La estética de la violencia.
La representación gráfica de las víctimas en los atentados del 11 de septiembre y el 11 de marzo: un examen de las portadas de los periódicos estadounidenses y españoles

Doris E. Martínez Vizcarrondo[1]

RESUMEN

El trabajo señala que la estética de la violencia es producto de discursos definidos donde determinados elementos son o no permisibles. En este trabajo se compara el manejo estético de la violencia de las imágenes sobre el 11 de septiembre y el 11 de marzo que presentan la prensa escrita de los respectivos países (Estados Unidos y España).

Palabras claves: Estética; discurso; violencia virtual.

ABSTRACT

The study indicates that the aesthetic violence is product of defined discourses where determined elements are or not permissible. This research contrasts the management of the violence images of September 11 and March 11 of their respective written press.

Keywords: *Aesthetic; speech; virtual violence.*

[1] Doctora en Filosofia y Letras por la Universidad Autónoma de Madrid y Profesora Catedrática asociada a la Universidad de Puerto Rico, Mayagüez, en el Departamento de Estudios Hispánicos.

1
Introducción

Los acontecimientos del 11 de septiembre de 2001 en Nueva York y el 11 de marzo de 2004 en Madrid evidencian, como señala Baudrillard (1997), que no pensamos lo virtual, que lo virtual nos piensa. El hecho de que las personas evalúen los atentados terroristas por su espectacularidad y no sepan ni puedan establecer una línea entre imágenes producto de un filme e imágenes de un acontecimiento real revela cómo el mundo virtual constituido por los medios de comunicación social (incluyendo el Internet) ha transformado la percepción y la interpretación de las personas en términos de modelos de representación del mundo preconcebidos o anticipados. De manera que en este mundo preconcebido de lo virtual estamos sujetos a un vidrio imperceptible estratégicamente construido por el discurso de los medios de comunicación social, usando la metáfora de Baudrillard, virtualidad controlada que ha desterrado los patrones tradicionales (imaginación de lo real, de lo político, de lo social; de nuestra relación con el tiempo [pasado-presente y futuro]) de relacionarse con el mundo. El concepto de realidad, tiempo real e historia han sido abolidos, desplazados por imágenes, discursos que ocupan momentáneamente un soporte ya sea cibernético o de papel. Y así como aparece y desaparece según los intereses de sus productores, también así desaparece y aparece de la percepción e interpretación de las personas o consumidores de dichos productos. Las imágenes y los textos manejan la existencia o no de los acontecimientos, existencia que está atada más a la pertinencia que tenga para los grupos de poder, que la ocurrencia, si es que ocurre, del acontecimiento. Lo simultáneo de las imágenes 11 de septiembre y las del 11 de marzo que recorrieron las autopistas globales-virtuales de la información pone de manifiesto

la inexistencia de un tiempo histórico y la existencia de un tiempo discursivo. Es decir, que las imágenes del 11 de septiembre y del 11 de marzo que se examinan en este trabajo en principio no encuentran su sentido en causas históricas, no reflejan una historia, ni posibilita la recuperación de una historia. Más bien son imágenes enmarcadas en una estética que responden a unas representaciones sociales definidas por el discurso de los medios de comunicación social. En este artículo se examina y se compara la estética de la violencia que maneja la prensa estadounidense y la prensa española en la representación gráfica de los atentados terroristas que afectaron a sus respectivas ciudades principales. Se estudian las portadas de periódicos estadounidenses y españoles de los primeros dos días de la crisis (11/12 de septiembre/marzo). Se examina de manera particular, por un lado cómo la prensa escrita estadounidense manejó las imágenes de las víctimas del 11 de septiembre y, por otro lado, cómo la prensa escrita española manejó las imágenes de las víctimas del 11 de marzo. Finalmente se comparan ambas representaciones. En este estudio se considera que la estética de la violencia, en este caso, es un instrumento discursivo que responde a los intereses de los grupos de poder. Es decir, que la estética es un instrumento que emplean los grupos de poder, en este caso la prensa escrita, para ejercer control sobre las representaciones de los acontecimientos, las noticias (los atentados del 11 de septiembre y 11 de marzo) y como consecuencia para ejercer control sobre el conocimiento, las opiniones y el discurso de los consumidores de las noticias.

2
La estética como estrategia discursiva

La crítica marxista reinterpretó el significado original del concepto de estética acuñado por la filosofía idealista (el

gusto por lo bueno, por la belleza), indicando que la estética responde a un discurso ideológico que intenta destacar los intereses particulares de un grupo y proyectarlos como universales. La semiótica por otro lado, señala que la estética es un proceso mediante el cual se construyen significados y que se emplea no sólo en el discurso artístico sino en todos los discursos sociales. Desde una perspectiva socio-cognitiva del discurso, la estética es un instrumento de representación de acontecimientos, relaciones, sujetos y cosas. Es decir, es un instrumento central en los procesos cognitivos de producción y consumo de textos. Desde la perspectiva de este trabajo, el concepto de estética recoge los significados anteriores. De manera que la estética es la forma en la cual los diversos discursos sociales articulan significantes y significados en las representaciones de acciones, relaciones, sujetos y cosas. En esa articulación no se excluye el elemento de belleza mas bien se amplía este significado, tomando como elemento para esta ampliación las teorías sobre el discurso, la estética trabaja con la exclusión y la inclusión. La estética incluye y destaca o excluye y oculta elementos que son admisibles o no admisibles en una sociedad. Lo admisible o no admisible, como puede observarse en las imágenes de las víctimas, responden a dos estéticas de la violencia diferentes ya que responden a discursos en ideologías diferentes.

3
La estética de la violencia, la noticia y el mercado discursivo

Baudrillard (1997) indica que en la estética de la violencia occidental las imágenes ocupan un espacio normalizado, esta violencia a-histórica, instantánea y momentánea no tiene que ver en nada con la violencia tradicional, de causa o efecto, o de tradición histórica. Es una violencia virtual,

preparada sin memoria, si causa no propósito, movida por el odio y producto de un modelo de interpretación pre-codificado-recurrente. Esa normalización mediática de la estética de la violencia, crea un orden en el que determinados discursos (verbales y gráficos) son incluídos y destacados mientras que otros discursos son descalificados o excluidos. Las noticias, más que ofrecer informaciones, proporcionan un espacio familiar global, una realidad virtual que da al público interpretaciones creíbles sobre problemas sociales tan complejos como el terrorismo. Estas interpretaciones se convierten en conocimiento compartido o en una comunidad de experiencias para una sociedad determinada.

La estética de la violencia en los medios de comunicación social y su consecuente efecto de desaparición del acontecimiento real en un acontecimiento virtual y discursivo, es un ejemplo, que expresa la posición discursiva e ideológica privilegiada de los medios. Dicha posición privilegiada provoca que los grupos deseen acceder a los medios para popularizar, institucionalizar y, claro, imponer su estética con el fin de asegurar la autoridad y legitimidad de sus acciones y de su posición social. Es así que la estética de la violencia y su articulación en las imágenes del 11 de septiembre o del 11 de marzo son producto de una competencia en el mercado de los discursos, en la que el grupo ganador capitaliza el poder de producción, circulación y consumo de los discursos (Foucault 2002).

4
La estética como elemento constructor en las noticias del 11 de septiembre y el 11 de marzo

La estética como instrumento constructor de las representaciones gráficas de las víctimas del 11 de septiembre y el 11

de marzo son textos visuales subjetivos y personales. El encuandre, la inclusión (el caso de la prensa española) o exclusión (el caso de la prensa americana) de las imágenes de las víctimas remite a una decisión del fotógrafo a su representación personal del acontecimiento. Por otro lado, la estética que articula las imágenes y la carga semántica que involucra está influida por una estética social y cultural controlada por las ideologías (creencias: [conocimientos y opiniones o actitudes sociales]) y los discursos de aquéllos que ejercen control sobre la producción del capital cultural y económico. La estética como elemento de poder discursivo e ideológico, como sugiere Foucault, prohíbe y excluye aquéllos elementos que contradicen el discurso de poder (la memoria social constituida por ese discurso) e incluye los que lo legitiman. Al examinar cientos de imágenes del archivo de noticias de periódicos en la primera semana del en el espacio virtual sobre el 11 de septiembre[2] por un lado y por otro se examinaron decenas de portadas de distintos periódicos españoles sobre el 11 de marzo[3]. De la lectura se puede observar claramente, que acontecimientos similares, un ataque terrorista, son representados de manera diferente. En las portadas del 11 de septiembre y el 12 de septiembre de los periódicos *Newsday, Daily News, The Free Lance Star, San José Mercury News, Tulsa World, The News Tribune, The Tampa Tribune, Tallase Democrat, Tribune, The*

[2] Aunque se examinó el universo de periódico incluimos sólo una muestra. Éstos son: *Newsday, Daily News, The Free Lance Star, San José Mercury News, Tulsa World, The News Tribune, Tallase Democrat, Tribune, The Tampa Tribune, The Tennessean*. Disponible en: <http://www.september11.news.com/USANewspaper.htm>. Acessso em:12/3/2005.

[3] Entre los periódicos examinados están: *La Razón, El País, Diario de Navarra, Expansión, Heraldo, El Diario Montañes, El Diario Vasco, Diario de Sevilla, Avui, El Correo, El Heraldo, La Vanguardia, ABC, Norte de Castilla, El mundo, La voz de Galicia*. Disponible en: <http://www.11demarzo.bitacoras.com/archives.html>. Acessso em: 12/3/2005.

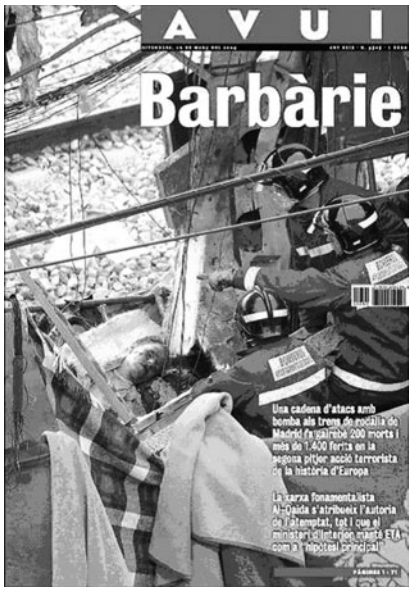
Tennessean se presenta la imagen recurrente de los aviones chocando contra las torres o las torres envueltas en llamas a punto de colapsarse o colapsadas acompañadas de titulares como: "The first war of 21st century", "America attacked", "It's war", "Attack", "Acts of war".

La estética de la violencia empleada por la prensa estadounidense para representar los acontecimientos del 11 de septiembre destaca el viejo modelo del imaginario estadounidense del ataque a la nación norteamericana como acto de guerra. Imaginario construido desde finales del siglo XIX en las novelas de ciencia ficción por entrega de la prensa escrita, dónde se presentan ataques a las ciudades estadounidenses como inicio a un conflicto bélico. Ese imaginario que se ha fortalecido y extendido su proyección en términos virtuales ha conformado el referente principal de interpretación del conflicto bélico, el terror para los estadounidenses. Para controlar algún tipo de reacción adversas por parte de los estadounidenses sobre los ataques terroristas, ya que era la primera vez que Estados Unidos experimentaba este tipo de ataque en su territorio nacional, ese conjunto de acciones inesperadas fueron enmarcadas en una estética de la violencia ya conocida, y no costaba mucho, ya que el único referente conocido por los estadounidenses era la estética de la violencia de los medios en la que se ha enmarcado todas las crisis y conflictos bélicos en los que ha participado y los que posiblemente participará. La filmografía estadounidense en repetidas ocasiones ha mostrado un simulacro del 11 de septiembre y es ese marco el que se emplea para articular la estética, la representación del evento. Ese modelo pre-codificado-estético se evidencia en la desaparición virtual de las víctimas del desastre. En ninguna de las portadas examinadas se muestra cadáveres o heridos en la zona del desastre. En este sentido, la destrucción del edificio desplaza a las víctimas. De ellas se sabe muy poco, escasos nombres

o las fotos que presentan sus familiares. Este control sobre el cuerpo incluso después de muerto es muy característico de la estética estadounidense. La década de los ochenta y noventa en los Estados Unidos se caracteriza por la intensificación sobre el control estético de los cuerpos. Control sobre su limpieza, forma, volumen y aparición. La guerra en el Golfo Pérsico de 1991 es prueba de ese control sobre el cuerpo, en el enemigo y las víctimas civiles son desplazadas por pequeños puntos que explotan en el monitor de la pantalla. La estética de la violencia urbana como la internacional en la que se involucra los Estados Unidos presenta características contradictorias. Es prohibido, en la estética de la violencia mostrar la violencia urbana y sus consecuencias (muerte, desolación) cuando es provocada por la autoridad. Por ejemplo, el caso de Rodney King. Aboliendo de esta manera el reconocimiento que el pueblo le da a la violencia procedente del estado. Por otro lado, es prohibido mostrar en la estética de la violencia internacional cadáveres del nosotros (estadounidenses). Si este ocultamiento del cuerpo en los hechos del 11 de septiembre es evidente, también se evidencia en las imágenes que a diario se reciben de Irak y en el ocultamiento por parte del gobierno de fotos sobre cadáveres estadounidenses. La muerte, las víctimas, aunque pueda provocar repulsión pública siempre en la estética de la violencia estadounidense la encarna la alteridad. La encarnación de la alteridad como víctimas se posibilita debido a la deshumanización con la que el discurso de los medios estadounidenses ha representado a esa alteridad. Víctimas que pertenecen a un mundo peligroso, lejano y fanático que nada tiene que ver con nosotros, Estados Unidos.

Respecto a las imágenes en las portadas de los periódicos españoles cabe destacar que contrario a los periódicos estadounidenses si se presentan imágenes de las víctimas,

cuerpos (cubiertos o no cubiertos) dentro del tren, agrupados en bolsas negras y decenas de heridos en la zona del desastre. Periódicos como: *El País*, *ABC*, *El Correo*, *El Diario Vasco*, *La Voz de Galicia*, *El Mundo* destacan en las portadas imágenes sobre los cuerpos y los heridos acompañado de titulares que definen la acción como un acto de terror, una masacre o asesinato en masa. Este sentido lo recogen titulares como: "Infierno terrorista", "Infamia", "Matanza", "El dia de la infamia", "Masacre en Madrid".



El destaque de las víctimas en esta estética de la violencia responde a un discurso diferente, a una ideología e historia diferentes. El ataque en principio se da en un país (contrario a Estados Unidos) que ha conocido la violencia extrema por una guerra civil en la década de las treinta y una violencia terrorista por parte del movimiento separatista vasco ETA por décadas. Además, se da en un momento crítico para política externa e interna de España, próximo a unas elecciones presidenciales y además en una situación muy crítica respecto a la política internacional de España, la criticada participación del gobierno de José María Aznar en el conflicto de Irak. La presentación de las imágenes de las víctimas constituye un nosotros, los españoles, es decir que todos iban en ese tren (como posteriormente se indican en varias portadas de los periódicos).

La asociación de las consecuencias de la violencia en incidentes a gran escala ha desarrollado una metáfora del rehén en la sociedad occidental. Esa metáfora, por el

terrorismo, del mundo como rehén, se ha matizado de maneras distintas en los discursos mediáticos estadounidenses y españoles. En el caso de los Estados Unidos, es el 11 de septiembre el primer acontecimiento de violencia a gran escala en su territorio desde la guerra civil estadounidense. Es prohibitivo para el discurso oficial (entiéndase el estado) y su discurso consensual (el periodístico) evidenciar a través de las víctimas (muertos y heridos) en la zona que son débiles y están a la merced de la alteridad que por mucho tiempo ha sido el rehén principal de Estados Unidos. En la estética de la violencia estadounidense enmarcada en la virtualidad de lo mediático es imposible mostrar las consecuencias de un acto violento, las víctimas, que muestran dos cosas: primero que no se puede mostrar la debilidad ni que se está a la merced del raptor, que son rehenes del odio y el terror; segundo que esa situación de violencia y muerte es producto directo de las acciones políticas de los Estados Unidos debido a sus elucubraciones políticas con el raptor o victimario. Respecto a la estética de la violencia construida por la prensa española, la evidencia de las víctimas responde a otra realidad. En principio se genera en una sociedad que por décadas ha sido rehén del terrorismo y la violencia política, y ante esa violencia ha generado conciencia de un nosotros solidario y activo, muestra de ello fue la marcha multitudinaria en Madrid, un día después de los atentados. Si el principio mencionado evidencia la psicología social de un pueblo respecto al terror, lo mas incisivo que puede explicar de manera más contundente el mostrar las víctimas es el contexto político de ese momento. Se constituye en un contexto de una crítica acérrima al gobierno de Aznar debido a su participación en el conflicto de Irak por parte de muchos sectores de la sociedad española incluyendo la prensa. En este sentido, las víctimas son evidencia de

las consecuencias de una política internacional que tenía muchos detractores. Es decir, "nosotros" hemos pagado el precio de una política con la que no estábamos de acuerdo. Esa asociación, que al principio el gobierno intentó hacerla los terroristas de la casa ETA, se fortalece ante el mensaje de reivindicación por los atentados enviado por el Al-Qaida. El contexto de continua violencia terrorista en el que ha vivido y vive el pueblo español, la crisis discursiva respecto a la participación de España en Irak mucha de ella proveniente del discurso mediático constituye una estética de la violencia que evidencia imágenes contundentes del terror que denuncia las malas decisiones del gobierno. La virtualidad de las imágenes y el tiempo de un discurso acusador de la prensa, evidenciado en las portadas examinadas, resultó pocos días después del incidente, la pérdida de las elecciones del Partido Popular Español.

5
Conclusión

Es evidente que la estética de la violencia mediática responde a discursos e ideologías definidas y que inciden en los conocimientos, actitudes y acciones de los consumidores de los medios. El examen de las imágenes portadas estadounidenses muestra una ideología y discurso definido por la uniformidad y consensualidad con el discurso oficial. Imágenes en las que la destrucción es asociada con una acción externa, de la que no tenemos culpa claro, que debe vengarse. El discurso que subyace en la estética de la violencia estadounidense premia la espectacularidad de la destrucción, la futura venganza y desplaza a las víctimas visualmente y virtualmente inexistentes. Por otro lado, el discurso que subyace en la estética de la violencia de la prensa española estudiada denota una posición en la que a

través de las imágenes produce identificación con los lectores, "esas víctimas somos nosotros" y su muerte es el resultado de malas decisiones políticas.

REFERENCIAS

BAUDRILLARD, J. *Pantalla total*. Barcelona: Anagrama, 2000.

FOUCAULT, M. *El orden del discurso*. Barcelona: Fabula Tuquets, 2002.