

## HERRAMIENTA Y CAMBIO. PRENSA Y SOCIEDAD

ANTONIO R. DE LAS HERAS

Las técnicas de los medios de comunicación y su influencia entran dentro del fenómeno más amplio de la herramienta en general a partir de la Revolución Industrial. Entre la sociedad y la naturaleza se encuentra la herramienta, que transforma tanto a la naturaleza como a la sociedad. Por ejemplo, las herramientas de la comunicación transforman el espacio y el tiempo, reduciéndolos, así como, en algunos casos, también el paisaje, alterándolo. Pero el fenómeno de la herramienta con la Revolución Industrial es que ésta evoluciona, se multiplica, se diversifica de una forma impresionantemente intensa. Una auténtica explosión de la herramienta, con cada nueva aparición de una herramienta se producen transformaciones más o menos significativas en las otras herramientas, en la sociedad, en sus individuos y en el entorno natural.

El siguiente grafo quiere recoger de una manera esquemática el fenómeno de este crecimiento sostenido y acelerado en sus interrelaciones.

Una invención «sale adelante», deja de ser sólo una patente cuando se hace sobre ella una inversión económica para desarrollarla y aplicarla. Esta inversión viene motivada, las más de las veces, por la misma visión y cálculo de rendimientos que cualquier otra inversión lucrativa.

La explotación de la herramienta puede tener influencia en el sistema económico, social, político, cultural, en el individuo y en el entorno natural. Producirá transformaciones.

Se cierra el ciclo económico cuando esta herramienta se consume como producto.

Se reactiva el ciclo con nuevas inversiones que pueden llevar a innovaciones y perfeccionamientos, y a la creación de nuevas herramientas. Se abrirá de nuevo el ciclo, repitiéndose una y otra vez.

Una segunda influencia de la herramienta sobre los distintos sistemas. La influencia no queda solamente limitada a una serie de transformaciones, sino también hay un rasgo fijo de esta influencia para toda herramienta: se hace imprescindible. La sociedad, el sistema económico, etc., no pueden prescindir ya de ella. Pero si bien es imprescindible, no es por ello insustituible. No se puede dejar ya una herramienta, pero se puede sustituir por otra competitiva (Toda política, todo programa para intentar arrumbar una herramienta sin tener otra que por «competencia» la sustituya, cae en el fracaso).

La acción de nuevas herramientas provoca el envejecimiento prematuro de las anteriores.

El resultado es que se produce un fenómeno de obsolescencia, cada vez más acusado por el crecimiento exponencial de nuevas herramientas.

Una nueva influencia de la herramienta —la tercera— sobre la sociedad y la naturaleza, esta vez a causa de ser obsoleta, produce disfunciones en los sistemas.

Este problema de la herramienta obsoleta estimula a su vez la búsqueda de nuevas herramientas, que permitan superar a las anteriores y resuelvan los problemas que la obsoleta está creando.

Con estos tres ciclos que hemos trazado, relacionados a su vez entre ellos, se pueden esquematizar los bucles que posibilitan el crecimiento sostenido, exponencial, de las herramientas. Cada uno de ellos y los tres interrelacionados estimulan el crecimiento en número de las herramientas produciendo un efecto multiplicador y acumulativo. Y consecuentemente una sociedad en cambio permanente, en continuo reajuste.

Un rasgo, pues, fundamental de la contemporaneidad vista desde el efecto de la herramienta sobre la sociedad. Unas herramientas en constante cambio y diversificación. Cambio y diversificación activados, sostenidos y acrecentados por, al menos, estos tres ciclos interrelacionados que recoge el grafo.

. . .

Estas reflexiones teóricas previas las vamos a adecuar a un caso concreto: la acción del telégrafo sobre la prensa y las transformaciones que origina en ella, y como consecuencia de estos cambios en la prensa la repercusión que tienen en la sociedad. Además esta acción del telégrafo se multiplica e intensifica hasta nuestros días por la producción de otras nuevas herramientas de comunicación: teléfono, teletipo, telefotografía, telemática, etc. Hasta llegar un momento, el actual, en el que las recientes invenciones provocan una muy rápida obsolescencia de estas herramientas y la consecuente crisis de la prensa escrita, la cual debe buscar un camino de transformación que desarrolle otras potencialidades, otras posibilidades o desaparecer.

## LAS HERRAMIENTAS

El telégrafo va a tener un primer impacto en los medios financieros, pues va a permitir a las bolsas, bancos e industrias, el conocimiento rápido y extenso de las cotizaciones en otros mercados del dinero, lo que facilita las tomas de decisión. El telégrafo atrae, pues, fácilmente la atención del capital. De todas formas hay que hacer notar que el primer telegrama data del 24 de marzo de 1844. Pero el invento de Morse no llega a encontrar hasta años más tarde las financiaciones que necesita para desarrollarse como herramienta en la sociedad. Ni el gobierno americano, ni el británico ni el francés apoyaron en un primer momento el invento.

Algo semejante encontraron A. Graham Bell y T.A. Watson hasta que consiguieron ver instalada la primera línea exterior telefónica en abril de 1877, pues sus colaboradores financieros estimaban más rentable para sus inversiones el que siguieran el proyecto de lo que llamaban Bell y Watson «telégrafo armónico», en vez de intentar el transmitir la pa-

labra a través de un hilo.

## LAS AGENCIAS

El telégrafo va a permitir transmitir no sólo cotizaciones, sino otros acontecimientos (noticias, avisos de socorro, etc.). En lo que nos interesa, las noticias, van a afluir rápida y abundantemente estimuladas por las agencias que se crean y que transforman la noticia en un producto que se elabora (corresponsales), acumula (stock diario de las agencias de noticias) y se vende (compra de noticias por los periódicos), para terminar siendo consumida por el lector.

El resultado ya no es solamente la definición del diario de información general, que cumple la función de canal de transmisión de la información diaria, sino, y esto es quizá más importante, que este canal va a perturbar la noticia. Veamos cómo.

## LAS TRANSFORMACIONES EN LA PRENSA

La noticia como producto de consumo va a afluir en gran número a los periódicos a través de estas agencias de prensa, y cada vez facilitada más esta afluencia por otros medios de comunicación que se desarrollan a partir del invento del telégrafo. Como consecuencia, el periódico debe cambiar sus formatos de presentación de las noticias: aparece el gran titular, el titular que rompe los límites de una o dos columnas, para presentar la noticia importante. Se rompe el esquema tipográfico tan rígido de las columnas.

La aparición del gran titular se da en los años de la Primera Guerra Mundial, y con motivo de estos acontecimientos perturbadores para el mundo se encubre la verdadera causa de esta aparición, pues se puede pensar que son estos acontecimientos de tal magnitud los que hacen que cambie la presentación de las noticias. Es, sin embargo, el número creciente de noticias, el «exceso de información», producido por estos avances técnicos lo que origina el cambio. El tratamiento «superficial» de las noticias, encerradas en columnas, hace que el gran número de noticias que debe recoger ya el diario lo convierta en un periódico muy pesado, con un exceso de llamadas de atención al lector (titulares), todas prácticamente con el mismo tratamiento «superficial» (dentro de una columna). Un periódico así se cae de las manos, se convierte en un boletín, en un anuario telefónico.

En España podemos comprobar cómo «El Sol» inicia su andadura, 1.º de diciembre de 1917, ya con grandes titulares y una gran variedad tipográfica. Sin embargo por esas fechas «El Socialista» sigue con el formato rígido de columna y sin grandes titulares. Y es que pesan considerablemente las limitaciones técnicas ante las innovaciones.

Veinte años antes «El País» ya mostraba un gran titular encabezando su primera página. Pero bajo él todo continuaba de acuerdo con el formato de columna; no podemos, por tanto, considerarlo innovador en esos años.

Se puede observar cómo el número creciente de noticias recogidas por el periódico se va extendiendo desde, generalmente, un rincón de la última página, en donde se encontraban confinadas y muy escuetas en una sección que llevaba títulos como «Últimas noticias por telégrafo» («El Imparcial», 1894), o «Servicio telegráfico extranjero» («El

País», 1894), a las demás páginas y haciendo retroceder el artículo. Se llega a inundar la primera página con un número, que podríamos determinar excesivo, de noticias: en 1912 «El Imparcial» recoge en su primera página 14 noticias, en valor medio, y «El Sol» 13 noticias en 1917. Pero a medida que se va imponiendo el gran titular y se acaba con el formato de columna, el número de noticias que se recogen en la primera página decrece a la vez que aumenta el número de páginas para canalizar el flujo creciente de información. Así «El Liberal» en 1899-1901 tiene una primera página con un valor medio de nueve noticias, que aparecen con titulares ocupando una superficie muy semejante para cada una de ellas. En 1934, este mismo periódico recoge entre cuatro y cinco noticias en su primera página y con un tratamiento superficial muy desigual entre ellas.

Es este exceso de noticias el que impulsa a que la redacción del periódico introduzca una forma de valoración «en superficie» de las noticias para resaltar unas, disminuir otras y anular otras (superficie cero). El titular, en su extensión, es un primer e importante condicionador del lector: atrae su atención, y valora la noticia.

Así pues, el exceso de noticias hace que el diario reduzca la información a través de la valoración «superficial», cuya primera manifestación es la extensión del titular.

El diario no es un canal neutro que transmite noticias de la agencia al lector, sino que ya introduce una primera perturbación antes de leer el periódico, sólo por el distinto tamaño del titular de sus noticias, y que condiciona al lector pues le presenta una imagen ya valorada (valorada «superficialmente») de los acontecimientos del día.

Cuando el titular no ha roto aún los límites de la columna y tipográficamente destaca muy poco, el lector realiza sobre este tipo de periódico una lectura que podríamos denominar de «lanzadera», pues comienza por la columna de la izquierda, de arriba a abajo, para subir luego a la siguiente columna, y así sucesivamente hasta acabar la página. Con la introducción de los grandes titulares, cuando se rompe la dimensión de la columna, el lector va saltando de noticia en noticia a través de los titulares, y bajo la sugerencia de sus tamaños. La primera es una lectura lineal, unidimensional, y la segunda es en el plano, bidimensional.

(El pequeño periódico no puede mantener esta dependencia económica con las agencias de noticias. Desaparecen, mientras los fuertes aumentan sustancialmente el número de sus páginas, de sus secciones, y el desarrollo de la red viaria les permite ampliar su radio de distribución).

La aparición de periódicos potentes y la desaparición progresiva de los pequeños, el desarrollo, en general, de la prensa va a terminar con una sociedad disgregada en núcleos de comunicación muy reducidos y casi cerrados. Pero a la vez estos medios de información van a producir otro fenómeno en la sociedad contemporánea.

## LA INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD

Hasta estos momentos un acontecimiento recorría el seno de la sociedad por los canales orales, la repetición, la concentración de los oyentes, etc., con poca alteración: la comunidad recibía con cierta uniformidad el mensaje. En la sociedad contemporánea, en cambio, se produce un fenómeno distinto: la información discurre alterada en el seno de

la sociedad. Es decir, la noticia de un acontecimiento transmitida por los canales de la prensa llegará alterada al receptor. Un determinado sector de la sociedad que utiliza para informarse un determinado periódico recibirá la noticia de un acontecimiento hipervalorado «superficialmente», otro sector de la población encontrará la noticia en su canal tratada en superficie igual que otras y menos quizá que otras noticias, y para otro sector de lectores, con otro periódico como canal, puede ser que la noticia no llegue a ellos (superficie cero). La noticia de un acontecimiento no se difunde homogéneamente en la sociedad. La «realidad» se percibe, a través de la prensa, multifraccionada y deformada, según el canal.

El lector de «El Debate» y el lector de «El Socialista», por ejemplo, tenían una visión muy distinta de la misma información diaria que llegaba de las agencias. Y como ya en otros trabajos hemos expuesto, es comprobable que esta alteración relativa de la información entre dos o más periódicos fluctúa, y las variaciones están en relación con el nivel de estabilidad que tenga esa sociedad en un determinado momento.

## LA OBSOLESCENCIA DE LAS HERRAMIENTAS

El proceso de la prensa ha ido hacia la concentración, hacia el gigantismo. Del sin número de periódicos decimonónicos de cuatro páginas proliferando por todas partes y sirviendo de portavoz a las ideas de un notable se ha ido pasando a las grandes empresas periodísticas y a los grandes diarios de noticias. Ha sido constante el deterioro y extinción de los pequeños periódicos y el acrecentamiento de los grandes. Todo parecía indicar que se marchaba hacia una especie de periódico mundial.

El periódico de información general, que comienza su desarrollo espectacular por la influencia de la invención del telégrafo y mantenido este desarrollo por otra serie de invenciones en esta línea, muestra en estos años una clara disfunción por la aparición de otras herramientas que condenan a la obsolescencia a aquellas sobre las que se fundaba la edición del diario. La quiebra económica es el primer resultado que sale de esta obsolescencia. El periódico debe renovarse tecnológicamente de arriba a abajo para poder continuar. Pero es más, nuevas herramientas hacen que las cosas no sigan como antes para el periódico, aun pasando por la renovación total. Un haz de herramientas que potencian los flujos de información en la sociedad hace que el soporte del papel sea ya inadecuado para canalizar la intensidad de los mensajes. Frente a la radio, la televisión, el videotex, y el teletex, el diario, que fue hasta hace poco principal canal de la información, está reorganizando su función, una nueva función, que ya no es el de eficaz transmisor de noticias, de la misma manera que antes realizó su transformación de periódico de opinión a periódico de noticias.

Si la televisión y en especial la radio han conseguido difundir las noticias más rápidamente y presentarlas constantemente actualizadas; superando así las limitaciones físicas de la prensa escrita, la más reciente tecnología, videotex y teletex, permite que el receptor pueda disponer de un stock inmediato de noticias, ya no sólo constantemente actualizado, sino lo menos elaborado posible y al que puede acceder de forma selectiva. Se podrá superar de esta manera la influencia que la estructura del propio canal, el periódico

de información general, ejerce a través de la necesaria valoración superficial de la noticia, tal como hemos expuesto líneas arriba.

Todo indica que se va a pasar de una sociedad de la información a una sociedad de la comunicación. Hay información cuando el flujo tiene un único sentido, parte de un emisor y alcanza un receptor. La comunicación se realiza cuando se dan flujos en los dos sentidos. El desarrollo de las herramientas ha posibilitado abrir grandes canales de información durante estos últimos cien años, las nuevas herramientas anuncian ya medios cada vez más eficaces para la comunicación. Con relación a esto es interesante señalar que la comunicación se dará en ámbitos más reducidos, dentro de los cuales la información circulará intensamente y no sólo en un sentido. Las herramientas de información han roto los aislamientos, y en su desarrollo espectacular han llegado a un gigantismo que ha sofocado lo pequeño. Por el contrario, las herramientas de comunicación recuperarán lo pequeño como marco ideal para los fenómenos de comunicaciones, sin que decir pequeño quiera suponer cerrado.

Del telégrafo a la telemática, una gran cadena de invenciones, desplazándose entre ellas, originando magnas transformaciones en todos los órdenes, y acelerando los cambios en la sociedad.

# **HERRAMIENTA Y CAMBIO. PRENSA Y SOCIEDAD**

**Pág. 225** El grafo a que se hace referencia en esta pág. se encuentra en la pág. 166.