

## *La autocrítica mediática en la prensa francesa tras el 11 de septiembre*

Dra. MARÍA SANTOS SAINZ  
maria.santos@caramail.com  
Profesora Asociada de Periodismo  
UCM

### RESUMEN

El tratamiento mediático del 11 de septiembre ha suscitado en Francia una reflexión autocrítica sobre el papel ejercido por los medios de comunicación. Algunos autores coinciden en señalar la repetición de ciertos errores y enfoques interesados cometidos ya en el dispositivo mediático puesto en marcha durante la guerra del Golfo y la de Kosovo. Todo ello pone de manifiesto la dificultad de la autonomía del discurso mediático, y la necesidad de distanciamiento del periodista frente a las fuentes estáticas, los acontecimientos y frente a los poderes políticos y militares para no caer en un discurso maniqueo de guerra y emotividad.

**PALABRAS CLAVE:** Medios de comunicación, periodismo en Francia, 11 de septiembre, fuentes informativas, opinión periodística

### ABSTRACT

#### *THE SELF-CRITICISM IN THE FRENCH PRESS AFTER SEPTEMBER 11<sup>th</sup>*

The treatment from the medias on September 11<sup>th</sup> has gave rise in France a self-criticism thought, about the mass media role playing. Some authors agree in the fact that certain error already make in the mass media during the Gulf war and the Kosovo war has been repeated. All this points emphasize the difficulty of the autonomy in the media speech, and the needs of some kind of distancing from the journalist in relation with the State, with the events, and with the political and military power, to do not fall into a manichaeian and emotional speech.

**KEY WORDS:** Mass media, French journalism, informative sources. Journalistic opinion. 11 of September

Si la guerra del Golfo de 1991 fue calificada como la “guerra de la CNN”, los atentados del 11 de septiembre de 2001 y la posterior guerra en Afganistán quizás pasarán a la historia del periodismo como la guerra en la que apareció la cadena Al-Jazzira, la CNN árabe - apenas conocida en Occidente - que difundió la “otra versión de los hechos” y se erigió en fuente informativa inesperada en el conflicto.

Si en un primer momento Al-Jazzira irrumpió aportando el scoop del testimonio del “Enemigo” con las declaraciones de Bin Laden - en su orquestada campaña mediática - difundidas en un vídeo el 7 de octubre, en un segundo momento las cadenas americanas de información continua censuraron la difusión de otros mensajes programados al milímetro por los terroristas, plegándose al control de la información del gobierno americano en esta nueva guerra mediática y militar definida por el presidente norteamericano Georges W. Bush como la cruzada de las fuerzas del “Bien contra el Mal”.

La relación con las fuentes resulta un tema espinoso sobre todo si se trata de cuestiones de terrorismo. Queda patente cómo el Estado intenta convertirse en la fuente exclusiva, o al menos la principal, de los periodistas. En este sentido, sirva de ejemplo ilustrador el comentario de la ex Secretaria de Estado del presidente Clinton, Madeleine Albright, quien llegó a afirmar que *la cadena CNN es el sexto miembro del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas* (Ramonet, 2002:10). Los medios de comunicación ante conflictos de estas dimensiones y de esta gravedad se confirman como un actor estratégico de primer orden. Asistimos de nuevo a una guerra mediática, donde el control de la información pasa a un primer plano.

En esta lucha por el control de la información y sobre todo como un efecto colateral del 11 de septiembre, el Pentágono acaba de poner en marcha *un departamento con el intimidatorio nombre de Oficina de Influencia Estratégica, cuyo fin último es el de impedir que JUL pierda apoyos exteriores en su guerra al terrorismo....* (El País, 23 de febrero de 2002). Esta Oficina servirá para *influir a la opinión pública y a los dirigentes políticos de los países amigos como de los enemigos* (International Herald Tribune, 20 febrero de 2002).

## UN CHOQUE MEDIÁTICO

Nunca un acontecimiento como el ataque a las torres de Manhattan ha sido tan difundido – en directo o en diferido – por las cadenas de televisión de todo el mundo y tan plasmado en fotografías por la prensa escrita. Sin lugar a dudas este sanguinario acto terrorista ha marcado un hito histórico por su mundialización mediática. El 11 de septiembre contiene todos los elementos para sobrepasar la barrera de las leyes de la mediatización: los daños personales y materiales - se estima en más de 3000 los muertos -, la sobrecogedora visión del espectacular derrumbe de las torres, los destrozos en el Pentágono y el inquietante e inédito

hecho de convertir en bombas aviones comerciales mediante la demoníaca acción suicida de expertos jóvenes integristas islámicos justifica sobradamente el impacto simbólico y su gran repercusión mediática.

Su principal novedad reside en el diseño minucioso y sofisticado de una especie de *Golpe de Estado televisivo* (Ramonet, 2002: 60). Su artífice, según todos los indicios, Oussama Bin Laden - en una versión de mesías mediático -, impuso en todas las pantallas de televisión del planeta - como un director de una diabólica película de Hollywood - sus diseñadas imágenes, las terribles escenas de su obra de destrucción.

Una vez más, la televisión se erige en el medio de información preponderante por la transmisión en directo de esas imágenes reverberativas - repetidas hasta la saciedad - de la tragedia, aderezadas con un fuerte componente de espectacularidad donde vemos incluso de manera relentizada cómo los aviones se estrellan contra el World Trade Center. Esta teletragedia ha supuesto la primacía de la imagen antes que un discurso del entendimiento sobre las causas que lo motivaron (Giovanni Sartori, 1998). La sobredramatización de los atentados puso de relieve lo que algunos autores califican de *acción deliberada de los medios de comunicación en esta llamada sociedad del espectáculo mundial* (Guy Debord: 1992:144).

Los medios de comunicación franceses reflejaron también la dificultad de los periodistas para informar sobre un acontecimiento que les sobrepasó. El torrente circular de las imágenes del choque del Boeing con las torres ha sido justificado por el periodista estrella de los telediarios de TF1 Patrick Poivre d'Arvor en una entrevista en *Le Figaro* titulada "Hemos aprendido las lecciones del Golfo" (8 de octubre de 2001): *esta crítica se anula a sí misma, ya que los telespectadores venían en oleadas sucesivas para ver las imágenes que habían oído comentar en la radio o en la calle*.

Si del acto terrorista del 11 de septiembre queda en la memoria colectiva las escalofriantes imágenes del impacto, cabe señalar cómo la mayoría de las cadenas americanas que transmitieron en directo el drama ejercieron una especie de autorregulación deontológica suprimiendo o, mejor dicho, autocensurando las escenas más dramáticas, en una especie de protección y dignificación de sus "víctimas".

El tratamiento mediático del 11 de septiembre conlleva una reflexión autocrítica sobre el papel de los medios de comunicación en la transmisión e información de este acontecimiento. En este sentido, el 11 de septiembre supone un fenómeno nuevo, aunque también hay aspectos del dispositivo mediático que

se repiten como las manipulaciones informativas de la guerra del Golfo en 1991, y en la de Kosovo – con algunas lecciones corregidas.

Desde los años 80 ninguna potencia occidental implicada en un conflicto ha permitido a la prensa, y aún menos a la televisión, ver de cerca la guerra. La lección del Vietnam fue asimilada por los Estados Mayores. Durante la guerra del Golfo *todos los medios contaron la guerra tal y como la fabricaban y la vendían los expertos del Pentágono. Todos los medios de comunicación redactaron la misma y única versión* (Yves Mamou, 1991:207-223). Este conflicto bélico constituyó *una gran manipulación, una fantástica operación de censura y un discurso, en consecuencia de propaganda. Esta no se realizó mediante el principio autoritario de la prohibición, la supresión, la no-cobertura. No se dijo: ‘Va a haber una guerra y no os la vamos a enseñar’. Al contrario, se dijo: ‘la vais a ver en directo’. Y se dio tal cantidad de imágenes, que todo el mundo creyó que veía la guerra. Y después se dio cuenta que no la veía, que las imágenes eran señuelos* (Ramonet, 1998: 41). Esta sensación de engaño fue tal por parte de la opinión francesa, que decidió al filósofo Jean Baudrillard a analizar el controvertido entramado informativo del conflicto en un libro titulado *La Guerre du Golfe n’a pas eu lieu*.

## EL DÍA DESPUÉS EN LA PRENSA

Los grandes titulares del día después recogen dos tendencias: aquellos que describen las imágenes en una tónica alarmista propia del day after: *Le Monde* presenta en portada el titular: **“América golpeada, el mundo sobrecogido por el espanto”** y apuesta por una fotografía más sobria en la que aparece en primer plano la estatua de la libertad y como fondo la humareda que planea sobre Manhattan. *Aujourd’hui* titula **“El mundo tiene miedo”**, tras una foto de la explosión de la torre sur que se asemeja a un champiñón atómico. *Libération* va más allá en el culto a la imagen aportando solamente la mítica fecha y consagrando tanto la portada como la contraporta a una fotografía de formato doble del ataque.

*France Soir* muestra una imagen donde aparece una muchedumbre desesperada huyendo de la nube de polvo y titula con cierto tono catastrofista: **“Terrorismo. Lo peor ha llegado”**. Por otro lado, figuran aquellas cabeceras que presentan una línea editorial más marcada por el discurso de “guerra”: *L’Humanité* titula: **“Fuego sobre América”** y *Le Figaro*: **“La nueva guerra”**; ambos presentan el acontecimiento como la marca de un cambio histórico.

Las revistas de información general también se dejaron llevar por una cierta tónica del tremendismo. *L’Nouvel Observateur* proponía en su portada del 20-26 de septiembre una foto nebulosa de Bin Laden (parece un demonio) planeando sobre Manhattan. Se apoya en el siguiente título: **“Terrorismo. Encuesta sobre**

**el Enemigo Mundial**". Y *L'Express*, en la misma semana, ofrecía en su portada: **"Investigación sobre cómo los terroristas habían organizado la masacre"**. El titular iba acompañado de una fotografía en la que se veía a una persona corriendo por una calle desierta de Manhattan y detrás avanzando la nube de polvo de la catástrofe. Por su parte, *VSD* (Nº 1256, 19-26 de septiembre 2001) consagraba 44 páginas a **"Nueva York, ciudad mártir"**, y anunciaba en grandes titulares **"El Mundo tiene miedo"** y puntualizaba las razones en otros titulares donde se leía: **"Guerra, terrorismo, violencia, Islamistas, recesión..."**. Todo una amalgama de temas con un contrapunto apocalíptico.

Como subraya la profesora Isabelle Garcin-Marrou, del Instituto de Estudios Políticos (IEP) de Lyon, en la mayoría de los medios en Francia: *la lógica de sus discursos coincide con la de los Estados, en especial, el americano encarnado por Georges W. Bush*. Las informaciones del día después se refieren a las violencias militares legítimas y a las violencias terroristas ilegítimas. *Entre el discurso de guerra y la apelación a las emociones, los atentados del 11 de septiembre, muestran la extraordinaria dificultad de los medios para hablar de terrorismo sin entrar en una lógica del discurso dominante y sin atrapar al lector por sus emociones* (Garcin-Marrou: 2002: 139-142).

El editorial de *Le Monde* firmado por su director Jean-Marie Colombani **"Nous sommes tous américains"** (13 de septiembre de 2001) marca el tono del discurso de solidaridad que mantienen todos los medios franceses inmediatamente después de la tragedia. Un editorial, que posteriormente ha suscitado controversias por su pro-americanismo. Periodistas e intelectuales de la izquierda y derecha francesa mostraron otra lectura que iba más allá del primer discurso de compasión y solidaridad. Desde una posición más conservadora, Jean-François Revel lo ponía de manifiesto en una columna publicada en la revista *Le Point* (21 de septiembre de 2001, p. 35) bajo el título de **"Los verdaderos culpables"**: *El 11 y el 12 de septiembre, delante de las ruinas y los millares de cadáveres, todos nos sentíamos americanos. Pero, transcurridas unas 48 horas solamente, algunas notas discordantes se hacían oír. ¿No habría que preguntarse por las causas profundas, las "raíces" del mal que ha empujado a los terroristas a su acción destructora? ¿Los Estados Unidos no llevan una parte de responsabilidad en su propia desgracia? ¿No habría que tomar en cuenta el sufrimiento de los países pobres y los contrastes de su miseria con la opulencia americana?*

Desde la izquierda, otras voces críticas se han dejado oír en medios como *Le Monde Diplomatique* (Nº 571, octubre 2001), en un editorial donde su director, Ignacio Ramonet, arranca con el ejemplo de otro 11 de septiembre, en este caso de 1973, y narra el golpe de Estado de Pinochet en Chile llevado a cabo con la complicidad americana: *Por encima de la legítima compasión respecto a las*

*inocentes víctimas de los atentados de Nueva York, ¿cómo no convenir que los Estados Unidos no es – no más que ningún otro país – un país inocente? ¿No han participado en acciones políticas violentas, ilegales y a menudo clandestinas en América Latina, en Afrecha, en Oriente Medio...? La consecuencia es una trágica cifra de muertos, desaparecidos, torturados, exiliados...*

El debate sobre el tratamiento mediático del 11 de septiembre se ha extendido en Francia a numerosas emisiones de televisión como *Ripostes* (La Cinquième) o *Arrêt sur images* (Arte), en programas de radio *Téléphone sonne* y *Là-bas si J'y suis* de Daniel Mermez (en France Inter); *Bien Commun* y *Esprit public* (ambas en France Culture), sin olvidar el programa de Guillaume Durand o el de Michel Field, en Europe 1, dedicado exclusivamente a analizar el tratamiento que hacen los medios de comunicación de la actualidad.

Algunos periodistas franceses en un ejercicio de autocrítica subrayan entre sus denuncias la amnesia de las lecciones aprendidas tras la guerra del Golfo. Este es el caso de Daniel Schneidernam (*Le Monde télévision*, 24-30 de septiembre) en un su columna titulada “Santa Wall Street”:

*Viendo los presentadores de TF1 y de France 2 acudir a Nueva York seis días después de los atentados, multiplicar los reportajes compasivos, no podíamos sino tener una extraña impresión de déjà vu. Diez años después de la guerra del Golfo, cuando los periodistas aseguran haber aprendido la lección de los míticos desvaríos de los medios de comunicación, tememos ver los mismos errores reproducirse como una fatalidad. Reproducción sin distancia de las informaciones americanas, replazamiento de lo explicativo por lo emocional, observadores occidentales casi exclusivamente emplazados en el campo occidental, ediciones especiales de gran audiencia, proliferación de expertos de dudosa procedencia...*

En un editorial firmado por otro periodista, Pierre Marcelle en *Libération* (13 de septiembre de 2001) pone en entredicho la manipulación de las imágenes que ofrecieron algunas televisiones en las que *el Islam se presenta encarnado por algunos manifestantes palestinos en Jerusalén y en el Líbano Sur en lo que las cadenas califican de euforia o entusiasmo tras el atentado del 11 de septiembre*. Para Marcelle el peligro reside en hacer pasar a los árabes – término genérico – por potenciales terroristas: *El 14 de septiembre algunas cadenas como TF1 en el telediario de las 20:00 redifunde esas mismas imágenes sin precisar ni la fecha en la que han sido filmadas, ni en qué circunstancias*.

## UN DISCURSO MANIQUEO

Algunos analistas han alertado sobre el etnocentrismo mediático (“Nosotros” y “Los otros”) y sobre la reproducción del discurso maniqueo (“El Bien contra el Mal”) ejercido por los medios de comunicación occidentales en el tratamiento

informativo del 11 de septiembre y su desarrollo posterior: guerra en Afganistán, designación de nuevos enemigos del “mundo civilizado”: Irak, Irán, Corea del Norte y los movimientos islámicos (*Le Monde*, 31 de enero de 2002) en la cruzada contra el llamado terrorismo internacional. En este sentido, los medios de comunicación juegan un rol determinante en la constitución de la opinión pública y en la construcción del vínculo social (Jürgen Habermas: 1978).

Otro aspecto que cabe destacar es la dificultad de desligar la información de la opinión. Este enfoque aceptado recogido por algunos medios de comunicación, al reproducir sin ninguna distancia la terminología acuñada por el poder, pone de manifiesto su *dificultad para ejercer su actividad informativa sin reproducir un simple reflejo del discurso ambiente, marcado a menudo por la posición del Estado* (Garcin-Marrou, 2002).

Como ya es sabido, los medios de comunicación, en especial la televisión, tienden a privilegiar lo que es “visible” en el acto terrorista: el lado espectacular del acontecimiento, las víctimas, los destrozos, el dolor. Los medios afrontan esa contradicción entre su misión de contar el acontecimiento y el peligro de privilegiar las imágenes que conllevan una carga de emoción y de dolor. La lógica de la urgencia y de la competitividad que impera en el tratamiento informativo de la actualidad puede conducir a primar lo emocional en detrimento de lo racional.

La relación entre la explotación de la espectacularidad de las imágenes que proporciona los conflictos para las cadenas de información continua y su alto seguimiento por la audiencia queda de manifiesto en la crónica enviada por Felipe Cuna para *El Mundo* (3 de diciembre de 1999): *La paz en el mundo es un grave inconveniente para la CNN y para todas las cadenas estadounidenses de noticias por cable. Un solo dato demuestra que esto es así: en noviembre, la cadena propiedad de la multinacional Time Warner perdió el 44 % de sus espectadores con respecto al mismo mes de 1998. No es de extrañar, por tanto, los términos con que CNN Plus se anunció en su lanzamiento al mercado español (El Mundo, 24 de enero de 1999: 11): ¿Han atacado o están atacando?. La diferencia entre esperar a los telediarios y verlo ahora mismo es CNN +. 24 horas al día de información. 365 días al año. 150 profesionales y una amplia red de corresponsales, con un solo objetivo: ofrecerle en español las noticias más relevantes justo en el momento que se producen. A partir del 27 de enero, en el canal 7 de canal/Satélite/Digital, una nueva forma de ver España y el mundo. Está pasando. Lo estás viendo. Ningún comentario aparece sobre la explicación y el por qué de la actualidad. El objetivo que desprende es la sensación de “asistir al acontecimiento”: “lo estás viendo”, con la falsa impresión de creer saber lo que realmente está ocurriendo.*

El espectáculo del sufrimiento añade que sea utilizado por el poder para justificar las represalias, legitimar el posterior ataque. Otro factor, que se presenta en estos conflictos tan complejos es la desinformación. La alarma social ante el terrorismo biológico que se creó en un primer momento tras los cinco casos de fallecimientos atribuidos al *Ántrax* sirve para ilustrar el peligro de la manipulación informativa a la que se pueden ver sometidos los medios por parte de fuentes oficiales. En informaciones recientes, (*El País*, 11 de febrero de 2002, y *El Mundo*, 26 de febrero de 2002) las pistas del FBI apuntan a un científico de Estados Unidos como responsable del bioterrorismo. Después los medios han dejado tan preocupante cuestión y sobre la que se proyectó tanta alarma, se diluyera en el silencio.

### DRAMAS NO TELEVISADOS

Si bien lo ocurrido el 11 de septiembre marca un antes y un después en la historia contemporánea por su importancia y sus consecuencias, por el momento no todas ellas conocidas e imaginables, todo lo cual justifica el vuelco mediático que hemos vivido, sin embargo, no todos los dramas tienen su versión televisada.

Como señala Giovanni Sartori (1998: 89): *en el pasado se han cometido atroces masacres en Madagascar, en Uganda, en Zaire, en Nigeria y la lista sería más larga. Nadie las ha visto nunca (en televisión) y, por tanto, para la mayoría no ha existido.* El genocidio de Ruanda, las masacres de Srebrenica o el interminable conflicto en Sierra Leona, complementan algunos de los numerosos renglones de la lista negra de tragedias no filmadas.

*Y es que la cobertura mediática no sucede siempre en función del número de víctimas o la intensidad del sufrimiento de la población que la padece, sino según la interpretación ideológica que se realiza o el contexto geopolítico del momento* (Rony Brauman, 1996: 46, 118).

### BIBLIOGRAFÍA

- AUBESNAS, F. BENASAYAG, M. (1999): *La fabrication de l'information. Les journalistes et l'idéologie de la communication.* París: La Découverte.
- AWAD, Gloria (1995): *Du Sensationnel.* París: L'Harmattan.
- BOURDIEU, Pierre (1996): *Sur la télévision.* París: Raisons d'agir.
- BRAUMAN, Rony BACKMANN, René (1996): *Les médias et l'humanitaire.* París: CFPJ.
- BOLTANSKI, Luc (1993): *La souffrance à distance.* París: Métalié.
- CHAMPAGNE, Patrick (1990): *Faire l'opinion.* París: Éditions de Minuit.
- COLOMBANI, Jean-Marie (2002): *Tous Américains? Le monde après le 11 septembre 2001.* París: Fayard.

- DEBRAY, Régis (2000): *L'emprise*. París: Gallimard.
- DEBRAY, Régis (1992): *Vie et mort de l'image...* París: Gallimard.
- DEBORD, Guy (1992): *La société du Spectacle*. París: Gallimard.
- GARCIN-MARROU, Isabelle (2001): *Terrorisme, Médias et Démocratie*. Lyon: Presses Universitaires de Lyon.
- GONNET, Jacques (1999): *Les médias et l'indifférence*. París: Puf.
- HALIMI, Serge. VIDAL, Dominique (2000): *L'opinion ça se travaille. Les médias, l'OTAN et la guerre du Kosovo*. Marseille: Agone Éditeur.
- HABERMAS, Jürgen (1978): *L'Espace public*. París: Payot.
- LE MONDE DIPLOMATIQUE (1992): «Médias, mensonges et démocratie». N° 14. Febrero.
- LES CAHIERS DE MADIOLOGIE «Croyances en guerre. L'effet Kosovo. N° 8. Gallimard.
- MAMOU, Ives (1991): *C'est la faute aux médias*. París: Payot.
- RAMONET, Ignacio (1999): *La Tyrannie de la Communication*. París: Galilée.
- RAMONET, Ignacio (2002): *Guerres du XXI siècle*. París: Galilée.
- REPORTERS SANS FRONTIÈRES (1995): *Les médias de la haine*. París: La découverte.
- SARTORI, Giovanni (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus
- TAYLOR, Philippe. M. (1992): *War and the Media, propaganda and persuasion in the Gulf war*. Manchester University Press.
- WOLTON, Dominique (1991): *War Game. L'information et la guerre*. París: Flammarion.
- WOODROW, Alain (1991): *Information. Manipulation*. París: Éditions du Félin.

(Artículo recibido el 10 de abril de 2002. Aceptado el 10 de mayo de 2002)