

LOS CIBERMEDIOS ANTE LAS CATÁSTROFES: DEL 11S AL 11M

Dr. Ramón Salaverría
Universidad de Navarra

Versión provisional de la ponencia para el XIX Congreso Internacional de Comunicación, "La comunicación en situaciones de crisis: del 11M al 14 M", Facultad de Comunicación, Universidad de Navarra, Pamplona, 11 y 12 noviembre 2004. Prohibida su reproducción sin permiso del autor.

SOBRE EL AUTOR

Ramón Salaverría [rsalaver@unav.es] (Burgos, 1970). Doctor en Periodismo. Director del Laboratorio de Comunicación Multimedia de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, donde dicta docencia sobre Periodismo especializado y Tecnología de la información. Profesor de ciberperiodismo en varios cursos de postgrado nacionales e internacionales. Participa en diversos proyectos de investigación españoles y europeos sobre el impacto de Internet en los medios de comunicación. En su producción bibliográfica destaca el *Manual de Redacción Ciberperiodística* (Ariel, 2003).

ABSTRACT

Los acontecimientos del 11S y del 11M han supuesto dos pruebas extremas para los cibermedios. Con apenas una década de trayectoria, los jóvenes medios de internet se han enfrentado en esas dos catástrofes a sendas pruebas de madurez en las que han puesto de manifiesto sus fortalezas pero también sus debilidades. Este texto analiza la respuesta de la prensa digital, en particular de la española, ante esos dos retos, que guardan evidentes similitudes pero también notables diferencias. Mediante el análisis de la cobertura informativa de última hora durante el 11M, se describe la mejor respuesta tecnológica ofrecida por los cibermedios respecto del 11S, su mayor consolidación editorial y su mejor aprovechamiento de las posibilidades multimedia. Sin embargo, se apuntan también las carencias profesionales exhibidas por los cibermedios en ambas situaciones.

PALABRAS CLAVE: 11S / 11M / ciberperiodismo / España / internet

1. Las catástrofes, termómetro del periodismo

Dicen los psicólogos que el rendimiento de las personas depende en buena medida de la exigencia a la que se ven sometidas: a mayor exigencia, mayor rendimiento. Y viceversa. Cuando los seres humanos pierden la motivación, tienden a caer en la conocida "ley del mínimo esfuerzo"¹.

En el mundo profesional, y en particular en el periodismo, esto resulta especialmente cierto. El periodismo es una profesión muy repetitiva, basada en la reiteración cíclica de ciertas rutinas que, si bien garantizan la compleja tarea de responder diariamente al reto de elaborar un producto informativo, esconden sin embargo el peligro de convertir al periodista en un profesional acomodadizo,

¹ ROJAS, Enrique, *El hombre light: una vida sin valores*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 2003.

desmotivado y desidioso. Por eso, los periodistas aman los sobresaltos. Cuando de improviso aparece una gran noticia que produce un estremecimiento informativo, los periodistas despiertan su entumecida capacidad profesional y hacen mucho más, y a menudo mejor, que lo que alcanzan a realizar en una tranquila jornada ordinaria. De hecho, aunque les cueste confesarlo, los periodistas adoran precisamente las jornadas frenéticas y agotadoras. No es difícil de entender: las situaciones de urgencia, además de estimular la atención del público, mueven a los periodistas a dar lo máximo de sí mismos, lo que les produce una enorme satisfacción profesional.

Parece oportuno, por tanto, escoger precisamente esas situaciones límite, aquellas que demandan lo máximo y lo mejor, para calibrar hasta dónde dan de sí los periodistas y sus organizaciones. Vendrían a ser algo así como termómetros de la excelencia profesional, que dejan al descubierto las fortalezas y las debilidades de cada cual. Este comienzo del siglo XXI nos ha brindado, por desgracia, varios acontecimientos que, sin duda, podemos incluir en esa categoría de “situaciones límite”. En particular, los ataques terroristas a Estados Unidos acaecidos el 11 de septiembre de 2001 y los perpetrados en Madrid el 11 de marzo de 2004, son catástrofes históricas casi sin parangón y, por tanto, incomparables piedras de toque para evaluar el grado de evolución alcanzado por cada medio.

En 2004 se ha dado otra curiosa circunstancia: se han cumplido exactamente diez años de la aparición de los primeros medios en internet. En efecto, tras algunas experiencias previas en redes y servicios digitales privados, el año 1994 supuso el pistoletazo de salida para los cibermedios² en la Web pública. A finales de aquel año ya se contabilizaba una treintena de periódicos digitales en Estados Unidos³, mientras que en España, aunque más tímidamente, también se había inaugurado la historia de los cibermedios⁴. Durante sus diez primeros años de vida hasta 2004, los cibermedios han

² Denominamos ‘cibermedios’ a aquellos medios de comunicación social que emplean el ciberespacio como ámbito para la difusión pública de informaciones periodísticas. Son, por tanto, cibermedios, todos aquellos que ofrecen contenidos en la Web, tanto si disponen de una edición alternativa en otro soporte como si se publican exclusivamente en internet. No obstante, en este artículo nos fijaremos especialmente en las ediciones web de los diarios impresos. Para una revisión más detenida de lo que entendemos por ‘ciberperiodismo’, ‘cibermedio’ y ‘ciberdiario’, véanse DÍAZ NOCI, Javier y Ramón SALAVERRÍA ALIAGA, *Manual de Redacción Ciberperiodística*, Ariel, Barcelona, pp. 16-17; y SALAVERRÍA, Ramón *et al.* “Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra”, *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, nº 1, Pamplona, junio 2004, pp. 161-189.

³ Vid. CARLSON, David, “David Carlson’s Online Timeline -- 1990-94”, *The Online Timeline. A capsule history of online news and information systems*, 2004.

⁴ Vid. DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo, *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, Bilbao, 1999, p. 29; PARRA VALCARCE, David;

experimentado un desarrollo espectacular tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo. Su número en todo el mundo alcanza las decenas de miles —quizá centenares de miles, incluso—; sólo en España, un grupo de investigadores de diversas universidades hemos llegado a censar más de 1.100 cibermedios en 2004⁵. Pero sin duda más importante que la multiplicación del número de cabeceras ha sido su desarrollo cualitativo en términos editoriales y empresariales. En apenas un decenio, los cibermedios han perfilado una idiosincrasia propia que los distingue, cada vez con mayor claridad, de sus precedentes impresos y audiovisuales.

Una década parece, sin embargo, muy poco tiempo para que los cibermedios hayan alcanzado su madurez⁶. No cabe duda de que son ya medios distintos de sus predecesores, pero esto no significa que hayan alcanzado su máxima evolución. Por el contrario, los cibermedios parecen encontrarse todavía en un estadio inicial de desarrollo.

Por esta razón, conforme a lo que apuntan Zelizer y Allan⁷, parece especialmente oportuno analizar la respuesta dada por los cibermedios en situaciones de máxima exigencia profesional como el 11S y el 11M. En este tipo de acontecimientos concurren todos los ingredientes necesarios para calibrar a fondo el rendimiento de un medio, en este caso el digital. Esos ingredientes podrían resumirse así:

- Una ruptura, de manera imprevista, de la pauta informativa diaria y por tanto, la obligación de atender a una situación extrema sin equipos redaccionales reforzados especialmente para la ocasión.
- Un súbito aumento del tráfico web a causa de la avalancha de internautas en busca de información, con la consiguiente dificultad para mantener el rendimiento habitual de los servidores.

ÁLVAREZ MARCOS, José, *Ciberperiodismo*, Editorial Síntesis, Madrid, pp. 74-76; “Dos diarios prueban sus ediciones informáticas”, *El País*, 12 noviembre 1994.

⁵ Este censo de cibermedios es uno de los resultados del proyecto de investigación titulado “El impacto de Internet en los medios de comunicación en España”, financiado por el Ministerio de Ciencia y Tecnología (ref.: BSO2002-04206-C04-01), en el que colaboramos investigadores de las universidades del País Vasco, Navarra, Santiago de Compostela y Málaga. La metodología empleada para realizar este catálogo se explica con detalle en PEREIRA FARIÑA, José, *et al.*, “El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Aproximación metodológica y primeros resultados”, *Actas del II Congreso Ibérico da Comunicação* (CD-Rom), Universidade da Beira Interior (Covilhã, Portugal), 2004.

⁶ Cfr. SALAVERRÍA, Ramón, “Teste de maioridade”, *Correio Braziliense* (Brasilia, Brasil), 30 septiembre 2001.

⁷ Vid. ZELIZER, Barbie; ALLAN, Stuart (eds.), *Journalism after September 11*, Routledge, Londres, 2002.

- Una aceleración en el ritmo de suministro de noticias, que dificulta la edición informativa sosegada y multiplica por tanto las posibilidades de error.
- Una competencia periodística simultánea con medios consolidados, como la radio y la televisión, así como con medios alternativos surgidos de la propia red, como los *weblogs*.

Estas características, en suma, hacen del 11S y del 11M acontecimientos idóneos para analizar la madurez alcanzada por los cibermedios. Sin embargo, como veremos, ambos acontecimientos no son del todo equiparables.

2. Del 11S al 11M: una perspectiva comunicativa

Aunque comparten muchos rasgos comunes, es evidente que las catástrofes del 11S y del 11M no son idénticas. No ya sólo desde la dramática perspectiva del número de víctimas y de la devastación derivadas de cada una, objetivamente mayores en el caso de los ataques a Estados Unidos. También se distinguen desde un plano, llamémoslo así, comunicativo. Siguiendo a Altheide, podríamos decir que son dos casos paradigmáticos de “mass-mediated terrorism”⁸ en los que los asesinos, más allá del daño directo infligido a las víctimas, persiguen un objetivo último de coaccionar y aterrorizar a la sociedad que se apoya en la resonancia pública que proporcionan a sus actos los medios de comunicación.

Desde esta perspectiva, y sin ánimo de ser exhaustivos, podemos señalar algunos elementos comunicativos comunes a ambos casos:

- *Tiempo*. Las dos cadenas de atentados en Nueva York y Washington, y en Madrid ocurrieron en lapsos de tiempo relativamente breves —dos horas en el primer caso, varios minutos en el segundo—, pero suficientes para permitir una cobertura informativa prácticamente en directo por parte de los medios audiovisuales y los cibermedios. Coincidieron además en la franja horaria: a primera hora de sendos días laborables —martes y jueves, respectivamente—, con lo que los medios disponían de toda una jornada por

⁸ ALTHEIDE, David L., *Creating fear. News and the Construction of Crisis*, Aldine de Gruyter, Nueva York, p. 12.

delante para realizar la cobertura informativa de los acontecimientos con sus equipos habituales.

- *Sorpresa.* Antes del 11S y del 11M, las sociedades estadounidense y española no esperaban ser objeto de semejantes atentados terroristas. Cuando alguien lleva tiempo preparándose psicológicamente para una tragedia, la asimila mejor. Por eso, la sorpresa coadyuvó a generar un estado de *shock* colectivo, que magnificó el impacto informativo de las noticias.

- *Impacto.* Al factor sorpresa se le unió la descomunal magnitud de los daños, inimaginables con antelación. No ocurría sólo que el golpe fuera inesperado; también sucedía que, en ambos casos, eran de largo los mayores ataques terroristas jamás perpetrados en los dos países.

Frente a estas similitudes, hubo también diferencias comunicativas entre uno y otro caso. Entre ellas, podríamos destacar éstas:

- *Lugar.* No es equiparable la exposición a los medios del sur de Manhattan y del centro de Madrid. En la primera zona se ubica el corazón financiero de Nueva York, sede a su vez de numerosas redacciones y corresponsalías de medios impresos, audiovisuales y digitales. Un ataque a aquel lugar, además de un profundo impacto icónico pues las Torres Gemelas eran un símbolo del “*New York skyline*”, garantizaba una rápida cobertura periodística: los terroristas sabían que decenas de cámaras estarían en disposición de emitir imágenes en directo desde el lugar, como así ocurrió. Por lo que se refiere a los atentados en varias estaciones de ferrocarril en Madrid, su impacto visual fue mucho menor: estos lugares eran mucho menos reconocibles y más innaccesibles para los medios⁹.

- *Recursos.* Los cibermedios españoles han experimentado un paulatino, pero imparable, crecimiento en los últimos años. Tras el pinchazo de la burbuja especulativa que rodeó a internet a finales del decenio de 1990 y que produjo recortes severos a las inversiones en el sector y, por tanto, reducciones de plantilla, desde la entrada del nuevo siglo el avance de los cibermedios ha sido lento pero constante. Esto, ligado a unos recursos

⁹ De hecho, a diferencia de lo sucedido el 11S, las imágenes tomadas por cámaras de seguridad del instante de las explosiones en la estación de Renfe de Atocha sólo se publicaron cinco meses después de los atentados. *Vid.* “La mayor tragedia en 13 segundos”, *El País*, 14 septiembre 2004, p. 21.

tecnológicos cada vez más avanzados y fiables, permitieron afrontar la cobertura informativa del 11M con mayores garantías.

- *Experiencia*. Dos años y medio —lo que va del 11S al 11M— es mucho tiempo en cualquier ámbito, pero sobre todo en internet. Para los cibermedios hispanos ese intervalo suponía en 2004 nada menos que la cuarta parte de su historia. Por lo tanto, es de suponer que una experiencia como la del 11S ligada a la consolidación experimentada desde entonces, debería haber permitido una cobertura informativa más amplia, consistente y fiable. Aunque en su día se ignorara, el 11S sirvió de enseñanza para encarar el 11M.

A partir de estas similitudes y diferencias, analizaremos en particular el modo en que los cibermedios, sobre todo los hispanos, realizaron la cobertura informativa en caliente de la jornada del 11M. En otro lugar ya hemos estudiado las peculiaridades del tratamiento informativo dado por 18 cibermedios internacionales a la información de última hora del 11S¹⁰, y ha habido también quien, a propósito de esos mismos acontecimientos, ha estudiado aspectos similares en medios ajenos a internet¹¹, así como en los propios cibermedios pero desde una perspectiva no circunscrita a la cobertura informativa de última hora¹². Por eso, permítasenos apuntar aquí algunos aspectos que nos parecen dignos de ser destacados en el comportamiento de los cibermedios españoles durante el 11M.

3. Luces y sombras de los cibermedios durante el 11M

¿Cómo respondieron los cibermedios al reto periodístico del 11M? No es fácil responder a esta cuestión en un texto breve como éste, obligadamente selectivo y

¹⁰ Cfr. SALAVERRÍA, Ramón, "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11", *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67, 1, 2005, pp. 69-87.

¹¹ Cfr. SUSPERREGUI, José Manuel, "El 11 de septiembre y los efectos en la comunicación. Análisis de las consecuencias en los medios del atentado contra las Torres Gemelas", *Profesionales para un futuro globalizado. Actas del XVII Congreso Internacional de Comunicación*, Ediciones Eunat, Pamplona, 2003, pp. 447-456.

¹² Vid. OUTING, Steve, "Attack's Lessons For News Web Sites", *Editor & Publisher*, 19 septiembre 2001; CORES, Rafael, "El peligro de un éxito no deseado. Consecuencias del 11-S en los principales medios online norteamericanos", III Congreso Nacional de Periodismo Digital, Huesca, 2002. Con respecto al 11M, puede encontrarse un documentado análisis en LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, "El 11-M

limitado. Además, la naturaleza cambiante y sin archivo sistemático¹³ de los cibermedios dificulta un análisis exhaustivo. Por lo tanto, este estudio sobre la cobertura informativa del 11M por los cibermedios es, necesariamente, descriptivo y ceñido a algunos aspectos concretos. Teniendo esto en cuenta, veamos cuáles fueron sus fortalezas y debilidades.

3.1. Fortalezas de los cibermedios durante el 11M

El 11 de septiembre de 2001 los cibermedios de todo el mundo mostraron diversos rasgos de inmadurez. Según los resultados de un estudio¹⁴ con base en 18 ediciones en internet de diarios, los principales signos de inmadurez en aquella ocasión fueron: 1) una falta de previsión tecnológica que devino en problemas de conexión y en la caída de servidores web ante la avalancha de internautas; 2) una escasa prudencia editorial que permitió la publicación de diversas noticias falsas que, con posterioridad, no fueron corregidas; y 3) la ausencia de una identidad editorial definida que hizo que los cibermedios bascularan, sin apostar claramente por ninguna, entre una cobertura informativa de agencia, atenta a la última hora, y un análisis a fondo de la información en la línea de los diarios y revistas. Frente a estas carencias, la cobertura informativa de los acontecimientos del 11 de marzo de 2004 mostró interesantes signos de evolución.

3.1.1. Mejor preparación tecnológica

Utilizando terminología económica podríamos decir que, desde un punto de vista tecnológico, la oferta de un cibermedio es mucho más ‘inelástica’ que, por ejemplo, la de la radio o la televisión. Estos últimos medios no sufren problemas de emisión por el hecho de que conecten con ellos simultáneamente un millón de televidentes o radioescuchas o no conecte nadie; su capacidad de emisión no sufre ninguna variación.

y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis” (comunicación), II Congreso Online del Observatorio de la Cibersociedad, octubre 2004.

¹³ En 2004, los cibermedios españoles ofrecen pocos recursos de archivo propio. En la mayoría de ellos, la única versión archivada —si es que disponen de ella— es la de sus correspondientes ediciones impresas. Otros cibermedios más avanzados se limitan a conservar una única edición de los contenidos publicados originalmente ese día en la Web, mediante el archivo de la versión visible a última hora de cada jornada. Sólo *Elmundo.es* archiva en su Hemeroteca <<http://www.elmundo.es/hemeroteca/>> versiones íntegras sucesivas de su edición web, pero incluso en este caso, guarda únicamente tres ediciones al día: una por la mañana (a las 12.00 horas), otra por la tarde (a las 18.00 horas) y una última por la noche (a las 23.00 horas).

¹⁴ Vid. SALAVERRÍA, Ramón, "An Immature Medium...", pp. 73-82.

Por el contrario, los cibermedios experimentan grandes diferencias de conectividad según el número de visitantes: a más consultas simultáneas, menor rapidez de respuesta por parte de los servidores. De hecho, si el número de consultas traspasa cierto umbral, llega el colapso. Pues bien, tras la experiencia del 11S, los cibermedios aprendieron que las noticias más importantes aparecen cuando menos se las espera. Y son precisamente esas noticias de impacto las que ocasionan más súbitos y radicales aumentos de tráfico en los sitios web. En cuestión de minutos, las consultas a un cibermedio pueden pasar de pocos cientos a centenares de miles. Por lo tanto, es preciso estar tecnológicamente preparado para eso. Durante el 11M, los cibermedios de todo el mundo, incluidos los españoles, demostraron que habían aprendido la lección.

En cuanto la noticia de los atentados en las estaciones de Madrid se difundió, los cibermedios volvieron a experimentar un súbito —y sostenido— aumento de visitantes¹⁵. Sin embargo, a diferencia de lo ocurrido dos años y medio antes, respondieron con notable fiabilidad a esa demanda. En el ámbito internacional, los grandes medios de internet respondieron sin grandes problemas; tampoco es de extrañar, por cuanto el impacto internacional de los atentados del 11M, con ser muy grande, no era comparable al causado por los del 11S. Ahora bien, incluso en España, donde los cibermedios recibieron un alud de visitantes tanto desde dentro como desde fuera del país, los medios de la Red dieron una respuesta adecuada. Ninguno de los grandes cibermedios españoles se colapsó y todos ellos mantuvieron una oferta constante y fluida. Para conseguirlo, algunos medios, como por ejemplo *Elmundo.es*, optaron por aligerar el formato de su portada, siguiendo el procedimiento que ya habían empleado durante el 11S. Así pues, en términos de conectividad, la respuesta de los cibermedios durante el 11M fue satisfactoria.

3.1.2. Mayor protagonismo de internet como plataforma para los medios

En una trayectoria todavía corta, los cibermedios se han enfrentado a varias etapas en su proceso de consolidación. En los diez años que van de 1994 a 2004, han pasado de ser completamente ignorados, a ser temidos, luego encumbrados, más tarde criticados y finalmente considerados como un medio más —o casi— en competencia con los periódicos, la radio y la televisión. A este respecto, las catástrofes siempre han sido

¹⁵ Cfr. LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, *op. cit.*

momentos clave para los cibermedios, que han servido de espaldarazo para su consolidación.

Así ocurrió con el 11S, fecha que supuso un claro punto de inflexión en las audiencias de los cibermedios. El 11S sirvió para que gran cantidad de personas descubriera los cibermedios como nueva fuente de información periodística. Y esas personas, una vez apagado el interés momentáneo, no se olvidaron del nuevo medio; por el contrario, siguieron consultándolo en masa de manera fiel¹⁶.

Esas cifras de audiencia de 2001 se han mantenido en progresión estable hasta 2004, aunque alteradas en el caso de algunos cibermedios —en particular, de *Elpais.es*— por su decisión de adoptar un modelo de pago¹⁷, una medida que, como es obvio, merma el número de lectores. Aunque no existen en España datos de audiencia tan contrastables como los del 11S¹⁸, no cabe duda de que con el 11M los cibermedios experimentaron la misma súbita avalancha de tráfico que dos años y medio atrás, con el agravante de que en esta ocasión la noticia había ocurrido en Madrid y por tanto los medios españoles atraían lectores de otros países. *Elmundo.es*, por ejemplo, informaba el mismo 11M de un crecimiento de visitas del 300% con respecto a su media de tráfico habitual¹⁹.

¿Cómo respondieron esta vez los cibermedios españoles? En lenguaje llano podríamos decir que, ahora sí, aguantaron el tirón. Como ya hemos apuntado, demostraron estar técnicamente mejor preparados que la vez anterior puesto que su rendimiento en cuanto a conectividad fue siempre satisfactorio. Pero además de demostrar una fiabilidad tecnológica de la que antes adolecieron, las publicaciones de internet evidenciaron una mayor consolidación editorial²⁰. Desde un punto de vista periodístico, supieron dar una información más rica, variada y actualizada. Esto contribuyó a que la Red se convirtiera no sólo en un polo de atracción para millones de

¹⁶ SALAVERRÍA, Ramón, "An Immature Medium...", p. 83.

¹⁷ En España, el caso más destacado de adopción del modelo de pago lo protagonizó *Elpais.es* el 18 de noviembre de 2002. Otros cibermedios punteros como *Elmundo.es* (con una versión de internet íntegramente gratuita y los contenidos de la edición impresa, de pago) y *Lavanguardia.es* (que combina el registro gratuito con la suscripción de pago, según los contenidos y servicios deseados por cada lector) han optado por modelos mixtos. Por último, los cibermedios con menor tráfico, la gran mayoría, mantienen por lo general un modelo gratuito, financiado mediante publicidad.

¹⁸ Desde 2001, diversos cibermedios españoles, entre los que se encuentran los de mayor tráfico, han renunciado al control del tráfico por parte de la OJD, por considerar sus datos poco fiables.

¹⁹ "El tráfico de Internet se dispara", *Elmundo.es*, 11 marzo 2004.

²⁰ No en vano, en los últimos años algunas redacciones de cibermedios han alcanzado un tamaño considerable. Por ejemplo, según datos expuestos por el director de *Elmundo.es*, en 2004 este cibermedio contaba con 61 profesionales, de los cuales 46 eran periodistas. LAFUENTE, Gumersindo, "La visión

personas ávidas de información de última hora, sino también en escenario de importantes decisiones editoriales por parte de los grupos de comunicación. Podemos destacar algunas.

Hubo, por ejemplo, diarios que emplearon la Web como plataforma donde publicar con urgencia —es decir, sin esperar a la edición impresa del día siguiente— noticias de máxima relevancia editorial para su medio. Así ocurrió con el diario *Gara*, periódico vasco que respalda las tesis de ETA y que no censura sus atentados terroristas. Este medio recurrió a su edición en internet, *Gara.net*, para dar a conocer al mediodía un comunicado de los portavoces de la ilegalizada Batasuna, en la que esta formación política rechazaba el atentado²¹ e implícitamente negaba la autoría de ETA. Esta información tuvo un notable impacto, por cuanto hasta ese momento del 11M todos los portavoces políticos señalaban a ETA como indiscutible autora de los atentados.

De hecho, muchos cibermedios titubearon a lo largo de la jornada en la elección del título principal para su portada. La duda estaba en decidir a quién se apuntaba como posible autor de la masacre. *Elmundo.es*, por ejemplo, en su edición de las 13.14 horas titulaba escuetamente “Masacre en Madrid”; a las 16.31 horas, por el contrario, titulaba “Masacre etarra en Madrid”, adjudicando así los atentados a la banda terrorista vasca. También *Elpaís.es* titulaba a las 16.13 horas “Matanza de ETA en Madrid”, adoptando de este modo el título que encabezaba la edición extra del periódico que se distribuyó aquella tarde en la capital. Días después se supo que esta importante decisión editorial estuvo en buena medida condicionada por diversas conversaciones mantenidas por el presidente José María Aznar con algunos directores de medios de comunicación²².

Otras decisiones editoriales importantes fueron protagonizadas por el propio *Elpaís.es*. Por primera vez desde que en noviembre de 2002 adoptó el modelo de pago, este cibermedio decidió abrir temporalmente sus contenidos de manera gratuita para todos los cibernautas. En esa medida, qué duda cabe, debió de pesar un sentido de solidaridad que animaba a sus responsables a compartir gratuitamente lo único que podían ofrecer en ese momento: información. Pero, sobre todo, parece que en esa decisión influyó la avalancha de lectores que desde todo el mundo comenzó a visitar

gerencial del periodismo digital”, I Congreso de Periodismo Digital, Maracay (Venezuela), 18 octubre 2004.

²¹ “La izquierda abertzale muestra ‘su más absoluto rechazo’ a los atentados de Madrid”, *Gara.net*, 11 marzo 2004, 13.10 p.m.

²² AZNÁREZ, Malen, “Informar en medio de la confusión”, *El País*, 14 marzo 2004, p. 13.

Elpaís.es y que, en algunos casos, llegaron a quejarse al medio por mantener sus contenidos accesibles sólo para los suscriptores de pago²³.

También cabe subrayar otra decisión de *El País*: ofrecer gratuitamente en internet la versión facsímil, en formato PDF, de la edición especial que sacó esa tarde a los quioscos de Madrid. Con ello, dicho sea de paso, se producía una curiosa paradoja: la Web ya no se empleaba sólo como un medio de difusión pública, sino que se convertía en una plataforma de distribución de contenidos físicos.

3.1.3. Aprovechamiento de los recursos multimedia

Una última fortaleza exhibida por los cibermedios con motivo de la cobertura del 11M fue el aprovechamiento de los recursos gráficos y, en menor medida, sonoros. Los cibermedios publicaron gran cantidad de fotografías y, en algunos casos, cuidadísimas infografías de urgencia que, con posterioridad, han alcanzado reconocimiento internacional²⁴.

Esta explotación de los recursos multimedia ha experimentado un importante crecimiento con los años. De hecho, para algunos cibermedios se ha convertido en uno de sus principales atractivos. Si se comparan las portadas de los cibermedios el 11S y el 11M, se comprueba que en 2004 los cibermedios publicaron muchas más imágenes (galerías fotográficas, capturas de imágenes de televisión, fotografías de gran formato, etc.) y que éstas ocuparon lugares mucho más destacados²⁵. Asimismo, el formato y la resolución gráfica de las imágenes fue mayor, un dato éste que avala la mejora en el rendimiento tecnológico de los cibermedios al que ya hemos aludido.

3.2. Debilidades de los cibermedios en el 11M

²³ AZNÁREZ, Malen, *op. cit.*

²⁴ Cfr. “La cobertura del 11-M convierte a elmundo.es en líder mundial de infografía y diseño en Internet”, *Elmundo.es*, 5 octubre 2004.

²⁵ Cabe cuestionarse, por supuesto, el acierto ético de publicar determinadas imágenes que atentan contra la intimidad de las personas. En la cobertura del 11S los medios en general (no sólo los de internet) evidenciaron una especial cautela por ocultar ese tipo de imágenes degradantes de las víctimas (*vid.* SUSPERREGUI, José Manuel, *op. cit.*, p. 450). En el 11M, por su parte, los medios mostraron también ese tipo de prevenciones, si bien durante ese día y los inmediatamente siguientes se publicaron muchas más imágenes protagonizadas por el dolor de las víctimas que, en algunos casos, desencadenaron quejas de los lectores (*vid.* AZNÁREZ, Malen, *op. cit.*). El peor episodio, con todo, lo protagonizó meses después de la tragedia el diario *El Mundo* (23 octubre 2004), que llegó a publicar nada menos que en portada una sangrienta fotografía de los cadáveres del 11M so pretexto de denunciar precisamente el hecho de que algún testigo hubiera tomado y difundido por otros cauces semejantes imágenes.

Como ya hemos visto, la experiencia del 11S sirvió para que muchos cibermedios aprendieran de sus errores y afrontaran con más garantías situaciones informativas como la vivida el 11M. Sin embargo, existen lecciones que los cibermedios aún en 2004 parecen no haber aprendido. Destacaremos algunas.

3.2.1. La información no es patrimonio de los medios

Durante el 11M, así como en las agitadas jornadas que vinieron a continuación, la Red desempeñó un papel protagonista en el debate social. Se ha destacado por ejemplo el papel movilizador de ciertas tecnologías durante la víspera de las Elecciones Generales del 14M, en particular de los mensajes de texto entre teléfonos móviles cuyo tráfico creció en España hasta un 40% esos días²⁶. Los foros y listas de correo fueron asimismo un hervidero en el que los internautas debatían sobre los acontecimientos de aquellos días. La Red, en suma, se convirtió en una plataforma de información paralela a los medios de comunicación. En particular los *weblogs* funcionaron como un medio complementario —para algunos incluso alternativo— de información y, sobre todo, de comentario respecto de los acontecimientos que estaban sucediendo²⁷.

Estos fenómenos, considerados en conjunto, apuntan hacia la consolidación de un nuevo paradigma de la comunicación social²⁸. Este nuevo modelo se caracteriza entre otras cosas por un modelo de comunicación social cada vez más multidireccional y descentralizado²⁹, en el que los medios institucionalizados pierden su anterior monopolio de la información.

En la cobertura informativa del 11M los grandes medios apenas prestaron atención a esos fenómenos paralelos de comunicación en la Red. Sin embargo, con motivo de acontecimientos ocurridos también en 2004, como por ejemplo las convenciones demócrata y republicana en Estados Unidos o las posteriores elecciones presidenciales

²⁶ DELCLÓS, Tomás, “Pásalo”, *El País*, Edición Cataluña, 16 marzo 2004.

²⁷ Vid. ORIHUELA, José Luis, “11M”, *eCuaderno*, 12 marzo 2004; LÓPEZ GARCÍA, Guillermo, *op. cit.*

²⁸ ORIHUELA, José Luis, “eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age”, en SALAVERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*, Ediciones Eunote, Pamplona, 2003, pp. 129-136.

²⁹ Vid. BORDEWIJK, Jan L.; KAAM, Ben Van, “Towards a new classification of tele-information services”, *Inter-Media*, 14 (1), 1986, pp. 16-21.

de noviembre, los medios norteamericanos comenzaron a interesarse por esas expresiones informativas complementarias³⁰.

3.2.2. Una lección pendiente: internet es interactivo

Otra de las lecciones no aprendidas aún por los cibermedios es la de la interactividad. Fuera de internet, los medios son esencialmente unidireccionales. Ahora bien, el verdadero problema consiste en que también parecen ser unidireccionales dentro de internet. Entienden que su labor es informar al público, pero apenas se preocupan por escuchar sus demandas. Es cierto que esta tradicional unidireccionalidad de los medios se ha reducido en internet; los cibermedios han desarrollado formatos y géneros que estimulan la participación de los lectores. Sin embargo, los medios siguen sin saber cómo encarar esa interacción cuando se trata de informaciones de última hora.

Durante el 11M, la prensa digital española ofreció información conforme a los patrones tradicionales: recurrió a informaciones de agencias, a noticias difundidas por radio y televisión, y obtuvo datos mediante la investigación de los periodistas propios. Sin embargo, no ofrecieron la posibilidad de que fueran los internautas, quienes en muchos casos estaban siendo testigos privilegiados de los acontecimientos, los que relataran por sí mismos lo que estaban viendo.

Este recurso a los lectores como “enviados especiales” no es inédito. La propia BBC lo ha empleado en ocasiones en su edición en internet, como forma de imprimir testimonios de primera mano a sus informaciones³¹. En España ningún cibermedio lo empleó con motivo del 11M.

3.2.3. Escasez de fuentes primarias y de observación directa

Junto con la mencionada falta de diálogo con los lectores, puede señalarse una tendencia de los cibermedios a nutrirse exclusivamente de fuentes secundarias. Salvo excepciones, aún en 2004 la mayoría de los cibermedios se limita de ordinario a reelaborar o, directamente, publicar la información que otros han elaborado previamente. Sólo en circunstancias especiales —guerras, grandes acontecimientos

³⁰ Vid. VARELA, Juan, “Elecciones en EE UU: La opinión de las bitácoras”, *Periodistas 21*, 2 noviembre 2004.

³¹ Vid. “Syrian police clash with bombers”, *BBC News*, 28 abril 2004.

deportivos—, los cibermedios más consolidados desplazan periodistas propios para que asistan como testigos directos de los acontecimientos.

Difícilmente podría ser de otro modo. Los cibermedios, por regla general, cuentan en 2004 con equipos redaccionales muy reducidos, cuyo objetivo principal no es tanto generar información propia como mantener a duras penas la web. En consecuencia, los periodistas de los cibermedios a menudo no trabajan como tales, sino como simples operarios de mantenimiento.

Qué duda cabe que la renuncia a las fuentes primarias y la falta de observación directa reducen la fiabilidad de las informaciones. Y esto es particularmente cierto cuando ocurren noticias de última hora, en las que la extrema urgencia y la falta de detalles confirmados multiplican los errores. Con motivo del 11S, por ejemplo, hemos podido documentar la publicación de noticias falsas en diversos cibermedios internacionales que no fueron posteriormente corregidas; simplemente fueron borradas de las respectivas publicaciones sin dejar rastro³². En el caso del 11M, no localizamos errores de igual calibre, aunque en este capítulo de errores y rectificaciones es preciso señalar las lucubraciones respecto de la autoría de los atentados —ETA o Al-Qaeda— a lo largo de la jornada del 11M y, como es bien sabido, también en los días siguientes³³.

En el 11M, sin embargo, también se dieron ejemplos que apuntan hacia una presencia cada vez más directa de los periodistas de internet a los acontecimientos informativos. *Elmundo.es*, por ejemplo, envió periodistas propios a cubrir la información desde la calle. Las crónicas elaboradas por esos periodistas adscritos sólo a la edición en Internet, que se recogen en la edición de la noche³⁴, fueron no obstante aprovechadas para la edición impresa de *El Mundo* al día siguiente. Con ello, se dio un paso más en el deseable alejamiento de los cibermedios del modelo de “corta-y-pega”: por primera vez, en lugar de ser los periodistas del papel quienes nutrían con sus

³² SALAVERRÍA, Ramón, "An Immature Medium...", pp. 74-80.

³³ Cabe subrayar que, en este caso, buena parte de los errores cometidos por los cibermedios en la atribución de los atentados no son imputables a su precipitación, sino a las presiones políticas y a la intervención editorial de los directores de sus respectivas ediciones impresas (*vid.* AZNÁREZ, Malen, *op. cit.*). Esto tiene una segunda lectura: las versiones en Internet de periódicos impresos no decidieron de manera independiente. Por el contrario, acataron la decisión editorial de sus hermanos impresos y, durante unas horas, pasaron a identificar si atisbo de duda a ETA como autora de la matanza.

³⁴ Esas crónicas se recopilan en la portada de del 11 de marzo (edición noche), en un bloque titulado “Testigos directos” <<http://www.elmundo.es/elmundo/hemeroteca/2004/03/11/n/>>.

informaciones a la web, fueron los de internet quienes publicaron sus crónicas en el papel.

Todo un síntoma, uno más, de lo mucho y lo rápido que están cambiando las cosas.

Bibliografía

- ALTHEIDE, David L. (2001). *Creating fear. News and the Construction of Crisis*. Nueva York: Aldine de Gruyter.
- AZNÁREZ, Malen (2004). “Informar en medio de la confusión”, *El País*, 14 marzo, p. 13.
- BBC NEWS (2004). “Syrian police clash with bombers”, 28 abril. En: <http://news.bbc.co.uk/2/hi/middle_east/3664811.stm>
- BORDEWIJK, Jan L.; KAAM, Ben Van (1986). “Towards a new classification of tele-information services”, *Inter-Media*, 14 (1), pp. 16-21.
- CARLSON, David (2004). *The Online Timeline. A capsule history of online news and information systems*. En: <<http://iml.jou.ufl.edu/carlson/timeline.shtml>>
- CORES, Rafael (2002). “El peligro de un éxito no deseado. Consecuencias del 11-S en los principales medios online norteamericanos”, *III Congreso Nacional de Periodismo Digital*, Huesca, 17-18 enero. En: <<http://cuarto.congresoperiodismo.com/comunicaciones/peligro.htm>>
- DELCLÓS, Tomás (2004). “Pásalo”, *El País*, Edición Cataluña, 16 marzo.
- DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo (1999). *Periodismo en Internet. Modelos de la prensa digital*, Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- DÍAZ NOCI, Javier; SALAVERRÍA ALIAGA, Ramón (2003). *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- ELMUNDO.ES (2004a). “El tráfico en Internet se dispara”, 11 marzo. En: <<http://www.elmundo.es/navegante/2004/03/11/esociedad/1079024472.html>>
- ELMUNDO.ES (2004b). “La cobertura del 11-M convierte a elmundo.es en líder mundial de infografía y diseño en Internet”, 5 octubre. En: <<http://www.elmundo.es/elmundo/2004/10/04/comunicacion/1096886640.html>>
- EL PAÍS (1994). “Dos diarios prueban sus ediciones informáticas”, 12 noviembre.
- EL PAÍS (2004). “La mayor tragedia en 13 segundos”, 14 septiembre.
- GARA.NET (2004). “La izquierda abertzale muestra ‘su más absoluto rechazo’ a los atentados de Madrid”, 11 marzo, 13.10 p.m.
- LAFUENTE, Gumersindo (2004). “La visión gerencial del periodismo digital” (conferencia), I Congreso de Periodismo Digital, Maracay (Venezuela), 18 octubre.
- LÓPEZ GARCÍA, Guillermo (2004). “El 11-M y el proceso de formación de la opinión pública en situaciones de crisis” (comunicación), II Congreso Online del Observatorio de la Cibersociedad, Grupo de Trabajo 89 “Periodismo en Internet: ¿nuevos medios o viejos paradigmas?”, octubre. En: <http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?idioma=ca&id=227&grup=89>
- ORIHUELA, José Luis (2003). “eCommunication: the 10 paradigms of media in the digital age”, pp. 129-136. En: SALAVERRÍA, Ramón; SÁDABA, Charo (eds.), *Towards New Media Paradigms: Content, Producers, Organisations and Audiences*. Pamplona: Ediciones Eunat.
- ORIHUELA, José Luis (2004). “11M”. *eCuaderno*, 12 marzo. En: <<http://www.ecuaderno.com/archives/000224.php>>
- OUTING, Steve (2001). “Attack's Lessons For News Web Sites”. *Editor & Publisher*, 19 septiembre. En: <http://www.editorandpublisher.com/editorandpublisher/features_columns/article_display.jsp?vnu_content_id=1057781>
- PARRA VALCARCE, David; ÁLVAREZ MARCOS, José (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Editorial Síntesis.
- PEREIRA FARIÑA, José; GAGO MARIÑO, Manuel; LÓPEZ GARCÍA, Xosé; SALAVERRÍA, Ramón; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo; CABRERA GONZÁLEZ, M^a Ángeles; PALOMO TORRES, M^a Bella (2004). “El impacto de Internet en los medios de comunicación en España. Aproximación metodológica y primeros resultados”, *Actas del II Congreso Ibérico da Comunicaçao* (cederrón). Covilhã, Portugal: Universidade da Beira Interior.
- ROJAS, Enrique (2003). *El hombre light: una vida sin valores*. Madrid: Ediciones Temas de Hoy, S.A.
- SALAVERRÍA, Ramón (2001). “Teste de maioridade”, *Correio Braziliense*. 30 septiembre. En: <http://www2.correioweb.com.br/cw/2001-09-30/mat_14730.htm>
- SALAVERRÍA, Ramón; CORES, Rafael; DÍAZ NOCI, Javier; MESO, Koldo; LARRONDO, Ainara (2004). “Evaluación de los ciberdiarios en las comunidades vasca y navarra”, *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, núm. 1, Pamplona, junio, pp. 161-189.

- SALAVERRÍA, Ramón (2005). "An Immature Medium: Strengths and Weaknesses of Online Newspapers on September 11", *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67, 1: 69-87.
- SUSPERREGUI, José Manuel (2003). "El 11 de septiembre y los efectos en la comunicación. Análisis de las consecuencias en los medios del atentado contra las Torres Gemelas", en LATORRE, Jorge; VARA, Alfonso; PÉREZ-LATRE, Francisco Javier (eds.), *Profesionales para un futuro globalizado. Actas del XVII Congreso Internacional de Comunicación*. Pamplona: Ediciones Eunote, pp. 447-456.
- VARELA, Juan (2004). "Elecciones en EE UU: La opinión de las bitácoras", *Periodistas 21*, 2 noviembre. En: <<http://periodistas21.blogspot.com/2004/11/elecciones-en-ee-uu-la-opinin-de-las.html>>
- ZELIZER, Barbie; ALLAN, Stuart (eds.) (2002). *Journalism after September 11*. Londres: Routledge.