



# La tecnología y la batalla de la libertad

**Difundir la más amplia información en el más corto espacio de tiempo ha sido la meta que ha guiado la historia de los medios de comunicación en este siglo, que concluye con el riesgo de la concentración empresarial**

Satélite del Instituto Stanford buscando señales de la sonda Mars Polar Lander, en una imagen de enero de este año. En la página opuesta, una joven de principios de siglo escucha el moderno invento de la radio (AGA, Prensa Gráfica Nacional).

**Justino Sinova**

Periodista. Profesor de Teoría de la Comunicación Universidad San Pablo CEU

**L**A EVOLUCIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN social en el siglo XX es la crónica de dos aventuras: la lucha contra el tiempo y la liza contra el control político de la información. La primera, que obtiene resultados espectaculares, es un esfuerzo profesional para acortar el plazo temporal entre el hecho y su conocimiento. La segunda, que está inconclusa, es un desafío periodístico y jurídico para obtener autonomía profesional que permita ofrecer información veraz de todo lo importante que ocurre.

En esta doble pretensión –difundir la más amplia información en el más corto espacio de tiempo– está contenida toda la historia de los medios de comunicación en un siglo acelerado, convulso y apasionante. Una historia que a fin de siglo tiene que enfrentarse a otros problemas, como el que plantea el proceso de concentración empresarial en medio de ese ciclo histórico que se ha llamado globalización.

El progreso tecnológico ha producido en los medios de comunicación un cambio impresionante. Cuando empieza el siglo, la Prensa escrita es el único medio al alcance del ciudadano. El periódico diario ha cumplido entonces casi doscientos años pero su evolución, comparada con lo que va a llegar, ha sido muy lenta. El *Daily Courant*, primer diario de la historia, nace en Inglaterra en 1702, y el primero que aparece en España, el *Diario Noticioso* –que lleva en realidad este premioso título: *Diario*

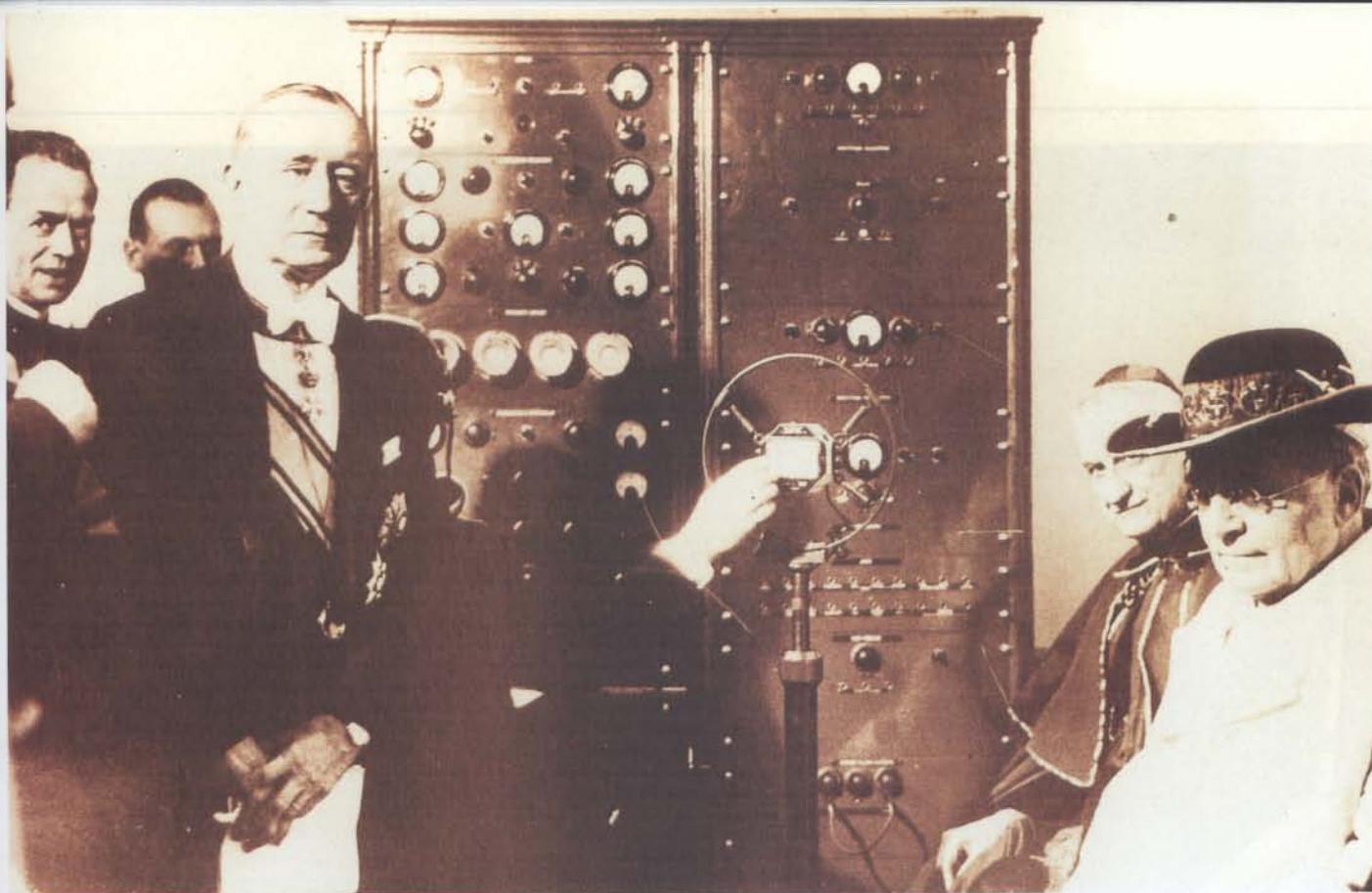
*Noticioso, curioso-erudito, comercial, público y económico*–, lo hace en 1758 de la mano de un inquieto emprendedor llamado Mariano Nipho. Es un siglo después, a partir de 1850, cuando empiezan a proliferar los periódicos por todo el mundo y en 1900 hay ya ejemplos notables de una Prensa innovadora, que incorpora la fotografía informativa, que empieza a desplazar a los periodistas a los lugares de la noticia, que se esfuerza en ofrecer piezas literarias y que inicia una evolución en el diseño.

Esta Prensa de comienzos de siglo muestra más preocupación por influir sobre el lector, con diversas intenciones, que por ofrecerle una visión adecuada de la realidad. Es el momento en el que se desarrolla lo que luego se llamará periodismo amarillo y es también la edad de oro del periodismo de partido. El amarillismo había nacido de la mano de un empresario megalómano, William Randolph Hearst, que llega a encarnar el tipo de periodista sin escrúpulos para quien la realidad es un inconveniente. Hearst revolucionó las técnicas informativas y gráficas, y en esta parcela ejerció una gran influencia en la renovación de la Prensa, pero puso sus periódicos a su servicio personal, que era lo único que le interesaba. El periodismo de partido –periódicos al servicio de una ideología, órganos de instituciones políticas– ha llenado una amplia etapa del siglo XX, pero ha acabado desapareciendo en beneficio del periodismo informativo. Hoy un periódico de partido en Europa y América es simplemente (y afortunadamente) una reliquia.

El periodismo informativo es la gran novedad de mediados de siglo, complementado o perfeccionado posteriormente con lo que se ha conocido como pe-







riodismo de explicación. El fermento del periodismo informativo es la aspiración humana por la libertad de expresión, que en 1948 se completa eficazmente con la proclamación del derecho a la información. Pero hay también una causa técnica que ayuda al progreso de la información: el desarrollo tecnológico, que alumbra el nacimiento de nuevos medios. Durante el siglo XX se produce una revolución tecnológica que permite la aparición y el desarrollo acelera-

**Marconi ante el papa Pío XI en la inauguración de Radio Vaticano, mientras un mano anónima hace las últimas pruebas al micrófono.**

do de nuevos medios de comunicación, que ponen en poder del ciudadano un conjunto de información que unos pocos años antes no había podido ni siquiera imaginar.

### La llegada de la radio

En la primera mitad del siglo XX, el hecho que empieza a conmocionar el panorama de la comunicación es la aparición de la radio como medio in-

## El siglo de la imagen

**Felipe Sahagún**  
*Profesor de Relaciones Internacionales*  
*Universidad Complutense*

**L**a gran mutación internacional del siglo XX, el salto de sociedades particulares a una sociedad mundial, fue posible gracias a la descolonización, la revolución tecnológica, las comunicaciones y la explosión demográfica.

Con la imprenta, nació el Estado-nación y llegaron la alfabetización de las masas, los periódicos y la opinión pública. Con el telégrafo, en el siglo XIX, se revolucionaron las comunicaciones civiles y militares, y la organización de ejércitos y gobiernos.

Con los medios audiovisuales, la palabra y la imagen adquieren en el siglo XX una fuerza igual o más decisiva que las armas más destructivas. Las democracias y las dictaduras de élites se convierten en democracias y dictaduras de masas. Y el poder, identificado durante siglos con la tierra y luego con la industria, ha pasado a depender de la información.

Casi todos los medios han necesitado de la guerra para alcanzar su plena madurez. La fotografía se estrenó en la guerra civil norteamericana. El telégrafo fue el «rey» en la Guerra de Cuba.

Nacida pocos años antes, la radio echó a andar en la Primera Guerra Mundial, comenzó a internacionalizarse a finales de los años 20 y, en manos de

Roosevelt, Goebbels y Stalin, cambió la historia en la Segunda Guerra Mundial.

Con la ayuda del transistor, democratizó la política e igualó clases, liberalizó economías y despertó conciencias, multiplicó el poder de manipulación y, desde Berlín a Sudáfrica, ayudó a derribar muros que parecían indestructibles.

Mezclando educación y diversión, propaganda y miedo, desde la Primera Guerra Mundial los Gobiernos y sus Estados Mayores han utilizado el cine para fabricar ilusiones, generar lealtades, sembrar temores y, sobre todo, personalizar el liderazgo con rostro humano.

La televisión, por último, heredó lo mejor y lo peor de los medios que la antecedieron. Herbert Hoover, en abril del 27, fue el primer político que habló por televisión. Eisenhower estrenó las conferencias televisadas. Hasta John Kennedy no se empleó para transmitir información oficial. Corea es la primera guerra televisada y Vietnam, la última cubierta en libertad por el nuevo medio.

Con Internet y la revolución digital, llega la convergencia y nace un nuevo animal. Como los anteriores, se utilizará para hacer la paz y la guerra, crear y destruir, dirigir o ser arrastrados. Cada nuevo medio trae oportunidades y amenazas. De los humanos depende aprovechar las primeras y evitar las segundas.