Tiempo* (Colombia) y *O Globo* (Brasil). De estos destacamos el caso del diario español que eligió la palabra *infamia* para definir el acontecimiento. Este es un término que consideramos dentro de la variable *otros términos*.

Por otra parte, los *títulos secundarios* que aparecen en los diarios *El Tiempo* y *O Globo* no hacen referencia a ninguno de los términos porque en el caso del diario colombiano, los únicos dos *títulos secundarios* que aparecen en su portada hacen referencia a dos testimonios: “Así cayeron...”/ “Colombiano, atrapado”.¹¹² En el caso de *O Globo*, el único *título secundario* que aparece en su portada dice: “Bush habla de millares de muertos”.¹¹³

Para concluir destacamos que tanto la prensa argentina como la extranjera eligieron el término *terror* para definir la situación que se vivió en EE.UU tras los atentados del martes 11 de setiembre. En el caso particular de los diarios argentinos, destacamos que ninguno de ellos utilizó la palabra *terrorismo* para referirse a los hechos en los *títulos principales* de sus portadas. A diferencia de la prensa extranjera donde ambos términos fueron utilizados en la misma medida para la confección de *titulares principales*.

La referencia al *terrorismo* fue una constante en los *títulos principales* de las portadas de los diarios extranjeros los días 11 y 12 de setiembre. Sin embargo, los diarios argentinos

¹¹¹ En este trabajo de investigación nuestras unidades de análisis son los titulares de tapa no los destacados y/o sumarios.

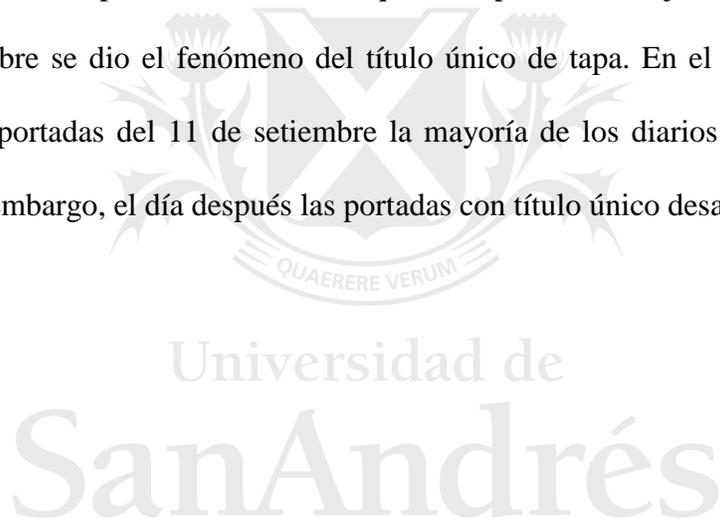
¹¹² “EE.UU: MÁXIMA ALERTA”, diario *El Tiempo*, 12/09/2001, portada.

¹¹³ “Terror suicida para el mundo”, diario *O Globo*, 12/09/2001, portada.

dejaron de utilizar el término *terror* -ampliamente utilizado en las ediciones especiales- para dar lugar al término *alerta*. Con respecto al uso de este último, detectamos que se dio una repetición del mismo en todos los diarios considerados como muestra en este trabajo de investigación.

En la prensa escrita argentina los términos que más se vincularon a los acontecimientos fueron: *atentado*, *ataque*, *tragedia*, *caos* y *duelo*. El único diario argentino que empleó la palabra *guerra* para definir la situación fue el diario *Clarín*.

De la observación de las portadas destacamos que en la prensa extranjera tanto del 11 como del 12 de setiembre se dio el fenómeno del título único de tapa. En el caso de la prensa nacional, en las portadas del 11 de setiembre la mayoría de los diarios también presentó título único, sin embargo, el día después las portadas con título único desaparecieron.



CAPÍTULO CUARTO

Tendencias en la titulación periodística de las portadas de los diarios argentinos y del exterior tras los atentados del 11-S

Centrar nuestra atención en la *titulación periodística* llevada a cabo en la cobertura informativa que realizó la prensa escrita es crucial para cumplir con dos objetivos de este trabajo de investigación. Por un lado, queremos descubrir qué *tipo de titulares* prefirieron los diarios para presentar la información a sus lectores. Por otro, detectar características que asemejan y diferencian la cobertura de los acontecimientos entre la prensa nacional y extranjera. Como se dijo en el capítulo primero, nos detenemos en los títulos de las tapas porque nos interesa el *primer mensaje*, y coincidimos con la idea de que la primera impresión que recibimos de una noticia -la mayoría de las veces- proviene del titular (MAR DE FONTCUBERTA, 1995).

En este cuarto y último capítulo, se expondrán los resultados obtenidos del análisis cuantitativo aplicado a los *títulos principales* y *secundarios* de los diarios que conforman la muestra de este trabajo de investigación. En primer lugar, se podrán observar las características de la titulación periodística de la prensa nacional el día de los atentados -en las ediciones extras- y, luego, las variaciones de la misma en las publicaciones del día después. Esto nos permitirá detectar cuál fue la tendencia en la titulación de tapa de los diarios argentinos, es decir, qué *tipo de titular* fue el más elegido por los diarios para dar a conocer la noticia de los atentados. Una vez detectada la tendencia, destacaremos las características generales más notables en la confección de los títulos de tapa en situaciones de catástrofes.

En segundo lugar, expondremos los resultados obtenidos sobre las características que presenta la titulación periodística de las tapas de los diarios de referencia del exterior que forman parte de la muestra de este estudio. Se destacarán las similitudes y diferencias en la elección del *tipo de titular* para presentar la noticia del 11-S en los títulos *principales* y *secundarios* de las portadas de los diarios argentinos y extranjeros. Esto a su vez, nos permitirá descubrir si existió una tendencia compartida entre la prensa nacional y extranjera con respecto a cómo presentaron las noticias en sus tapas.

Cabe destacar que los gráficos que se mostrarán en este apartado se confeccionaron a través de tablas elaboradas específicamente para el registro del *tipo de titulares* teniendo en cuenta la clasificación, explicada con anterioridad en el apartado 1.5.2 del capítulo primero; propuesta por LÓPEZ HIDALGO (2009) en su libro *El titular: Manual de titulación periodística*: 1. Títulos expresivos; 2. Títulos apelativos; 3. Títulos informativos; 4. Títulos enunciativos/temáticos; 5. Títulos creativos; 6. Títulos informativos-explicativos; 7. Títulos de actos de habla; 8. Otros.

4. La tendencia en la *titulación periodística* del día de la catástrofe en la prensa nacional

Como lo señala CASTAÑOS (2004:69), en su trabajo sobre *titulación periodística*, tras los atentados terroristas del 11-M en España “un hecho excepcional requiere una cobertura excepcional” y, por lo tanto, los parámetros de cobertura informativa de este tipo de acontecimientos está claramente caracterizado por un “modo de hacer periodismo marcado por la catástrofe” (Cárcela & Ruiz 2002:571). En el caso de la prensa escrita, y ante eventos como el 11-S, es fácil observar transformaciones en el diseño de las portadas de los diarios,

que incluyen cambios en el tipo de títulos que se eligen para presentar las noticias a los lectores. A su vez, existen otros cambios -además del diseño- que se relacionan con el modo en que los diarios buscan atraer a través de los titulares. Se trata entonces de “las propias tentativas de las empresas periodísticas de acercar cada día más los diarios a los lectores utilizando títulos más llamativos, menos informativos, más populares o sensacionalistas, más reportajeados o arrevistados, términos éstos usados en la jerga periodística” (HIDALGO 2009:30).

Como lo muestra el **Gráfico 12**, de entre los *titulares principales* de las portadas del 11-S se destacaron los *títulos creativos*¹¹⁴ y los *títulos enunciativos/temáticos*¹¹⁵. Sin embargo, también se deduce de dicho gráfico la existencia de una variedad de *tipos de titulares* en las portadas de las ediciones extras. En este sentido, se observan diferencias entre los titulares de cada uno de los diarios analizados. Por ejemplo, mientras el diario *Río Negro* de Neuquén tituló su edición extra con la palabra: “Terror”¹¹⁶, el diario *La Gaceta* de Tucumán tituló: “Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU.”¹¹⁷.

La misma tendencia se observa respecto de los dos diarios más vendidos del país, *Clarín* y *La Nación*. En el caso del primero, el titular de tapa decía: “EL DIA DEL TERROR” (con todas las letras en mayúsculas). En el segundo, en la portada aparecía: “Conmoción

¹¹⁴ Según la clasificación de HIDALGO (2009:53) los títulos creativos se caracterizan por emplear el juego de palabras; “el título no es meramente informativo, sino que muy al contrario solo pretende llamar la atención del lector con una frase ocurrente y llamativa [...] Este tipo de título no debe superar las seis palabras. Debe ser ingenioso pero también tiene que transmitir información. Como no siempre se puede conseguir, porque tampoco el fin de esta modalidad de titulación es la información, el título debe ir complementado con un antetítulo o subtítulo de carácter informativo, a fin de que cuanto se sugiere en el primero aparezca detallado en el segundo”.

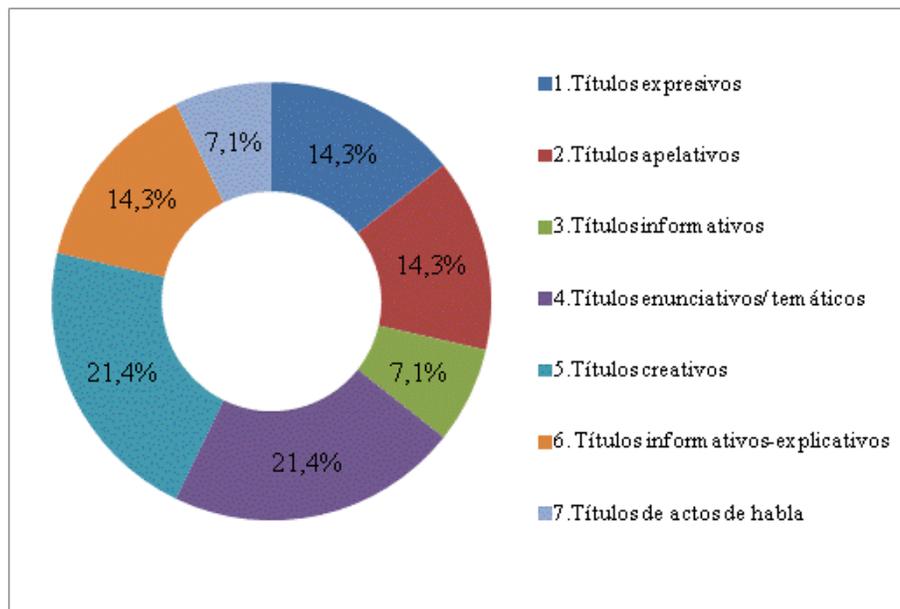
¹¹⁵ En el caso de los títulos enunciativos o temáticos HIDALGO (2009:52) señala que este tipo de titulares se caracteriza por que “enuncian o mencionan genéricamente los temas sobre los que trata el texto [...] Los títulos enunciativos o temáticos no revelan todos los datos del acontecer, sino solo una parte”.

¹¹⁶ “Terror”, diario *Río Negro*, 11/09/2001, portada.

¹¹⁷ “Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU”, diario *La Gaceta*, 11/09/2001, portada.

mundial por el masivo ataque contra EE.UU”¹¹⁸. Como consecuencia de esta marcada diferenciación, es que todas las variables -de la categoría *tipo de títulos*- obtuvieron un determinado porcentaje.

GRÁFICO 12: TIPO DE TITULARES PRINCIPALES QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL 11-S DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

Otro dato importante a destacar es el escaso porcentaje que obtuvieron los *títulos informativos* (7,1%), *títulos informativos-explicativos* (14,3%) y *títulos de actos de habla* (7,1%) frente a los demás tipo de titulares considerados. Esta es una característica que destacamos: en el caso de la prensa argentina los titulares -en su mayoría- no fueron informativos.

En el caso de los diarios más vendidos de España la situación fue diferente. En el trabajo de investigación¹¹⁹ de RODRÍGUEZ & RUIZ (2002) donde se analizan -entre otros elementos- los

¹¹⁸ “Conmoción mundial por el masivo ataque contra EE.UU”, diario *La Nación*, 11/09/2001, portada.

titulares de las portadas del 11-S de los diarios *ABC*, *El Mundo* y *El País*, las autoras señalan que “se observa en las informaciones de catástrofe los titulares a grandes cuerpos, en negrita y muy gráficos, de estilo opinativo e interpretativo, frente al preponderante titular informativo [...] Se utilizan los títulos catástrofe”. Es decir, que a diferencia de la prensa escrita española -donde primó el titular informativo- la prensa argentina, como lo ilustramos en el **Gráfico 12**, se caracterizó por emplear otros tipos de titulares para dar a conocer la noticia.

Teniendo en cuenta que nos estamos refiriendo a la cobertura periodística de una situación de catástrofe, no sorprende la existencia de una mayoría de titulares *apelativos*¹²⁰ y *expresivos*¹²¹. Ambos tipos se caracterizan por querer suscitar sentimientos o emociones en el lector para atraer su atención. Sin embargo, LÓPEZ (2009:50) explica que:

Al contrario de los títulos expresivos, los apelativos pretenden llamar la atención sobre un hecho del que no se presupone que el lector conozca en profundidad. Es propio de los diarios sensacionalistas, o de los dedicados a sucesos y noticias de interés humano [...] Van encaminados a reforzar o modificar las actitudes de los destinatarios, no tanto para cambiar su punto de vista sino para suscitar su emotividad y sentirse atraídos por la información.

La comparación entre las portadas -de las ediciones extras- de los diarios argentinos *La Voz del Interior* (Córdoba) y el diario *Río Negro* (Neuquén):

¹¹⁹ RODRÍGUEZ & RUIZ. (2002). Periodismo de catástrofes: el 11 de setiembre. Análisis de suceso y experiencias vividas. *Revista ÁMBITOS*, Nro especial 9-10, pp. 567-596.

¹²⁰ Suelen ser temáticos, en el sentido de que, mencionan un tema pero no dan información completa sobre el mismo.

¹²¹ “Los titulares expresivos, por tanto, tratan de expresar los sentimientos que la noticia va a suscitar en los lectores o en los que la escuchan”. (LÓPEZ, 2009:49)



Fuente: archivo de cada uno de los diarios

Como se observa, en el caso del diario *La Voz del Interior*, estamos ante un titular que se corresponde con la definición de titular *apelativo* que propone LÓPEZ (2009). Al respecto, el autor señala que este tipo de titulares “incluyen algún tipo de información temática, ya sea sobre el tipo de juicio que merecen los hechos al periodista o bien porque se incluye alguna referencia a las circunstancias que rodean al hecho” en este caso -la referencia- es al lugar de los hechos: EE.UU. (LÓPEZ, 2009:50).

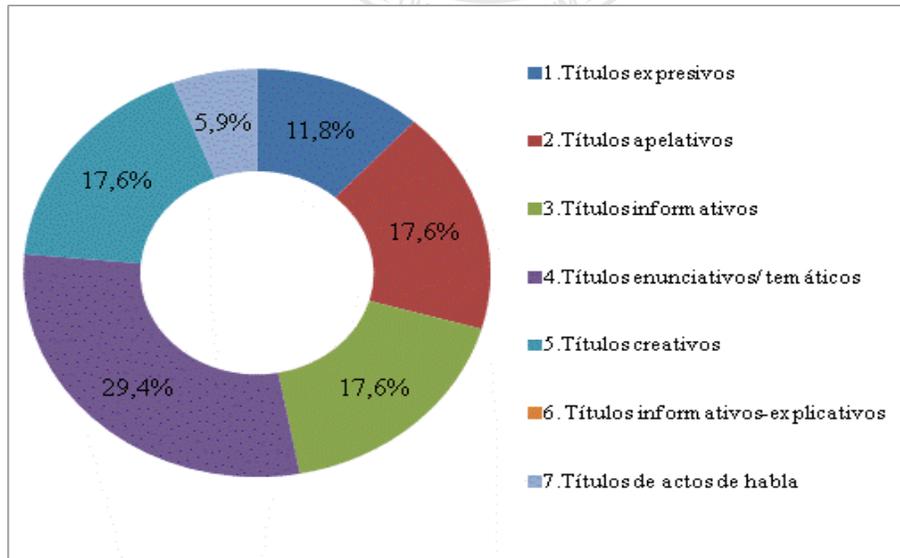
En el segundo ejemplo, el *título principal* del diario *Río Negro* remite a un sentimiento de miedo a través de un término suelto en su tapa: terror. Esta característica se corresponde con los *títulos expresivos* en los que hay que tener en cuenta que:

Obviamente, para su total comprensión es necesario que el que el lector tenga conocimientos contextuales del tema que se trata. Por esta razón, se da por hecho que

éste conoce ya la información y una sola palabra puede servir de anzuelo para llamar su atención y convocar su estado de ánimo López (2009:50).

Respecto de los *titulares secundarios* nuestro análisis revela que, si bien, los *titulares principales* de las portadas de los diarios argentinos no se caracterizaron por ser informativos debemos mencionar que los *titulares secundarios* sí lo hicieron (ver **Gráfico 13**). El 17,6% de los *titulares secundarios* son informativos¹²². Estos resultados podrían obedecer a que los periódicos quisieron llamar la atención a los lectores, en un primer momento, con un título anzuelo para luego brindarles más información a través de otros elementos de la portada como los titulares de las notas de tapa, las fotografías y los sumarios y/o destacados.¹²³

GRÁFICO 13: TIPO DE TITULARES SECUNDARIOS QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL 11-S DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

¹²² Recordemos que en el caso de los títulos principales solo el 7,1% era informativo.

¹²³ Como se puede observar en las imágenes de las portadas de las ediciones especiales del 11-S todos los periódicos argentinos contaron con fotografías de gran dimensión y sumarios en sus portadas.

Otro dato importante a tener en cuenta es que el 29,4% de los *titulares secundarios* se corresponden con las características de los *títulos enunciativos o temáticos*. En los *títulos secundarios* se mantiene la misma tendencia que en los *títulos principales* donde este tipo de títulos se destacaba junto con los *títulos creativos* -ambos con un 21,4% cada uno- por sobre los otros tipos de titulares.

Con respecto a los *titulares secundarios* de las portadas de las ediciones especiales, hay que subrayar que la mayoría de los diarios solamente contó con un título único en su tapa apoyado por una imagen de grandes proporciones y sumarios. De los siete diarios considerados, solamente dos -*La Nación* y *La Gaceta*- presentaron *títulos secundarios*. Al respecto destacamos que el 50% de los *titulares secundarios* de la portada del diario *La Nación* se corresponden con *títulos apelativos*; y el 33,3% con títulos que se refieren a *actos de habla*, como por ejemplo: “Declaró el “duelo nacional”/ “Hoy vivimos una tragedia nacional”. En el caso de la portada del diario *La Gaceta* sólo aparecen dos *titulares secundarios*: “Tucumán, en estado de alerta”/”Caos financiero: no hubo bolsas”.

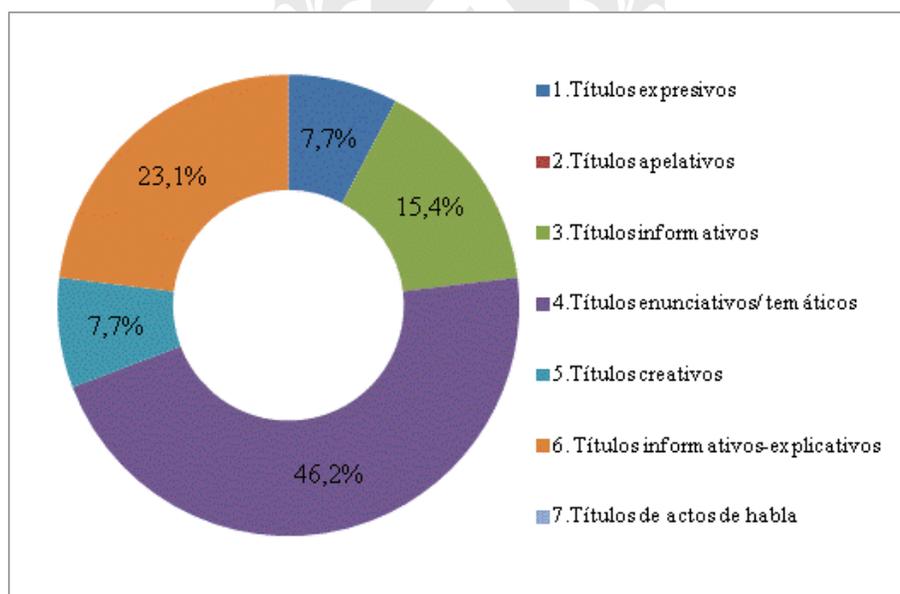
La notable presencia del “título único” -en las portadas- no nos sorprende por el hecho de que una de las características particulares de las ediciones especiales de los periódicos en el caso de acontecimientos catastróficos como el 11-S es la primacía de lo visual por encima de lo textual (CONCHA EDO, 2002).

4.1. Los títulos del día después. Variaciones en la titulación periodística de las portadas de los diarios argentinos

La preponderancia de los *títulos enunciativos o temáticos* -con el 46,2%- se sigue manteniendo en el caso de los *títulos principales* de las portadas por sobre los demás tipos

de titulares (Ver **Gráfico 14**). La preponderancia se mantiene pero la tendencia aumenta. Como se vio el día de los atentados, la variable *títulos enunciativos o temáticos* agrupó al 21,4% de los *titulares principales* y, el día después, aumentó en un 24,8%. Es decir que si bien este tipo de titulares se encontró con un alto porcentaje el día 11 de setiembre, el día 12 su porcentaje fue aún mayor. Esto se debería a que en las ediciones del día después los diarios presentaron notas de tapa vinculadas a temas específicos relacionados con los atentados terroristas. Por ejemplo, el impacto económico, el impacto psicológico, el impacto en la seguridad mundial, etc.

GRÁFICO 14: TIPO DE TITULARES PRINCIPALES QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA DESPUÉS DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

Asimismo, se observa un aumento -en comparación con el día anterior- en el porcentaje de *titulares principales* tanto del tipo *informativo-explicativo*¹²⁴ e *informativo* (ver **Gráfico 12**).

Tras el estudio de las portadas del 12-S -de los diarios argentinos- no detectamos *titulares principales* que se correspondan con la variable *títulos apelativos*.¹²⁵ Sin embargo, sí identificamos la presencia de *títulos creativos* (7,7%), en un porcentaje muy pequeño. Como ejemplo, nos referimos al título “LA GUERRA” que elige *Clarín* para salir a la calle con su publicación del 12 de setiembre de 2001. Es el único título que se inscribe dentro de lo que LÓPEZ (2009:53) clasifica como *título creativo*:

En ocasiones, para que el título resulte más o menos expresivo o apelativo, en definitiva más atractivo, se recurre a juegos de palabras más o menos ingeniosos o más o menos estéticos [...] En estos casos, como el título no es meramente informativo, sino muy al contrario sólo pretende llamar la atención del lector con una frase recurrente o llamativa, se necesita de la ayuda de un antetítulo o subtítulo informativo que complemente al título [...] Este tipo de títulos no debe superar las seis palabras [...] El tema del que trata se puede adivinar.

La diferencia entre el título de portada del diario *Clarín* y los demás diarios -el día después de los atentados- es clara y se puede identificar mediante la simple observación de las portadas del día de los atentados:

-“LA GUERRA”, *Clarín* (Buenos Aires).

¹²⁴ Según la clasificación de HIDALGO (2009:53-54) “este tipo de titular no responde sólo a las preguntas quién y qué, sino que pretende resolver otras dos: porqué y para qué”.

¹²⁵ Recordamos que el 14,3% de los titulares principales de tapa de las ediciones especiales del día de los atentados se agrupaba en esta variable.

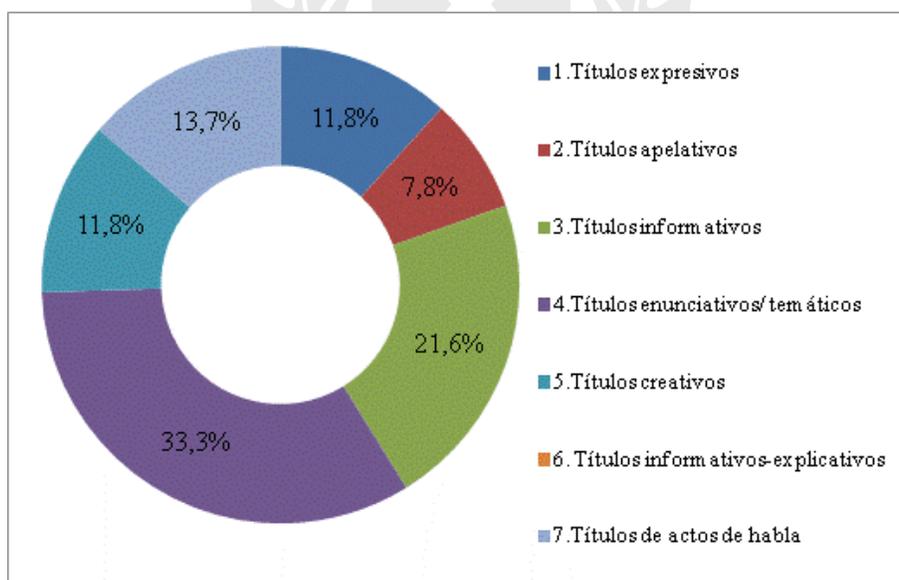
- “Alerta mundial por el más grave atentado de la historia”, *La Nación* (Buenos Aires).
- “Más de 10.000 muertos dejó el mayor ataque terrorista contra los EE.UU”, *La Gaceta* (Tucumán).
- “Miles de muertos en EE.UU. Y el mundo en alerta máxima”, *La Voz del Interior* (Córdoba).
- “Conmoción mundial por el peor golpe de la historia a EE.UU”, *La Capital*, (Santa Fe).
- “Alerta mundial por los ataques a Estados Unidos”, *Los Andes* (Mendoza).
- “Miles de muertos en la peor pesadilla”, *Río Negro* (Neuquén).

Respecto de los *titulares secundarios*, como podemos observar en el **Gráfico 15**, el porcentaje de los *títulos enunciativos o temáticos* (33,3%) sigue siendo mayor -teniendo en cuenta la titulación periodística del 11 y 12 de setiembre de 2001- en relación con los otros tipos de titulares considerados. Esto nos lleva a afirmar, en primer lugar, que la tendencia más destacada en la titulación periodística del 12-S -en la prensa nacional- se caracterizó por la presencia de *titulares enunciativos o temáticos* tanto en lo que respecta a los *titulares principales* como a los *titulares secundarios* de las portadas. Como ejemplo podemos destacar el caso del diario *La Voz del Interior* donde el 50% de los *titulares secundarios* de la portada del 12 de setiembre de 2001 se correspondió con *titulares enunciativos o temáticos*. El mismo resultado obtuvimos de los *titulares secundarios* presentes en la portada del diario *La Nación* del mismo día.

En segundo lugar, hay un pequeño aumento de *titulares informativo*: el 21,5% de los *titulares secundarios* de las portadas de los diarios argentinos del 12-S se ubican dentro de

este tipo. El día anterior, este porcentaje fue de un 17,6%. Cabe destacar que el día con mayor porcentaje de *titulares informativos* -en el caso de la prensa argentina- fue el 12-S. Y la mayoría se corresponde con los *titulares secundarios* de las portadas. Es decir, el lector se informó de la situación a través de la lectura de los *titulares secundarios*. En este sentido, resaltamos los porcentajes obtenidos del análisis de las portadas de los diarios argentinos *La Nación* y *La Gaceta*. En el primer caso, el 25% de los *titulares secundarios* de la portada son *informativos*. En el segundo caso, el porcentaje de *titulares secundarios informativos* alcanzó el 40%.

GRÁFICO 15: TIPO DE TITULARES SECUNDARIOS QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA DESPUÉS DE LOS DIARIOS ARGENTINOS EN %



Fuente: elaboración propia

Como se puede observar en el **Gráfico 15**, el 13,7% de los *titulares secundarios* se corresponden con citas de *actos de habla*.¹²⁶ Esta característica está estrechamente

¹²⁶ LÓPEZ (2009:55-56), explica que existen tres tipos diferentes de títulos de actos de habla. En primer lugar, tenemos a los *títulos en forma de cita textual* que consiste en reproducir literalmente una cita realizada por el orador. Este recurso de titulación reduce el problema de la interpretación del texto y centra el problema en la

relacionada con la cobertura periodística en situaciones de catástrofe donde los medios de comunicación obtienen información a través de los testimonios de los afectados y de las historias de sus corresponsales. Por ejemplo, en la portada del diario *Clarín* aparecen dos titulares que se confeccionaron desde el testimonio de dos periodistas que estaban en Nueva York al momento de los atentados: “Fui a las Torres horas antes con mi hijo de 10 años”/“Vi desde Brooklyn como el segundo avión se estrellaba”.¹²⁷ Algo similar pudimos identificar en la portada del diario *La Nación*, donde aparece como titular la siguiente cita: “Nos están atacando, estamos en guerra”. En este caso se trató del testimonio de un hombre que sobrevivió al derrumbe.¹²⁸ Pero con los *títulos de actos de habla* no solo se transmitieron las experiencias sino también las *declaraciones oficiales* luego de la catástrofe; por ejemplo: “No hay ninguna amenaza en el país”¹²⁹; ésta cita del entonces Presidente de la Nación también aparece como uno de los *titulares secundarios* de la portada del diario *La Nación* del día después a los atentados terroristas.

4.2. El 11-S en la prensa extranjera: preponderancia de los *títulos creativos*

Los titulares de las portadas de las ediciones especiales del 11-S buscaron captar la atención de los lectores en lugar de informar, según se desprende de nuestros resultados. Si bien los

selección de la frase literal que más interese a las pretensiones informativas del periodista. De entre todas las declaraciones posibles el redactor selecciona aquella que considera la más interesante y noticiosa para el texto informativo que desea elaborar. En segundo lugar, el autor hace referencia a los *títulos en forma de cita indirecta*, es decir que en este caso el periodista no recoge de forma literal directa las declaraciones del orador en el que está interesado, sino que selecciona en forma general lo más llamativo del discurso. “En el título se recoge el contenido, la idea, no la forma, no la frase textual”. Y en tercer y último lugar, Hidalgo se refiere a los *títulos mixtos de cita directa e indirecta*, en este caso el periodista selecciona literalmente sólo parte de una frase o puede tratarse también de una palabra o varias palabras que considera importantes. Las refiere literalmente.

¹²⁷ Ver: “Fui a las Torres horas antes con mi hijo de 10 años”/ “Vi desde Brooklyn cómo el segundo avión se estrellaba”, diario *La Nación*, 12/09/2001, portada.

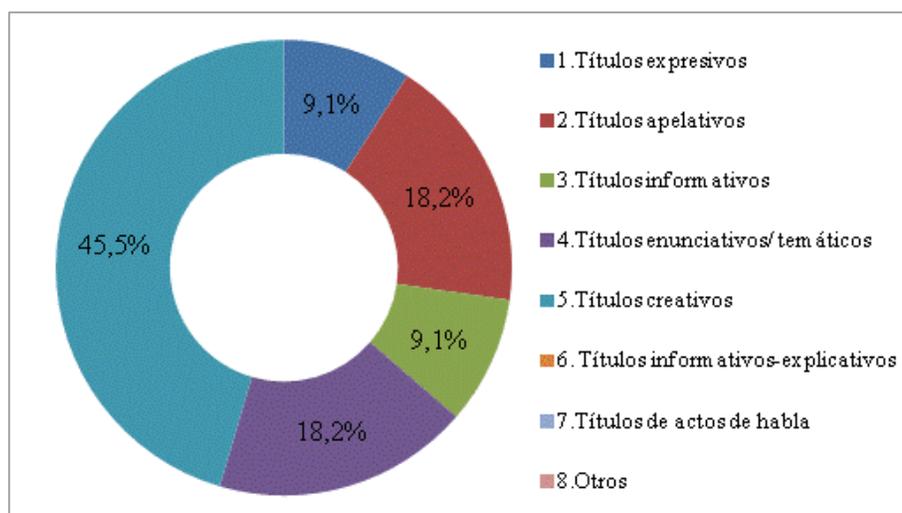
¹²⁸ Al comienzo de la nota el periodista relata a quién pertenece la cita: “¡Nos están atacando. Estamos en guerra! , gritó desesperado, un hombre con la cara cubierta de sangre al salir corriendo de una de las torres del World Trade Center, en llamas.” *La Nación*, 12/09/2001, portada.

¹²⁹ “No hay ninguna amenaza en el país”, diario *La Nación*, 12/09/2001, portada.

titulares periodísticos tienen la función de captar la atención de quien los lee, también son considerados “el primer nivel informativo de la noticia. Para muchos lectores el único” MOMPART (1982:9). De allí deriva la importancia de que los periodistas lleven a cabo una responsable elección de las palabras y/o expresiones al momento de confeccionar los titulares.¹³⁰

El día de los atentados “la lógica de la urgencia y de la competitividad que impera en el tratamiento informativo de la actualidad” llevaron a que prime el mensaje emocional por sobre la información SAINZ (2002:103). Como lo ilustra el **Gráfico 16**, el 45,5% de los *títulos principales* de las tapas fueron *creativos* mientras que solo el 9,1% correspondió a *titulares informativos*.

GRÁFICO 16: TIPO DE TITULARES PRINCIPALES QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES ESPECIALES DEL 11-S DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

¹³⁰ DIEZHANDINO (1994:27) haciendo referencia a la responsabilidad del periodista explica: “El periodista es un observador y clasificador de la realidad [...] De su capacidad de detectar los hechos con interés informativo, ordenarlos, seleccionarlos, comprenderlos, extraer las claves significativas, elaborar adecuadamente la información... depende, hoy más que nunca el desenvolvimiento social”.

Cabe recordar que los *titulares creativos* no tienen como fin brindar información a sus lectores sino que buscan -a través de juegos de palabras o expresiones ingeniosas- llamar su atención (HIDALGO, 2009).

Ejemplo del empleo de lo anterior fue el caso del diario colombiano *El Tiempo* que tituló la portada de su edición especial con la siguiente frase: “Terrorismo declara la guerra a E.U.”¹³¹. Lo mismo que el diario brasilero *O Estado de Sao Paulo*. Ambos inscribiéndose dentro de la tendencia mundial en lo que respecta al modo en que los medios de comunicación cubrieron los eventos del 11-S.¹³² Al respecto, SCHATZ (2002:16), haciendo referencia a una investigación realizada por *Media Tenor*¹³³ señala que el 11-S:

Todo el mundo se precipitó para hablar de <guerra> contra el terrorismo. Cualquier periodista mínimamente preparado sabía que eso no tenía ningún sentido, pero la frase fue repetida hasta la saciedad y transmitida al público sin contemplaciones. Como nos demostró nuestra investigación, la auténtica discusión acerca del <porqué> ni siquiera había aparecido un mes después del ataque, porque la comunidad internacional estaba demasiado ocupada manifestando su apoyo <incondicional> al presidente de los Estados Unidos George W. Bush...

¹³¹ “Terrorismo declara la guerra a EE.UU”, diario *El Tiempo*, 11/09/2001, portada.

¹³² Con respecto a la tendencia mundial destacamos una de las conclusiones de la investigación de LA PORTE & SÁDABA (2007:110-112) sobre la cobertura que realizaron los diarios españoles del 11-S, donde afirman que luego de los atentados no existía claridad acerca de quién era el enemigo y cual era su intención porque nadie se hizo responsable de los ataques. Sin embargo, esto no impidió que los acontecimientos se enmarcaran dentro de lo que se denominó <the war on terrorism>, tema que pasó a dominar la agenda tanto de los políticos como de los medios de comunicación a nivel mundial.

¹³³ Es un instituto independiente que se dedica al análisis de la opinión pública y al monitoreo de medios a nivel global. Su sede central está en el Reino Unido pero tiene presencia internacional. En este caso el autor se refiere a un estudio que refleja el trabajo de presentadores de televisión de todo el mundo, y un examen de la selección de las noticias y de su contribución a la comprensión de las relaciones internacionales tras el 11-S. El estudio fue de tipo comparativo y contó con una muestra de diecinueve programas informativos en cuatro países.



Fuente: archivo de cada uno de los diarios

Como lo expusimos en el capítulo III de este trabajo de investigación, palabras como *terror*, *terrorismo*, *ataque*, *alerta* y *guerra* también fueron repetidas hasta la saciedad en la cobertura llevada a cabo por la prensa escrita. En muchos casos, estos términos fueron utilizados -sin una adecuada contextualización- como *titulares principales* de portadas. En este sentido, se destaca el título de la portada de la edición especial del diario colombiano *El Espectador*: “¡TERROR!”¹³⁴. En este caso, la palabra aparece con signos de exclamación y el titular se registró -en este trabajo de investigación- como *título expresivo-creativo*. La explicación podría encontrarse en palabras de señala HIDALGO LÓPEZ (2009) cuando señala que, en ciertas ocasiones para que un *título creativo* resulte más o menos expresivo se recurre a los signos ortográficos o al juego de palabras. Otro ejemplo es el

¹³⁴ Ver “TERROR”, diario El Espectador, 11/09/2001, portada.

titular de la portada de la edición especial del diario brasileiro *O Globo*: “Terror sem limites”¹³⁵. La diferencia entre los titulares de portada de *El Espectador* y del diario *O Globo*, es que mientras que en el primero el titular aparece solamente acompañado de una imagen, en el segundo, aparecen otros elementos -como la bajada y los destacados- que contribuyen desde el punto de vista informativo a contextualizar la noticia.

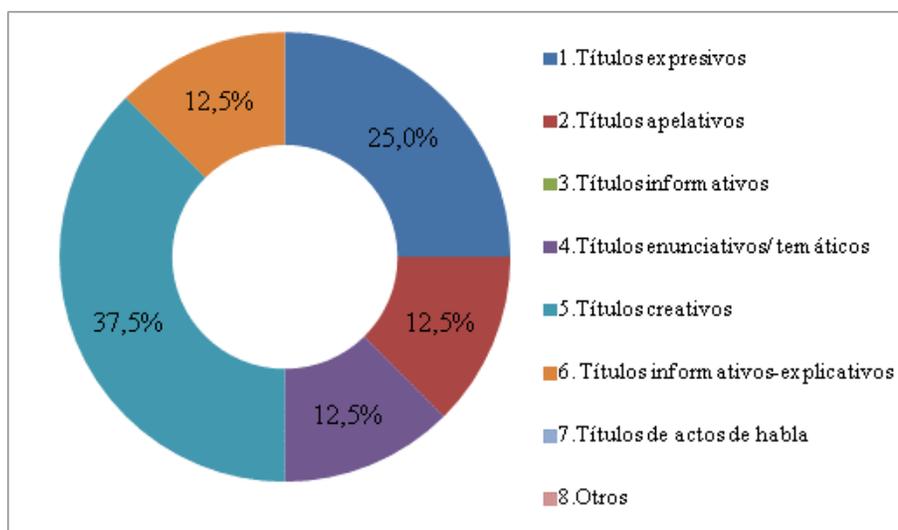
La preponderancia de los *titulares creativos* es una tendencia que se mantiene notablemente en la prensa extranjera. Tanto el día de los atentados como el día después, este tipo de titulares obtuvo el mayor porcentaje. Los resultados que expone el **Gráfico 17** ponen en evidencia esta tendencia en la titulación periodística de las portadas. Como se puede ver, el día después, el 37,5 % de los *titulares principales* se correspondió con *titulares creativos*.



Fuente: archivo de cada uno de los diarios

¹³⁵ Ver “Terror sem limites”, diario O Globo, 11/09/2001, portada.

GRÁFICO 17: TIPO DE TITULARES PRINCIPALES QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA DESPUÉS DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

Otro dato notable es el aumento en el porcentaje de *titulares expresivos* en las portadas del 12-S. Mientras que el día de los atentados sólo el 9,1% de los titulares de tapa eran *expresivos*, el día después el 25,0% se ubicó dentro de este tipo de titular.

En resumen, según los datos de los **Gráficos 16 y 17**, podemos decir que el primer mensaje que los diarios extranjeros dieron a sus lectores -a través de los títulos de sus portadas- hizo referencia, en general, a la espectacularidad del hecho y a su impacto emotivo dejando en segundo lugar aspectos informativos asociados al acontecimiento.¹³⁶ A continuación expondremos dos cuadros donde se podrán observar los *títulos principales de portada* de cada uno de los diarios extranjeros considerados como muestra en nuestro estudio.

¹³⁶ Si bien a lo largo de cada capítulo se fueron poniendo ejemplos de casos particulares, el objetivo de este trabajo es descubrir las tendencias generales relacionadas con el modo en que la prensa escrita cubrió los atentados considerando los temas, las palabras y los tipos de títulos que presentaron en las portadas del 11 y 12 de setiembre del 2001.

CUADROS 4 Y 5: DETALLE DE LOS *TÍTULOS PRINCIPALES* DE LAS PORTADAS DEL 11 Y 12 DE SETIEMBRE DE 2001 DE LOS DIARIOS EXTRANJEROS

Diarios extranjeros	Titulares principales de tapa del día 11 de setiembre del 2001
8. Diario El Tiempo	1.TERRORISMO declara la guerra a E.U.
9.Diario El Espectador	2.¡TERROR!
10.Diario O Estado de S. Paulo	SIN EDICIÓN ESPECIAL
11.Diario O Globo	3.Terror sin límites
12.Diario El Mundo	4.Hecatombe terrorista contra Estados Unidos
13.Diario El País	5.América, atacada. Máxima alerta mundial

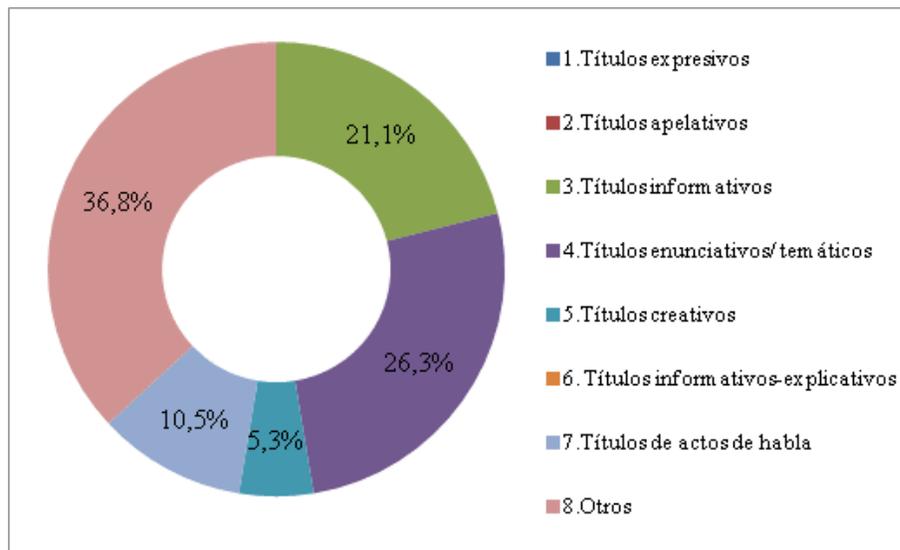
Diarios extranjeros	Titulares principales de tapa del día 12 de setiembre del 2001
8. Diario El Tiempo	1.E.U.: MÁXIMA ALERTA
9.Diario El Espectador	SIN EDICIÓN ESPECIAL
10.Diario O Estado de S. Paulo	2.Terrorismo declara la guerra a EUA
11.Diario O Globo	3.Terror suicida para el mundo
12.Diario El Mundo	4.El mayor ataque terrorista de la historia derriba los símbolos del poder de EEUU y causa más de 10.000 muertos y heridos
13.Diario El País	5.El mundo en vilo a la espera de las represalias de Bush

Fuente: elaboración propia

Con respecto a los *titulares secundarios* -como lo ilustra el **Gráfico 18**- destacamos que el 26,3% de los titulares son *enunciativos o temáticos* mientras que el 21,1% se corresponde con titulares netamente *informativos*.

Mientras que los *títulos principales* del 12-S se caracterizaron por ser *creativos* y no aportar información, los *titulares secundarios* aparecen llenando ese vacío. De un día al otro hay una notable disminución de los *titulares creativos* lo que denota que el día de los atentados los diarios extranjeros recurrieron a un lenguaje más sensacionalista que el día después. Los títulos apelativos, creativos y expresivos están asociados a una prensa más sensacionalista y popular (LÓPEZ, 2009).

GRÁFICO 18: TIPO DE TITULARES SECUNDARIOS QUE PREDOMINARON EN LAS PORTADAS DE LAS EDICIONES DEL DÍA DESPUÉS DE LOS EXTRANJEROS EN %



Fuente: elaboración propia

Es importante señalar que la clasificación de los *tipos de titulares* no es una clasificación cerrada sino que en un mismo titular se pueden ver combinadas las diferentes características que presentan los diversos tipos de títulos. Sin embargo, esto no quita la validez de enmarcarlos -teniendo en cuenta sus peculiaridades más destacadas- dentro de las categorías propuestas. Como bien lo explican, VIZUETE & MARCET (1998 citados en LÓPEZ, 2009:54) al respecto:

...cuando hablamos de títulos expresivos, apelativos o informativos no nos podemos referir nunca a fórmulas puras o cerradas, pues lo normal es encontrar entremezcladas todas estas características. Asimismo, estas diferentes formas de titular definen también distintas maneras de hacer periodismo. De modo que los diarios de calidad utilizan titulares informativos, mientras que los sensacionalistas utilizan la titulación expresiva. En los últimos años, sin embargo, algunos diarios han optado por unos titulares más

apelativos con el objeto de llamar la atención a un público más amplio sin llegar a ser sensacionalista pero abandonando en cierta medida la titulación puramente informativa.

Otra característica a destacar de los datos que nos proporciona el **Gráfico 18**, es el alto porcentaje que obtuvo la variable otros (36,8%). Esto se corresponde a que hubo casos donde un notable porcentaje de los titulares secundarios de las portadas del 12-S no se correspondía con el tema de los atentados (ver **Cuadro 6**). Es decir, hacían referencia a otras cuestiones para nada relacionadas. El ejemplo más notable fue el del diario *O Estado de Sao Paulo* donde el 50% de sus títulos secundarios no se refieren al tema de los ataques del 11-S.

CUADRO 6: DETALLE DE LOS *TITULARES SECUNDARIOS* DE LA PORTADA DEL DIARIO *O ESTADO DE SAO PAULO* DEL 12 DE SETIEMBRE DE 2001

Títulos secundarios del diario O ESTADO DE SAO PAULO
1. Países piden unión contra los atentados
2. El mercado financiero cae en todo el mundo
3. Itamaraty localiza brasileros en todo en NY
4. El terrorista Bin Laden es el primer sospechoso
5. Evento abre nueva página en la Historia
6. José Ermírio de Moraes hijo muere a los 75 años
7. La policía no tiene pistas sobre la muerte de Toninho del PT
8. Guga es eliminado del Brasil Open
9. MP pide la quiebra del sigilo fiscal de la familia Maluf
10. Consejo inicia el análisis del relatorio sobre Jader

Fuente: elaboración propia¹³⁷

A manera de conclusión destacamos que tanto la prensa escrita nacional como la extranjera eligieron *títulos creativos* para comunicar la noticia a sus lectores en los *títulos principales* de sus portadas. Esto demuestra que las portadas de las ediciones extras del 11-S entregaron

¹³⁷ La traducción es nuestra.

un mensaje que suscitaba la emoción y no daba información. Los *títulos principales* fueron utilizados como “títulos anzuelo” solo para llamar la atención de los lectores.

En el caso de los diarios argentinos, señalamos la constante aparición de *titulares enunciativos o temáticos*. La mayoría de los *titulares secundarios* de las portadas de las ediciones especiales se correspondieron con esta característica. Sin embargo, los diarios extranjeros optaron en su totalidad por el *título único* tanto el 11 como el 12 de setiembre por lo que no encontramos características de *titulares secundarios*.

A diferencia de la prensa extranjera, la prensa nacional registró una mayor cantidad de *titulares informativos* en sus títulos de tapa. Especialmente el día después de los atentados donde los *títulos informativos* junto con los *informativos-explicativos* ocuparon el segundo lugar. Recordemos que en primer lugar estuvieron los titulares enunciativos o temáticos.

Teniendo en cuenta las tendencias generales podemos decir que la cobertura de la prensa extranjera se caracterizó por ser más sensacionalista que la prensa argentina. Esto fue una constante en los dos días que se consideraron para el registro de datos. Sin embargo, subrayamos el hecho de que, el día de los atentados, tanto los diarios argentinos como extranjeros salieron a la calle con títulos llamativos que dejaron en un segundo plano la información. Mientras que la prensa extranjera continuó con esta tendencia el día después, la prensa nacional optó por una postura más informativa.

CONCLUSIONES

El presente estudio se realizó con el objetivo de detectar cuáles fueron los *temas*, las *palabras* y los *tipos de titulares* que empleó la prensa nacional y extranjera para dar a conocer la noticia de los atentados del 11-S. A su vez, esto nos permitió identificar similitudes y diferencias entre la cobertura periodística llevada a cabo por los diarios considerados como muestra.

Luego de exponer los resultados de nuestro análisis de contenido podemos decir que este trabajo de investigación permitió corroborar la hipótesis que lo motivó: la titulación periodística utilizada para dar el *primer mensaje* a los lectores tras los atentados del 11-S antepuso la emotividad a la información. Se tradujo un mensaje de miedo e incertidumbre, con palabras y expresiones que apelaron a la espectacularidad del hecho.

Los datos obtenidos y las tendencias en la cobertura que revelan los mismos nos llevan a afirmar que la *titulación periodística* que se llevó a cabo para presentar la noticia de los atentados a los lectores desplazó aspectos informativos: las *palabras* y los *temas* de las portadas de las ediciones especiales del día 11 y 12 de setiembre de 2001 hablaron sobre cuestiones que apelaron a cuestiones de índole psico-emocional y no a sus consecuencias más concretas.

Asimismo, otras conclusiones que podemos señalar con respecto a la cobertura informativa de la prensa nacional y el **tratamiento temático** llevado a cabo en las portadas, destacamos que:

- a) La lógica de la urgencia tras los atentados del 11-S llevó a que las decisiones editoriales sobre cómo dar el *primer mensaje* a los lectores hayan privilegiado, para la confección de los *titulares principales y secundarios* de tapa, *temas y palabras* que -en mayor porcentaje- aludieron a lo emotivo por sobre lo informativo. En este sentido, el lector se encontró con un mensaje de incertidumbre y de miedo, en detrimento de un mensaje más informativo que le brindara claridad para entender lo que estaba sucediendo. Si bien es cierto que para los mismos profesionales de la información no debe haber sido fácil comprender las dimensiones de semejante hecho, consideramos que la emotividad no contribuyó a entender mejor lo ocurrido.
- b) El registro de los términos elegidos para redactar los *titulares principales y secundarios* de las tapas deja entrever la dificultad que tiene el periodismo en general para hablar sobre *terrorismo*. En el caso de la prensa argentina, se evidencia la falta de definición concreta de los acontecimientos. Se hizo mayor referencia a cuestiones asociadas al *ánimo mundial* y a la *situación de alerta* que al tema específico de los *ataques terroristas*. Fue notable la repetición que hizo la prensa nacional de la *situación de terror* en los titulares, sin embargo, no se contó a los lectores qué estaba pasando concretamente. Esto denota que los diarios participaron de un proceso de construcción emotiva de los hechos dejando en segundo plano la información.
- c) Tras conocerse la noticia de los atentados, hubo una inmediata vinculación de las consecuencias de los atentados con cuestiones del *ámbito Local* de cada una de las provincias, como por ejemplo: la búsqueda de familiares, la reacción de los

pobladores de una determinada provincia ante la noticia de los atentados, y/o el impacto en la seguridad de la zona. Se destaca la labor de los medios, en este sentido, dado a que consideramos que la vinculación de los acontecimientos internacionales a cuestiones de índole local brindan herramientas que colaboran con la contextualización de las noticias.

- d) En los titulares de portada existió una amplia y constante referencia al tema del *cambio histórico* como consecuencias de los atentados terroristas en EE.UU. Esto también lo vinculamos con el modo -que tuvo la prensa escrita- de brindar contexto a los lectores sobre lo que estaba pasando. En esta línea, la prensa nacional se ubicó bajo la tendencia mundial donde la referencia a la transición histórica luego del 11-S fue una constante.
- e) La prensa argentina se caracterizó por hacer una amplia alusión a cuestiones vinculadas a las *víctimas/testimonios* tanto en los *títulos principales y secundarios* de sus portadas. Al respecto, destacamos que no se hizo referencia (numérica) a la cantidad de víctimas que había dejado la tragedia sino que los diarios trataron el tema de las víctimas y/o afectados a partir de la información que obtenían de los testimonios orales y no de los datos duros. Esto nos permite destacar el valor de las personas que con sus testimonios permiten contextualizar y explicar –ante la ausencia inmediata de datos oficiales- situaciones catastróficas como la que estudiamos, desde la experiencia personal. Los datos de este estudio revelan que existió una notable preferencia de este tipo de recurso por sobre las cifras. Sin embargo, consideramos que el empleo en demasía de este tipo de recurso se

corresponde con la construcción emotiva de las noticias cuando hay disponibilidad de datos duros que pueden brindar información objetiva y concreta.

En el caso de la prensa extranjera destacamos que:

- a) La alusión al tema del *terror* y a la *situación de terror* en los *títulos principales* de las portadas fue una constante predominante. A diferencia de la prensa argentina, en la prensa extranjera se dio una definición más clara de los acontecimientos enmarcándolos dentro del concepto de ataques o atentados terroristas. Este resultado nos llevó a detectar una mayor facilidad –por parte de la prensa extranjera- de definir al 11-S como un acto de terrorismo internacional. Esto no se vió en la prensa argentina, lo que denota que no hubo una clara definición de lo que había sucedido, a los lectores se les habló de “un día de terror”.
- b) A diferencia de los diarios argentinos, en la prensa extranjera se destacó la utilización de las portadas con *título único*, fue notable el empleo de recursos como los destacados y/o sumarios para presentar los *temas* que se iban a tratar en el interior del periódico. Es decir, la prensa regional se centró en llamar la atención a sus lectores mediante un empleo unánime de los “títulos anzuelos”. Sin duda, esta práctica periodística se corresponde con una de las características más notables de la confección de portadas para presentar noticias referentes a situaciones catastróficas.
- c) Una característica para destacar es que mientras que en los diarios argentinos se hizo una amplia referencia al tema de las *víctimas/testimonios* de la tragedia, en las portadas de los diarios extranjeros del día de los atentados fue nula. Ningún diario extranjero hizo alusión a las víctimas de manera directa en los titulares. Aunque se

observa un aumento del tratamiento de este tema en los títulos en la prensa extranjera del día después. La gran diferencia con la prensa nacional fue que este tema nunca dejó de ser tenido en cuenta. Esto nos permite decir que una de las características de la prensa nacional ante la cobertura de acontecimientos catastróficos es el empleo del recurso periodístico de los testimonios.

- d) Además, se detectó un escasa referencia tanto en las portadas de los diarios argentinos como extranjeros al tema del *impacto político/declaraciones oficiales*. Esta fue una de las variables con menos registro así como la variable que consideraba a la alusión concreta de la *destrucción de las Torres Gemelas*. Esto se corresponde con los descubrimientos presentados hasta el momento. La presentación de la noticia estuvo tan centrada en cuestiones de índole psico-emocional que la información que podrían haber aportado las declaraciones de los líderes políticos a nivel mundial no se consideraron relevantes a la hora de presentar la noticia en las tapas de los diarios.

Con respecto a las **palabras**, podemos concluir de manera conjunta tanto a la prensa nacional como extranjera ya que en su mayoría compartieron las mismas características:

- a) La referencia al *terrorismo* fue una constante en los títulos *principales* de las portadas de los diarios extranjeros los días 11 y 12 de setiembre. Sin embargo, los diarios argentinos optaron por la palabra *terror* que fue utilizado en la confección de los *titulares principales* de las portadas de las ediciones especiales del 11-S. El día después se produjo un cambio y las portadas hicieron referencia al término *alerta*. Sobre esta cuestión vimos una constante adjetivación de las palabras para definir lo

que estaba pasando lo que asociamos a la búsqueda de generar impacto emocional en la audiencia, algo que no es considerado como correcto por los especialistas en la cobertura de situaciones de catástrofe. Muchas veces los medios no tienen en cuenta el efecto traumático que puede tener el modo en que comunican una determinada noticia. En el 11-S tenemos un claro ejemplo.

- b) En la prensa escrita argentina los términos que más se vincularon a los acontecimientos fueron: *atentado, ataque, tragedia, caos y duelo*. El único diario argentino que empleó la palabra *guerra* para definir la situación fue el diario Clarín. Si bien esta no fue la tendencia general en la prensa nacional ni regional, la opción del título de tapa del diario *Clarín* se correspondió con la tendencia mundial de la cobertura del 11-S que también habló de guerra para referirse a lo sucedido. Como lo demuestran varios de los trabajos a los que hicimos referencia en este estudio, el empleo de esta expresión estuvo asociado a una alineación ideológica entre los medios y el discurso de los Estados Unidos luego de ser víctima de los atentados.
- c) Con respecto a los términos utilizados para definir los acontecimientos, cabe destacar que mientras los términos preferidos por la prensa escrita nacional para confeccionar los títulos de tapa fueron *ataque* y *terror*, para la prensa extranjera lo fueron *terror* y *terrorismo*.

Con respecto a las características en la **titulación periodística** destacamos que:

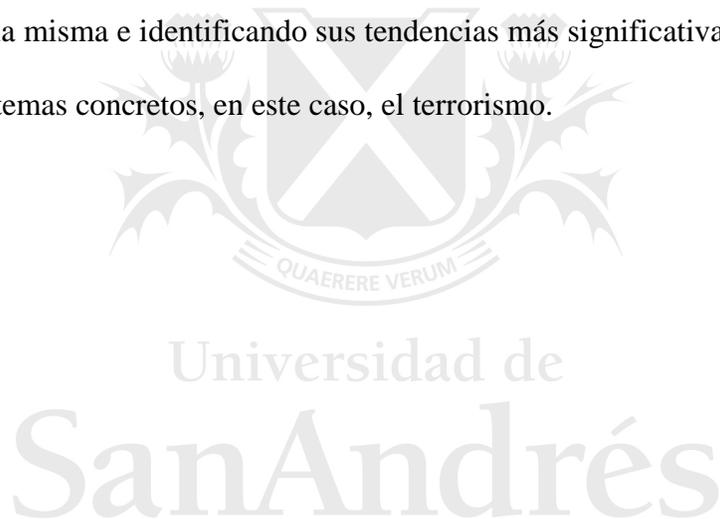
- a) Tanto la prensa escrita nacional como la extranjera se caracterizaron por la confección de *títulos creativos* para comunicar la noticia a sus lectores en los *títulos principales* de sus portadas. Esto demuestra que las portadas de las ediciones extras

del 11-S entregaron un mensaje que apelaba a lo emocional por sobre lo informativo. Esto denota la destacada importancia que tienen los titulares de tapa de los diarios como portadores del primer mensaje, por lo tanto, de la primera impresión. Reflexionar sobre la responsabilidad concreta al momento de la confección de los titulares de las portadas es una práctica que llevará a construir parámetros de cobertura que permitan un periodismo de mayor calidad.

- b) En el caso de la prensa argentina, las portadas del día después se caracterizaron por la presencia mayoritaria de titulares enunciativos o temáticos. Mientras que la prensa escrita extranjera continuó con titulares de tendencia más sensacionalista como los *titulares apelativos, expresivos y creativos*. Los denominados “títulos anzuelo” -que consisten en el empleo del juego de palabras- fueron un recurso muy empleado por la prensa regional. Sin embargo, de la prensa argentina destacamos que el 12 de setiembre buscó dar mayor contexto a los acontecimientos presentando notas de tapa vinculadas a cuestiones más específicas, esto se deduce del alto porcentaje que obtuvieron los *títulos enunciativos o temáticos* en las portadas del día después.
- c) En términos generales, y a diferencia de la prensa extranjera, la prensa nacional registró una mayor cantidad de *titulares informativos* en sus títulos de tapa. Especialmente, el día después de los atentados donde los *títulos informativos* junto con los *informativos-explicativos* ocuparon el segundo lugar. En el caso de la prensa extranjera tanto el 11 como el 12 de setiembre los títulos *creativos* fueron una constante. Lo que nos permite afirmar que la prensa nacional llevó a cabo una

cobertura de tendencia más informativa si la comparamos con la cobertura de la prensa extranjera regional.

Finalmente, y respecto de la investigación presentada, creemos que el estudio de la cobertura de eventos históricos por parte de la prensa nacional (donde tenemos en cuenta a los diarios del interior del país) es una línea de investigación en la que consideramos queda mucho camino por recorrer. Sin embargo, creemos que el desarrollo de este tipo de estudios servirá para aumentar el conocimiento acerca de las características particulares que presenta la prensa argentina logrando construir una identidad de la misma e identificando sus tendencias más significativas al respecto de la cobertura de temas concretos, en este caso, el terrorismo.



BIBLIOGRAFÍA

a) Libros:

- Álvarez, L., Villanueva, J., Reboiras, O., Barberena, T., Pernas, M., Currós, O. (2006). La Cobertura del 11-M en la prensa diaria de Galicia. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (165-180). Navarra: Eunsa.
- Alsina, R. M. (1993). *Construcción de la noticia*. Buenos Aires: Paidós.
- Arenal, C. (1994). *Introducción a las Relaciones Internacionales*. España: Tecnos
- Bouvier, G. (2007). "Breaking News": The First Hours of BBC Coverage of 9/11 as a Media Event. En Pludowski, T. (Editor), *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe* (51-58). Washington: Marquette Books.
- Castaños, A. J. (2006). Diseño para acontecimientos excepcionales: los diarios españoles ante los atentados del 11 de marzo. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (131-147). Navarra: Eunsa.
- Camps, S. (1999). *Periodismo sobre catástrofes*. Buenos Aires: Paulinas.
- Casasús, J. & Ladevéze, N. (1991). *Estilos y género periodísticos*. Barcelona: Ariel.
- Chomsky, N. (1988). *La cultura del terrorismo*. Madrid: Popular.
- Clauso, R. (2007). *Cómo se construyen las noticias. Los secretos de las técnicas periodísticas*. Buenos Aires: La Crujía.
- Clarín. (1997). *Manual de estilo*. Buenos Aires: Editorial Aguilar.

- Colombo, F. (1997). *Últimas noticias sobre periodismo. Manual de periodismo internacional*. Barcelona: Anagrama Editorial.
- Collins, J. (2002). Terrorism. En Collins & Glover (Editores), *Colateral Language* (p.165). New York: University Press.
- Dader, J. L (1992). La canalización o fijación de la 'agenda' por los medios. En Muñoz, A., Monzón, C., Rospir, J. y Dader, J. *Opinión pública y comunicación política* (294-318). Madrid: Eudema.
- Dearing, J. & Rogers, E. (1996). *Agenda Setting*. California: Sage Publications.
- Del Mar Blanco Leal, M. (2006). Prensa y terror: tratamiento informativo de la tragedia. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (113-131). Navarra: Eunsa.
- Domínguez, F. (1999). Los medios ante el terrorismo ETA. En Rodríguez, A. R. & Sádaba T.G. (Editores.), *Periodistas ante conflictos: el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis* (111-119). Navarra: Eunsa Ediciones.
- Doornaert, M. (1999). Los profesionales de la comunicación ante situaciones conflictivas. En Rodríguez, A. & Sádaba T. (Editores.), *Periodistas ante conflictos: el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis* (45-51). Navarra: Eunsa
- El País. (1990) *Libro de estilo*. Madrid: Ediciones El País.

-Franco, G. & Sánchez, C. (2006). Representación y discurso en la crisis informativa del 11-S y 11-M. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (193-206). Navarra: Eunsa.

-Fishman, M. (1983). *La fabricación de la noticia*. Buenos Aires: Tres Tiempos.

-Fontcuberta, M. (1994). *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Barcelona: Paidós.

-Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.

-Halperín, J. (2007). *Noticias del poder. Buenas y malas artes del periodismo político*. Buenos Aires: Aguilar.

-Hidalgo, L. A (2001). *El titular: Manual de titulación periodística*. Colombia: AlfaOmega

-Hughes, S. & Arroyave, J. (2007). September 11 and the Image in Latin America. En Pludowski, T. (Editor), *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe* (217-224). Washington: Marquette Books.

-Hoffman, B. (1998, junio). *Diez lecciones magistrales sobre terrorismo internacional*. Ponencia presentada en las Jornadas organizadas por el Centro Reina Sofía para el estudio de la violencia, Valencia, España.

-Jenkins, B. (1983). *New Modes of Conflict*. Santa Mónica: Rand Corporation.

-Jenkins, B. (1975). International Terrorism: A New Mode of Conflict. En Carlton & Shaerf (Editores), *International Terrorism and World Security* (p.15). Londres: Croom Helm.

-Kelly, M. & Michael, T. (1987). El terrorismo transnacional y la prensa occidental de elite. En Graber & Doris (Comp.), *El poder de los medios en la política*. Buenos Aires: Editorial Latinoamericana.

-Kaldor, M. (2001). *Las nuevas guerras. Violencia organizada en la era global*. Barcelona: Tusquets.

-La Porte M. T. (1999). Efectos de los medios de comunicación en las controversias internacionales. En Rodríguez, A. R. & Sádaba T.G. (Editores), *Periodistas ante conflictos: el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis (79-95)*. Navarra: Eunsa Ediciones.

-La Porte, M. T & Sádaba, M. T. (2007). September 11 en the Spanish Press: War or Terrorism Frame? En Pludowski, T. (Editor), *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe (104-127)*. Washington: Marquette Books.

-La Nación. (1997). *Manual de Estilo y Ética Periodística*. Buenos Aires: Editorial Espasa.

-Luhmann, N. (1973). *Ilustración sociológica y otros ensayos*. Buenos Aires: Editorial Sur.

-McCombs, M. F. (1996). Influencia de las noticias sobre nuestras imágenes del mundo. En Bryant, J. y Zillmann (Editores), *Los efectos de los medios de comunicación: investigaciones y teoría*. Barcelona: Paidós.

-Martínez, M., Humanes, L. & Francescutti, P. (2006). Amenazas y consensos. La cobertura del 11-M y del 14-M en la prensa de referencia francesa y alemana. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M (275-290)*. Navarra: Eunsa.

-McNair, B. (2007). UK Media Coverage of September 11. En Pludowski, T. (Editor), *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe* (29-37). Washington: Marquette Books.

-Marron, M. B (2007). Elite British and Irish Newspapers Reflect Ideology en Framing the 9/11 Catastrofe. En Pludowski, T. (Editor), *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe*. (38-49). Washington: Marquette Books.

-Nacos, L. B. (2006). Mass-Mediated Terrorism in the Age of Global Communication. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (47-59). Navarra: Eunsa.

-Nacos, L. B. (1994). *Terrorism and the media: from the Iran hostage crisis to the Oklahoma City center bombing*. New York: Columbia University Pres.

-Nieto, A. & Iglesias, F. *La empresa informativa*. Barcelona: Ariel.

-Paletz, D. L. & Smith, A. (1992). *Terrorism and the media*. Newbury Park: Sage.

-Pizarro, M. (2008). *El "mundo" de la prensa argentina: ¿Qué es noticia internacional para La Nación y Clarín?* Buenos Aires: Universidad Austral.

-Pludowski, T. (2007). *How the World's New Media Reacted to 9/11: Essays from Around the Globe*. Washington: Marquette Books.

-Ramonet, I. (2009). La censura democrática. En Serrano, P. (Autor), *Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Ediciones Península.

-Ruiz, A. J. (2006). La confección de portadas en el 11-M: la responsabilidad de la prensa nacional en tiempos de crisis. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (181-193). Navarra: Eunsa.

-Reinares, F. (1998). *Terrorismo y antiterrorismo*. Barcelona: Paidós.

-Rodríguez, A. & Sádaba, T. (1999). *Periodistas ante conflictos: el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis*. Navarra: Eunsa Ediciones.

-Sádaba T. G. (1999). Comunicación y conflicto terrorista: La <Segunda Transición> de los medios. En Rodríguez, A. R. & Sádaba T.G. (Editores.), *Periodistas ante conflictos: el papel de los medios de comunicación en situaciones de crisis* (125-141). Navarra: Eunsa Ediciones.

-Sádaba, M. T. (2006). Información, terrorismo y credibilidad de los medios. Independencia y medios de comunicación. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (15-29). Navarra: Eunsa.

-Sádaba, M. T (2008). *Framing: el encuadre de las noticias. El binomio terrorismo-medios*. Buenos Aires: La Crujía.

-Salaverría, R. (2006). *Los cybermedios ante las catástrofes del 11-S al 11-M*. En Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (Editores), *Cobertura informativa del 11-M* (29-45). Navarra: Eunsa.

-Schatz, R. (2002). Prólogo. En Schechter, D. (Autor), *Las noticias en tiempos de guerra. Medios de comunicación: ¿Información o propaganda?* (15-34). Barcelona: Paidós.

-Schechter, D. (2005). *Las noticias en tiempos de guerra. Medios de comunicación: ¿Información o propaganda?* Barcelona: Paidós.

-Stevenson, R. (1994). *Global Communication in the twenty-first century*. Londres: Logman Publishing Group.

-Stempel, G. & Hargrove, T. (2002). Media sources of information and attitudes about terrorism. En Greenberg, B. (Ed.), *Communication and terrorism* (pp. 17-26). New York: Hampton Press.

-Serrano, P. (2009). *Desinformación: cómo los medios ocultan el mundo*. Barcelona: Ediciones Península.

-Vara, A., Virgili, J., Giménez, E. & Díaz, M. (2006). *Cobertura informativa del 11-M*. Navarra: Eunsa.

-Wiñazki, M. (2004). *La noticia deseada*. Buenos Aires: Marea.

-Wolf, M. (1991). *La investigación de la comunicación de masas*. Buenos Aires: Paidós.

b) Artículos de revistas:

-Aruguete, N. (2009). Estableciendo agenda, los orígenes y la evolución de la teoría de la Agenda Setting [versión electrónica], *Ecós de la comunicación*, 2 (2). Recuperado el 10 de julio del 2011 de: bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/estableciendo-la-agenda.pdf

-Amérigo, J. P. (2002). El imaginario religioso en el discurso periodístico del 11-S. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, 125-133.

-Concha, E. (2002). Información e Interpretación en la cobertura periodística de los atentados del 11 de setiembre: la televisión y la prensa. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, 71-86.

-Chomsky, N. (2001). La nueva guerra contra el terror. *Sediciones*, N^o 19, p.62.

-Dayan, D. (2004). Los valores de mostrar, televisión, actos de mirada y 11-S. *Cuadernos de Información y Comunicación*, Número 009, Universidad Complutense de Madrid, 101-116.

-DerGhouKassian, K. (2003). Islam, terrorismo y política unipolar. De las Torres Gemelas a Irak. *Revista Nueva Sociedad*, 185, 131-148.

-Diezhandino Nieto, M. (1994). *El quehacer informativo*. Bilbao: Universidad del País Vasco.

-Everette, E., Stebenne, D., Pavlik, J., Talhimer, M. (1991). The media al war: the press and the Persian Gulf Conflict. *Revista de la Fundación Gannett*, 4 de Julio.

-Fernández, M. M. (2002). El 11 de setiembre, ¿una catarsis para todos? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, 107-124.

-Gearson, J. (2002). The nature of modern terrorism. *The Political Quarterly Publishing*, Vol. 73, N^o 1, p. 11.

-Grillo, A. (2001). Días extraños, cubrimientos extraños [versión electrónica] *Publicación de la Universidad de La Sabana: Facultad de Comunicación Social y Periodismo*, Palabra Clave N^o 5, Recuperado de <http://www.periodismo.edu.co>

-Jordan, J. & Torres, M. (2004). La comunicación política en tiempos de guerra. *Revista General de la Marina*, mayo 2004, 589-598.

-Lozano, J. (2004). 11-S todavía: semiótica del acontecimiento y explosión. *Cuadernos de Información y Comunicación*, N^{ro} 9, 129-136.

-Muñoz, B. (2007) ¿Realidad o ficción? El impacto comunicativo del 11-S. *ESTUDOS E PESQUISAS EM PSICOLOGÍA*, UERJ, UJ, AÑO 7. N. 3, 2^o SEMESTRE 2001.

-Molina, N. (2008). El 11 de setiembre del 2001. Medios de comunicación: Deformidad y conciencia histórica. *Humana del Sur: Revista de Estudios Latinoamericanos, Africanos y Asiáticos*, Año 3, N^o 5, julio-diciembre, 153-173.

-Pedemonte, D. (2001). Horror y guerra. *Revista MedioMundo*, Universidad Austral, Noviembre 2001, 32-33.

-Pizarro, M. (2001). Frente al terror (cómo reaccionaron Clarín y La Nación). *Revista MedioMundo*, Universidad Austral, Noviembre 2001, 14-18.

-Paniagua, P. (2002). Desinformación tras el 11-S. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, 87-96.

-Penalva, C. (2002). El tratamiento de la violencia en los medios de comunicación, IV Congreso de las Escuela de Trabajo Social, Alicante, Abril 2002, publicado en *Alternativas: Cuadernos de Trabajo Social*, N^{ro} 10, 395-412.

-Rodríguez, R & Ruiz, M. (2003). Periodismo de catástrofes: el 11 de setiembre. Análisis del suceso y experiencias vividas. *Revista ÁMBITOS*, N^o especial 9-10, Semestre 2002, Año 2003, 567-596.

-Sánchez, J. (1990). Títulos y titulares. Sobre las funciones de la titulación periodística. *Revista Comunicación y Sociedad*, Vol.III, N^{ro} 2 y 3, pp.173-183.

-Sainz, M. S. (2002). La autocrítica mediática en la prensa francesa tras el 11 de setiembre. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, 97-105.

-Shudson, M. (2006). Entre la anarquía del evento y la ansiedad del relato [versión electrónica] *Cuadernos de la Información* N^{ro} 19, Recuperado de www.cuadernos.info

-Scheufele, A., Nisbet, C., Ostamn, E. (2005). September 11 New Coverae, Public Opinion, and Support for Civil Liverties. *Mass Communications & Society*, Vol. 8 (3), 1997-218.

-Tortosa, M. J. (2003). Los medios y la guerra. *Revista de Estudios Sociales*, Octubre, Número 016, Universidad de Los Andes, 57-69.

-Troitiño, R. (2002) ¿Patriotismo o periodismo? *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, Vol. 8, pp.63-70.

-Veres, L. (2002). El signo perverso: sobre lenguaje, terrorismo y práctica periodística. *Revista Latina de Comunicación Social*, N^o 52, Octubre-Diciembre.

- Villanueva, T. E. (2002). La escenificación mediática de los conflictos [versión electrónica] *Sala de Prensa*, Universidad Andina Simón Bolívar, La Paz, Recuperado de www.saladeprensa.org/art311.htm

-Vizcarrondo, M. (2007). Análisis macroestructural semántico del discurso de la prensa latinoamericana digital sobre los ataques del 11 de setiembre. *Discurso y Sociedad*, Vol. 1 (1), 66-84.

-Wilkinson, P. (1997). The media and terrorism. A reassessment. *Terrorism and Political Violence*, Vol. 9, N^o 2, pp.51-64.

-Xigen, L. (2007). Stage of a Crisis and Media Frames and Functions: U.S Television Coverage of the 9/11 Incident During the First 24 Hours. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 51 (4), 670-687.

-Zurutuza, C. (2006). Información sobre terrorismo: ¿Periodismo o propaganda? *Cuadernos de Información*, N^o 19, 74-79.

c) Diarios:

-“La amenaza del terrorismo fundamentalista”, diario *El País*, 18/10/2008, Sección Internacional.

-“La realidad y los titulares”, diario *Clarín*, 12/12/2006.

-“Una Nueva Era del Terrorismo Internacional”, diario *El País*, 17/09/2001.

-“Una edición excepcional frente a un acto de terrorismo atroz”, diario *La Nación*, 12/09/2001.

-“EL DÍA DEL TERROR”, diario *Clarín*, 11/09/2001, portada.

-“Conmoción mundial por el masivo ataque contra EE.UU”, diario *La Nación*, 11/09/2001, portada.

-“Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU”, diario *La Gaceta*, 11/09/2001, portada.

-“Terror en EE.UU”, diario *La Voz del Interior*, 11/09/2001, portada.

-“EE.UU promete vengarse de los autores del increíble ataque”, diario *Los Andes*, 11/09/2001, portada.

-“Terror”, diario *Río Negro*, 11/09/2001, portada.

-“Terrorismo declara la guerra a EE.UU”, diario *El Tiempo*, 11/09/2001, portada.

-“¡TERROR!”, diario *El Espectador*, 11/09/2001, portada.

-“Terror sin límites”, diario *O Globo*, 11/09/2001, portada.

-“Hecatombe terrorista contra Estados Unidos”, diario *El Mundo*, 11/09/2001, portada.

-“América, atacada. Máxima alerta mundial”, diario *El País*, 11/09/2001, portada.

-“LA GUERRA”, diario *Clarín*, 12/09/2001, portada.

-“Alerta mundial por el más grave atentado de la historia”, diario *La Nación*, 12/09/2001, portada.

-“Más de 10.000 muertos dejó el mayor ataque terrorista contra los EE.UU”, diario *La Gaceta*, 12/09/2001, portada.

-“Miles de muertos en EE.UU. Y el mundo en alerta máxima”, diario *La Voz del Interior*, 12/09/2001, portada.

-“Conmoción mundial por el peor golpe de la historia a EE.UU”, diario *La Capital*, 12/09/2001, portada.

-“Alerta mundial por los ataques a Estados Unidos”, diario *Los Andes*, 12/09/2001, portada.

-“Miles de muertos en la peor pesadilla”, diario *Río Negro*, 12/09/2001, portada.

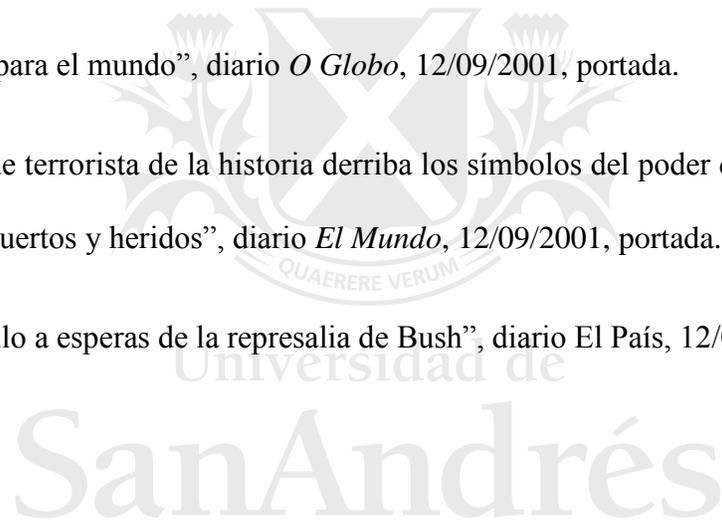
-“E.U.: ALERTA MÁXIMA”, diario *El Tiempo*, 12/09/2001, portada.

-“Terrorismo declara la guerra a EUA”, diario *O Estado de Sao Paulo*, 12/09/2001, portada.

-“Terror suicida para el mundo”, diario *O Globo*, 12/09/2001, portada.

-“El mayor ataque terrorista de la historia derriba los símbolos del poder de EE.UU y causa más de 10.000 muertos y heridos”, diario *El Mundo*, 12/09/2001, portada.

-“El mundo en vilo a esperas de la represalia de Bush”, diario *El País*, 12/09/2001, portada.



ANEXOS



Universidad de
San Andrés

ANEXO 1. Portadas de los diarios argentinos del 11 y 12 de setiembre del 2001



Diario Clarín del 11/09/2001

Diario Clarín del 12/09/2001



Diario La Nación del 11/09/2001



Diario La Nación del 12/09/2001



Diario *La Gaceta* de Tucumán 11/09/2001



Diario *La Gaceta* de Tucumán del 12/09/2001



Diario *La Voz del Interior* del 11/09/2001



Diario *La Voz del Interior* del 12/09/2001



Diario La Capital del 11/09/2001

Diario La Capital del 12/09/2001



Diario Los Andes del 11/09/2001

Diario Los Andes del 12/09/2001



Diario Río Negro 11/09/2001



Diario Río Negro del 12/09/2001

ANEXO II. Portadas de los diario extranjeros de los días 11 y 12 de setiembre del 2001

1. Diarios de Colombia



Diario *El Tiempo* del 11/09/2001

Diario *El Tiempo* del 12/09/2001



Diario *El Espectador* del 11/09/2001

2. Diarios de España:

Página: EL PAIS - EXTRA - 1 - 120901 Color: Black Autor: RECUERO Hora: 26/09/2001, 12:27

EL PAIS
DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA
MÉRCULS 11 DE SEPTIEMBRE DE 2001
EDICIÓN ESPECIAL / MARTES 9 DE LA TARDE

América, atacada
Máxima
alerta mundial



Tres aviones de pasajeros secuestrados por suicidas se estrellaron contra las Torres Gemelas y el Pentágono

Un sorprendente ataque terrorista múltiple contra Estados Unidos ha provocado un elevado número de muertos en su país y la peor crisis que vive el mundo desde el II Guerra Mundial. El ataque, no reivindicado todavía, forma parte por ningún grupo, pero con el

sello inconfundible del conflicto israelo-palestino, derrocando y militar norteamericano. Un ataque perpetrado con cuatro aviones de pasajeros secuestrados por terroristas suicidas y lanzados después contra las dos Torres Gemelas de Nueva York y el Pentágono, en Washington.

Próximamente se espera de EE. UU. un anuncio de que abranse su objetivo, o sea, cerrado el espacio aéreo de ese país.

Diario El País del 11/09/2001

EL PAIS
MÉRCULS 11 DE SEPTIEMBRE DE 2001
DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA
EDICIÓN NACIONAL
Página: 02 Fecha: 26/09/2001

EE UU sufre el peor ataque de su historia
El mundo en vilo a la espera de las represalias de Bush



Se teme que haya miles de muertos entre los escombros de las Torres Gemelas de Nueva York y el Pentágono

George Bush garantizó ayer a los norteamericanos que se ha tomado todas las medidas adecuadas para proteger la vida de los ciudadanos y garantizar que "EE. UU. agarrará y castigará a los responsables de estos actos cobardes". A la espera de la proporción y las consecuencias de

este castigo, el mundo entero condena la reacción ante el peor crisis desde el II Guerra Mundial. Las autoridades intentan encontrar miles de muertos entre los escombros de las Torres Gemelas y el Pentágono. El ataque, no reivindicado todavía, forma parte por ningún grupo, pero

con el sello inconfundible del conflicto israelo-palestino. Se teme que haya miles de muertos entre los escombros de las Torres Gemelas de Nueva York y el Pentágono. El ataque, no reivindicado todavía, forma parte por ningún grupo, pero

Diario El País del 12/09/2001

EL MUNDO
LA U. genera el primer saldo negativo en su historia económica

Hecatombe terrorista
contra Estados Unidos



El inspector jefe de la CNMV ya advirtió en 1996 que Genovese no era viable

MÁS SALUDABLES

Diario El Mundo del 11/09/2001

EL MUNDO
Hoy no habrán ni un precio de bolsa. VUELVA EL MUNDO MERCADO DE INVERSIÓN

Bush: «Cazaremos y castigaremos a los responsables»

El mayor ataque terrorista de la Historia
derriba los símbolos del poder de EEUU
y causa más de 10.000 muertos y heridos



Una infamia que cambiará el mundo y marcará nuestras vidas / página 21

El ángulo diplomático por Felipe Solís y M. Legido
El ángulo económico por Robert Simons y Juan Torres

20 páginas con toda la información. Sigue la crisis mundial al instante en www.elmundo.es

Diario El Mundo del 12/09/2001

3. Diarios de Brasil:



Diario O Globo del 11/09/2001



Diario O Globo del 12/09/2001



Diario O Estado de Sao Paulo del 12/09/2001

ANEXO III. Detalle de los *títulos principales* de las portadas de los días 11 y 12 de septiembre de 2001

Diarios	Titulares principales de tapa del día 11 de septiembre del 2001	Titulares principales de tapa del día 12 de septiembre del 2001
Diarios argentinos		
1. Diario Clarín	1.EL DÍA DEL TERROR	1.LA GUERRA
2. Diario La Nación	2.Conmoción mundial por el masivo ataque contra EE.UU	2.Alerta mundial por el más grave atentado de la historia
3.Diario La Gaceta	3.Pánico en todo el mundo por los ataques a EE.UU	3.Más de 10.000 muertos dejó el mayor ataque terrorista contra los EE.UU
4.La Voz	4.Terror en EE.UU	4.Miles de muertos en EE.UU. Y el mundo en alerta máxima
5.La Capital	SIN EDICIÓN ESPECIAL	5.Conmoción mundial por el peor golpe de la historia a EEUU
6.Los Andes	5.EEUU promete vengarse de los autores del increíble ataque	6.Alerta mundial por los ataques a Estados Unidos
7.Río Negro	6.Terror en EE.UU	7.Miles de muertos en la peor pesadilla
Diarios extranjeros	Titulares principales de tapa del día 11 de septiembre del 2001	Titulares principales de tapa del día 12 de septiembre del 2001
8. Diario El Tiempo	1.TERRORISMO declara la guerra a E.U.	1.E.U.: MÁXIMA ALERTA
9.Diario El Espectador	2.¡TERROR!	SIN EDICIÓN
10.Diario O Estado de S. Paulo	SIN EDICIÓN ESPECIAL	2Terrorismo declara la guerra a EUA
11.Diario O Globo	3.Terror sin límites	3.Terror suicida para el mundo
12.Diario El Mundo	4.Hecatombe terrorista contra Estados Unidos	4.El mayor ataque terrorista de la historia derriba los símbolos del poder de EEUU y causa más de 10.000 muertos y heridos
13.Diario El País	5.América, atacada. Máxima alerta mundial	5.El mundo en vilo a la espera de las represalias de Bush

ANEXO IV. Detalle de los *títulos secundarios* de las portadas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001 de los *diarios argentinos*

Diarios	Titulares secundarios de tapa del día 11 de setiembre del 2001	Titulares secundarios de tapa del día 12 de setiembre del 2001
Diarios argentinos		
1.Diario Clarín	TÍTULO ÚNICO DE TAPA	1.Tomaron uno de los aviones con cuchillos 2.Todos piensan en Bin Laden 3.Hoy, acto de todos los cultos en el obelisco 4."Fui a las torres horas antes con mi hijo de 10 años" 5."Vi desde Brooklyn cómo el segundo avión se estrellaba
2.Diario La Nación	1. Relatos de una mañana aterrador 2. "Hoy vivimos una tragedia nacional" 3.Un ataque de efectos imprevisibles 4.Alerta nacional en todo el país 5.Declaró el "duelo nacional" 6.Parálisis en los mercados mundiales	6."Nos están atacando, estamos en guerra" 7.Un país paralizado por el terror 8.Desde el atentado, nada será como antes 9. Los efectos del ataque son impredecibles 10.Se reúne el Consejo Nacional de Seguridad 11."No hay ninguna amenaza en el país" 12.No se puede medir el impacto psicológico
3.Diario La Gaceta	7.Tucumán, en estado de alerta 8. Caos financiero, no hubo bolsos	13.Fracaso estratégico 14.Fuerte impacto en todo el planeta 15.LA GACETA salió por la tarde 16.Bonos de \$20: serán canjeados por efectivo (N) 17.Menem seguirá con arresto domiciliario (N)
4.Diario La Voz	TÍTULO ÚNICO DE TAPA	18.Córdoba reforzó la vigilancia 19.La economía global, con más recesión 20.Claves para entender el mundo que viene 21.El mundo ya no será el mismo 22.Nadie está a salvo de los kamikazes 23.Efectos psicológicos de la catástrofe 24.Total incertidumbre 25.El día que las torres gemelas se derrumbaron sobre Palestina 26.Posmodernidad terrorista 27.Humeantes símbolos de poder
5.Diario La Capital	SIN EDICIÓN ESPECIAL	TÍTULO ÚNICO DE TAPA
6.Diario Los Andes	TÍTULO ÚNICO DE TAPA Dicen que habrían más de 10.000 muertos (D) Nueva York y washington siguen sitiadas (D) Todavía no saben quién ordenó los atentados (D) Festejos entre los palestinos (D)	28.Bush juró vengarse de los atacantes y de quienes los protegen 29.No están identificados los agresores; sospechan de Bin Laden 30.Los analistas coinciden en que empieza una nueva y difícil época 31.Derrumbe de mercados y gabinetes de crisis en toda Europa
7.Río Negro	TÍTULO ÚNICO DE TAPA	32.Fallas en la seguridad del centro político y económico del mundo occidental 33.Bombardean Kabul, pero el Pentágono negó ser el autor del fuego 34.Argentina entró en alerta roja y refuerzan vigilancia en la región y el país 35.Había gente en la zona que vivió el día del terror en Estados Unidos

CÓDIGOS:	
(D) DESTACADOS DE TAPA	
(N) TITULARES QUE NO ESTÁN RELACIONADOS CON EL 11-S	

ANEXO V. Detalle de los *títulos secundarios* de las portadas de los días 11 y 12 de setiembre de 2001 de los *diarios extranjeros*

Diarios extranjeros	Titulares secundarios de tapa del día 11 de setiembre del 2001	Titulares secundarios de tapa del día 12 de setiembre del 2001
8. Diario El Tiempo	1. Alerta mundial (D)	1. Alarma mundial (D)
	2. Colapsan las bolsas (D)	2. Conmoción en las bolsas (D)
	3. Afecta a Colombia (D)	3. Efectos sobre Colombia (D)
		4. Pánico en N.Y. (D)
		5. Últimas hipótesis (D)
		6. Editorial (D)
		7. Exclusivo para El Tiempo (D)
		8. Colombiano atrapado
		9. Así cayeron...
9. Diario El Espectador	TÍTULO ÚNICO	SIN EDICIÓN
10. Diario O Estado de S. Paulo	SIN EDICIÓN ESPECIAL	10. Países piden unión contra los atentados
		11. El mercado financiero cae en todo el mundo
		12. Itamaraty localiza brasileros en todo en NY
		13. El terrorista Bin Laden es el primer sospechoso
		14. Evento abre nueva página en la Historia
		15. José Ermirio de Moraes hijo muere a los 75 años (N)
		16. La policía no tiene pistas sobre la muerte de Toninho del PT (N)
		17. Guga es eliminado del Brasil Open (N)
		18. MP pide la quiebra del siglo fiscal de la familia Mahuf (N)
19. Consejo inicia el análisis del relatorio sobre Jader (N)		
11. Diario O Globo	TÍTULO ÚNICO	20. Bush habla de millares de muertos
12. El Mundo	TÍTULO ÚNICO	21. Una infamia que cambiará el mundo y marcará nuestras vidas
13. El País	TÍTULO ÚNICO	TÍTULO ÚNICO

CÓDIGOS:	
(D) DESTACADOS DE TAPA	
(N) TITULARES QUE NO ESTÁN RELACIONADOS CON EL 11-S	

