

INTRODUCCIÓN

La historia de la comunicación es una actividad social. La transmisión a gran escala es una ventana abierta al mundo, que nos da un conocimiento de la realidad y de sus cambios. También hay que tener en cuenta el tema de la persuasión y la publicidad (Williams habla de la estrecha relación entre poder e información).

Las líneas de operación son el moverse en un sistema establecido de mercado. Dependiendo de las características de las audiencias, los medios adquieren un determinado formato. Los medios según Williams son productores o reproductores de la realidad, pero también debe tenerse en cuenta la ficción (medios audiovisuales, propaganda,...)

El término Comunicación de masas fue acuñado por Wiener. Nos interesa el modo en que se llevó a cabo la evolución de dichos medios, no sólo en el ámbito lingüístico, sino como un mundo más allá del pensamiento. A la vista de la producción actual, es el periodista el que está conformando esa historia de la comunicación social.

La comunicación es simultánea al acontecer histórico: la historia de la comunicación hay que entenderla como un devenir; es un proceso de producción y reproducción que pretende dar la vuelta al planteamiento histórico desde el punto de vista económico todo influye a nivel humano, ya que el hombre es cada vez más conocedor de una aldea global.

- EDAD ANTIGUA: toda la información se recibe a través de un filtro, el de la Iglesia católica, que impuso un sistema teocrático. Era necesario hacer un estudio de los manuscritos.
- SIGLO XVI: se pasó de la escritura manuscrita a la imprenta.
- SIGLO XVII: aparecen las primeras formas periódicas y los que serán pronto los medios audiovisuales. Se hace también la primera distinción entre información y comunicación.

TEMA I: Aproximación al concepto de historia de la comunicación social

La comunicación es, según Williams, una ventana al mundo. Este autor ve la relación entre medios de comunicación y poder. Los medios tienen efectos cuantitativos y cualitativos. Dependiendo de las características de los receptores, esos medios van adquiriendo determinados formatos. Williams ve que son productores y reproductores de la realidad. Williams dice que la comunicación es importante porque es la historia misma.

A la vista de toda la producción actual, es el periodista el que está transmitiendo lo que sucede en la historia actual. La comunicación es simultánea al acontecimiento histórico. Así tenemos la idea de la historia como un devenir. Los procesos de producción y reproducción hacen que Marx conciba que la historia es eminentemente económica.

La historia de la comunicación social es el estudio de las formas de comunicarse a través del tiempo. Hay que establecer diferencias entre información y comunicación, ya que en esta última existe el feed-back. Según Rosa Cal, la historia de la comunicación social podría definirse como la evolución y función de los medios en la articulación y configuración de una opinión pública. Esa opinión pública es una creación de los medios. Según Laguna y Martínez Gallego el primer objetivo de esta disciplina consiste en alejarse del relato memorístico (conocimiento erudito) y construir una historia total dentro de una historia sectorial.

Todos estos autores vinculan esta disciplina con el tiempo y la sociedad. Para nosotros es una ciencia que se ocupará del fenómeno de la comunicación social dentro de la actividad humana desde sus orígenes (la aparición de los primeros medios) hasta llegar a la evolución que adquieren en el siglo XX. Es un estudio

histórico que señala los medios de comunicación como un elemento decisivo en la sociedad.

Los conceptos principales de esta disciplina serán los de Información, Periodismo, Comunicación y Propaganda.

TEMA II: LA COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ANTIGUO EGIPTO

SINHUÉ EL EGIPCIO

- Trama/contexto histórico: La historiografía egipcia se la debemos a Manheton. La acción de Sinhué se sitúa en el primer tramo del Imperio Nuevo (siglo XIV a. C.). Pero la verdadera historia de Sinhué transcurre seis siglos antes, en el reinado de Akenaton primero. En las fuentes antiguas la historia termina gloriosamente, pero en la película no es así. Akenaton intentó imponer el monoteísmo y desplazar a la clase dominante de los sacerdotes.

Hay una lucha entre aristocracias antiguas y nuevas. Hay un par de personajes que representan la movilidad social: el hijo del quesero lo es en la película, aunque no en la historia real. Sinhué se pervierte, pero al final se arrepiente.

- Religión egipcia: Estaba basada en el politeísmo. Se adoraba a los astros, al Nilo,... Pero en la época de la película hay una serie de cambios. Antes sólo los más importantes podían aspirar a una tumba. Sinhué dice que sólo los esclavos no la tienen. El templo, por otra parte, cambia porque entran todo tipo de ciudadanos a una nave. Sinhué es muy escéptico, y lo pagará caro.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL EN EL ANTIGUO EGIPTO

- ESCRITURA: evoluciona hacia el ideograma. Las clases bajas no tenían acceso a la escritura; es la escritura hierática. La escritura tenía un carácter sagrado.
- TRADICIÓN ORAL: así es como se transmitió la historia de Sinhué.

TEMA III: EL MUNDO CLÁSICO

En esta época hay una nueva concepción del mundo y la sociedad.

BASES COMUNES

- Desacralización: ahora el hombre es el centro del mundo, no los dioses. Pasa por una serie de ciencias y artes que se dedicaron a estudiar la figura humana, como la política y la retórica.
 - Racionalismo: mediante el desarrollo del intelecto se da lugar a la filosofía.
 - Escritura: con la invención del alfabeto, cada vez pueden acceder más clases a la escritura; la transmisión de información se hace por la lectura.
 - Concepción humanista: nace del núcleo del conocimiento. Se toma al hombre como el centro de todas las cosas.
- Todo esto surge debido a que en Grecia existía una fuerte estructuración (social, militar,...) en pequeños núcleos, siempre en torno a la polis, que incluye:

El hombre griego es, ante todo, un contribuyente, y por lo tanto tiene el derecho de elegir las instituciones que le representarán, de forma democrática. El Ágora es el punto de reunión de la comunicación pública dentro del modelo democrático.

- Ley : es la garantía de un orden moral. Es un derecho natural frente a los derechos de los hombres (derecho

positivo). Dentro de ley, tenemos dos polis muy diferenciadas: una de carácter democrático –Atenas–, y otra de carácter oligárquico –Esparta–. Atenas tiene sus fuentes jurídicas en la persona de Dracón y Solón.

- Centro de los marcos: todo esto siempre dentro de una sociedad esclavista. Las leyes determinan como es un individuo, que se divide en hombres libres y hombres no libres (esclavos).
- La constitución: como ley y polis, es un régimen universal, puede ser de varios tipos. Existen muchas clasificaciones: de filósofos, estudiosos,... Según Herodoto (el padre de la historia), señala, junto con otros autores, que hay tres sistemas de constitución:

La Democracia era el régimen ideal en los núcleos sofistas, aunque también puede ser peligrosa si se administra mal, ya que podría dar lugar a la anarquía o la demagogia. Hay un gobierno del cuerpo cívico. El ser ciudadano es, sobre todo, una función. Se accedía a la ciudadanía a través de la educación. El poder de la Asamblea estaba en manos de hombres libres. La Asamblea se dividía en legislatura – se encargaba de hacer las leyes– y en judicatura –juzgaba a las personas acusadas de algún delito–.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DOMINANTES

La palabra oral cobra fuerza frente al auge de la escritura. La educación oral forma ciudadanos justos. La Educación tiene un carácter aristocrático. Hay una expansión del alfabeto y de soportes como la piedra o el papiro. Una gran aportación fue el acceso de los esclavos a la educación a través del contacto con sus amos.

La sociedad espartana, en cambio, es cerrada, aristocratizante, que se nutre y aprovecha de la actividad de los esclavos y comerciantes. En Atenas, sin embargo, se va creando una cierta burguesía. Hay una educación secularizada para la juventud. Los sofistas propugnan una juventud que rechaza instituciones básicas, como la familia, las tribus o el matrimonio. Existe una formación de carácter oral y escrito. Aparece también el primer soporte de la educación: el libro. Sin embargo la oralidad es preferida para la educación elitista. Aparecen la oratoria y la retórica, que fueron cultivadas por Platón y Sócrates, que conforman el arte de la palabra. También sigue habiendo un dominio de lo visual y el espectáculo se conforma como medio de comunicación para las clases bajas.

Hay que distinguir dos etapas en comunicación en Grecia:

- Época oscura (Siglos VII–VI) Homero y Hesíodo pertenecen a esta época.
- Época áurea (Siglos V–III) Es la época de la polis democrática.

Surgen filósofos que se rebelan contra la decadencia de esta polis (Platón, Aristóteles,...) Platón habla en sus teorías de las elites, de las clases medias, que son las que sostienen materialmente la sociedad, y los esclavos, a los que consideraba bárbaros en su mayoría.

TEMA IV: ROMA

En Roma convivían ciudadanos provenientes de muchas y variadas culturas. Julio César inaugura una propaganda de potenciación del sistema hasta llegar el imperio. Entonces la propaganda empieza a ser una propaganda de mantenimiento. En Roma también aparecen los primeros librerías, que incluían en su tienda a escritores y copistas. Aparecen en estas librerías los primeros esclavos que escriben. Hay publicaciones oficiales que se pagaban en las paredes del foro, donde se refutan los acontecimientos considerados importantes (acciones militares, bodas, divorcios,...)

PROFESIONES PERIODÍSTICAS EN ROMA

- NOMENCLATOS: esclavos presentadores de personalidades en entrevistas.
- ANUNCIADOR
- SUPROSTUNI: se ponía debajo de las columnas.

En el año 313 todo este conglomerado toca a su decadencia. Lo más importante en esta época no era la información, sino el dinero.

TEMA V: LA EDAD MEDIA

En la Edad Media conviven diversas sociedades,; existe un gran simbolismo, con lo que se consigue el temor del pueblo. La Edad Media se distinguirá por la palabra y el silencio. El señor feudal solía ser ilustrado, porque su función es la de cumplir el orden en el que está inscrito. Garantiza la seguridad de las otras clases.

Hay una dominación por los medios de comunicación orales y visuales, con un gran simbolismo: arte, cantares de gesta, un incipiente teatro, mitos.... Esta sociedad predomina durante siglos. Los clérigos monopolizan la escritura y el conocimiento. Dentro del clero también hay clase alta y baja. En la película hay una frase significativa del monje mientras haiga, que quiere demostrarnos que, pertenece a la clase baja del clero. Esta lengua vulgar es también la utilizada por los juglares. Los LABRATORES son los que mantienen a eclesiásticos y señores feudales. En la película Philip es uno de ellos, y tiene una rudimentaria cultura.

La catedral sería el lugar de preferencia del culto divino, y alrededor de ella se organiza toda la vida medieval, incluida la económica. Los estamentos del clero y la nobleza están representadas en Lady Halcón. La nobleza está representada de forma que se considera un género, pero un poco refinado, y ejercen el oficio de caballeros, excepto por ser proscritos. La lengua que se maneja es el romance.

En la representación del pueblo, por un lado está el pillastre que tiene posibilidades de ascender en la escala social, y por otro, una familia. Los campesinos son viles, rudimentarios. Se mueven mediante medios orales. Están alejados mental y sociológicamente de los protagonistas.

SÍMBOLOS: castillo, oraciones, libros, vestiduras del obispo,... La mujer puede representarse de dos maneras diferentes: como un ángel de belleza, víctima, etcétera, y por otro lado, objeto de concupiscencia. Esta película podría situarse a principios o mediados del siglo XIV. La clase clerical es la depositaria de las relaciones con las fuerzas sobrenaturales, con Dios, con la naturaleza, pero también con el diablo. Los astros marcan también la existencia de humanos y animales. Hay multitud de referencias bíblicas (el caballo se llama Goliath) Al final cada uno vuelve cada uno a su sitio y el orden se implanta otra vez: esto es un reflejo de los cantares de gesta.

En la Edad Media no se suele distinguir entre religión y estado. Como material de escritura, se usa desde el pergamino hasta la piel de vaca. En los siglos IV y V se van instaurando los códices. En el escritorio es donde los monjes crean códices. Desde el siglo IV se difunde el pergamino. La Edad Media es un periodo de fusión, la sociedad urbana está totalmente diferenciada de la rural.

Las características de la comunicación son el racionalismo, humanismo, voluntad anticlásica, vuelta a la comunicación simbólica, abstracción simbólica, Dios como principio, centro y fin de todo. Existen tres órdenes del imaginario medieval: oradores, veladores y labradores. En el siglo XIX hay muchos estudios sobre la Edad Media, afirmándose que hay grandes cambios, desde un tiempo de oscurantismo hasta épocas donde se dan grandes matices.

Batjín habla de una circularidad de la cultura. El pueblo va integrando en sus propias manifestaciones las enseñanzas (símbolos) de las clases altas. La escritura es el medio de comunicación por excelencia de las clases cultas, no el bajo culto, también predicadores: lenguas romances o latín bastante degradado. Hay unos clérigos itinerantes que utilizaban la palabra como medio de comunicación dominante, la Iglesia habla y el pueblo escucha. Esta sociedad estaba dominada por la superstición y el miedo. Hay una comunicación piramidal que garantiza la cohesión social.

Hay dos clases de comunicadores laicos: el cantor, que ensalza la cultura caballeresca; pueden provenir de

dos escuelas: clerecía (se predica la vida de santos de forma oral) y el de juglaría, que es más popular. A partir del siglo XI aparecen también formas urbanas universitarias: nuevas etnias que se oponen al monopolio comunicacional de la Iglesia. Hay pequeños grupos de estudiantes que son los que apoyan la introducción de nuevas tecnologías, se conocen los clásicos (también por medio del Islam). Se oponen a la constante penitencia y promueven la risa. Aparecen también formas literarias que se desvían de la religión, fundando sus propios centros laicos de comunicación. La burguesía y la sociedad urbana dan lugar también a formas periodísticas.

EL ARTE COMO LITERATURA DEL ILETRADO: se enseña simplemente a través de la vista. Otro medio para combatir las herejías en el siglo XII es la formación de ordenes militares, como la orden de Caltrava. Durante las Cruzadas hay mas saqueos y se da una vuelta a la fe cristiana y una unidad de la Iglesia, creándose la Santa Inquisición.

Se da en esta época un gran salto en cuanto a soportes, sobre todo con la aparición del papel: es muy caro y escaso. La aparición del papel está muy unida al Islam, pero es de origen chino. Aparecen también las primeras formas periódicas en comunicación, sobre todo de origen económico.

- Libros de horas: es la forma de comunicación de la clase culta. Aún predomina la imagen, aunque ya se va dando más importancia a la escritura.
- Cruzadas: son la contestación que el Papa emprendió una guerra Santa contra el Islam. Son las culpables de reactivar la posición caballeresca.

La Iglesia se ve atacada por varios frentes: críticas varias, el cisma de Occidente, bicefalia, más la aparición de nuevas formas de comunicación. Aparece el papel y surgen nuevas formas pre-periodísticas. Surge también la burguesía, que cubre el consumo de las clases altas de cultura y educación.

TIPOS DE PROPAGANDA

- FOGGLI A MANO: avisos, gacetas,... Estas publicaciones son perseguidas. Son una recopilación de noticias económicas, del Mediterráneo, y tienen cuatro párrafos, redactados por comerciantes.
- CARTAS/DIARIO: son informes más profesionales de agentes comerciales. Tienen su origen en Venecia y Génova. Son utilizados principalmente por banqueros en entre los siglos XVI y XIX
- CRÓNICA CÍVICA: es una pervivencia de la época clásica.
- PRICE CURRENTS
- ALMANAQUES. Es una mezcla de todo lo anterior. Es una literatura popular de entretenimiento, con cierto toque educativo. Son herederos del calendario de fuego, pero aparecen vía Islam. Predominan las imágenes y suelen estar escritos por un cronista oficial –antecesor del corresponsal–, que elabora la historia de la ciudad en la que sirve. Es una literatura con toques astrológicos, inventos, viajes,... con un contenido heterogéneo; en ellos domina el lenguaje socarrón y ambiguo. Son muy importantes para la propaganda y la educación de las clases bajas.

FORMAS IMPRESAS

Lutero se apoya en la imprenta para educar al pueblo y difundir la lengua. Hay también un gran auge del mercado informativo. Los correos se hacen oficiales, aunque son unas pocas familias las que monopolizan este sector, y se crean una serie de infraestructuras. Se potencia el mensaje escrito, dándose una secularización de éste y cambiando las mentalidades de la época: desde el absolutismo del siglo XVI hasta las grandes revoluciones del siglo XVIII. En las Biblias domina el mensaje icónico, el arte de la xilografía y el grabado de madera. Su precio era muy elevado.

No es extraño que la reforma de Lutero alcance su auge en el país del creador de la Imprenta, en Alemania. Las primeras obras impresas son libros religiosos, Biblias sobre todo. El invento, creado en 1455, llegará muy

pronto a Holanda, Gran Bretaña y Francia, aunque hasta el 1495 no llegará a España. Las primeras obras no religiosas impresas son los Donatos, plantillas de gramática en latín. Durante el siglo XVI y XVII los temas predominantes son los históricos y bélicos.

En España el primer documento impreso es Los Sinoviales de Segovia. Se emplea la letra gótica. Pero hay más obras en España posteriormente; hay un gran auge de las nuevas tecnologías, se perfecciona el sistema de producción del papel y hay un gran auge de los librerías.

Entre los siglos XVI y XVII se editan unos libros llamados Arte del buen morir, que se refieren al Juicio Final (fin de la Humanidad) y que pretenden mantener la cohesión social. También hay mas cantares y salmos a partir del siglo XVI, y muchos libros religiosos; se introducen tipos de letra nuevos y caracteres inspirados en la artesanía oriental.

La revolución luterana hace renacer la cultura y las comunicaciones. Lutero predica una ética individualista. Sin embargo esto le lleva a una contradicción cuando colabora estrechamente con el poder. La libre interpretación de la Biblia es un camino de salvación.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ESTA ÉPOCA

- Escritura
- Arte, Biblias de piedra, gótico tardío, pintura: Lutero es reproducido en incontables ocasiones.
- Sátiras y caricaturas.

Lutero es un modelo para otros reformistas. Entre 1517 y 1518 Lutero emprende una laboriosa campaña. Entre 1520 y 1525 hay una fuerza informativo–propagandística para potenciar su imagen. De 1525 a 1555 comienza una escisión, ya que hay distintos públicos a los que dirigirse:

- Publicaciones de elite
- Nobleza
- Pueblo: arte panfletos, música, dialogo.

TEMA VI: EL SISTEMA ABSOLUTISTA

El absolutismo puede ser de dos formas:

La rebelión luterana es una contrarreforma de la iglesia católica, con carácter propiamente humanista, que pretende un acercamiento a un mensaje renovado por capuchinos, jesuitas y dominicos. Los Jesuitas están muy bien organizados mediante un sistema elitista y tienen una gran preocupación por las publicaciones.

El eje central de la Contrarreforma se sitúa en el Concilio de Trento, donde se condenan las doctrinas de la reforma. En 1522 queda ya establecida la congregación, que se ocupa de la propaganda de la contrarreforma. Primero se ocupan de esto los capuchinos. La propaganda dispone de un sistema de imprentas propio, hay muchos misioneros en tierras paganas, y la Compañía del Santísimo Sacramento, a través de ayudas hospitalarias, consigue conversiones. La contrarreforma defiende la Virgindad de la Virgen Maria, y además en esta contrarreforma hay una gran participación de las elites.

MODELO DE INSPIRACION PARA EL SIGLO XX (HITLER Y STALIN)

Se elabora un índice de libros prohibidos a partir de 1564 (hasta Pablo VI). Mantiene sus contenidos íntegros hasta 1573. El arte de la contrarreforma es el Barroco: incita al pathos. , al sentimiento.

FORMAS PEIRODICAS TÍPCAS DE LOS SIGLOS XVI, XVII Y XVIII

- **OCASIONALES:** publicaciones de una sola noticia (por ejemplo, el descubrimiento de América). Surgen en Italia a finales del siglo XVI. Se imprimen en papel de baja calidad, con viñetas, de hasta 8 páginas en formato 10/17. Son un instrumento de propaganda absolutista.
- **RELACIONES:** publicaciones semestrales que recogen los acontecimientos más importantes, como ferias,...
- **Almanaques:** son un medios popular y alternativo. Sirven tanto para la Ilustración como para la educación: clases populares más las altas clases burguesas. Es la prensa moral por medio del fenómeno periodístico (ataca la política de forma implícita)
- **Diarios y gacetas:** que son publicaciones diarias controladas por el poder. Aparecen los primeros diarios europeos: Las Hojas Holandesas, para las zonas protestantes francesas algunas como Leyenda Negra Española. Se divulgan a través de compañías comerciales. Tienen un interés político y económico.

SIGLOS XVII Y XVIII:

Una oficina de prensa central toma la comunicación como un instrumento ideológico del poder, bajo un modelo centralista: en Francia, absolutismo perfecto (la Gazette Journal des Savants) pero también existen en este país otro tipo de publicaciones; como el Mercure de France, que es una especie de revista rosa. También funcionan almanaque y diarios como el Diario de París.

TEMA 7: EL SIGLO DE LA PRENSA

En el siglo XIX se produce la llamada Rebelión de las masas, que supone el inicio de la sistematización de la comunicación. La prensa consigue un mercado, una demanda permanente. El proceso crece paralelamente a la revolución industrial, que mejora los sistemas de impresión y provoca con la nueva organización de la industria y los movimientos obreros adquieren un papel de mayor importancia que la prensa. Los medios ayudan a estos movimientos obreros:

- Como un método de concienciación
- Propaganda estatal y revolucionaria

Destacan:

- Joseph Pulitzer
- William Randolph Hearst

En el 1785 se crea el Daily Universal Revist; en 1788 el The Times, controlado por la familia Walter. Esta revista es el origen de la prensa industrial que incorpora la técnica, contratando a profesionales especializados. Es un periódico serio, con ciertas bases conservadoras. Nace con una línea independiente pero esto cambia en 1834, convirtiéndose en una voz oficial, sobre todo a partir de la guerra de Crimea. El Times introduce nuevas técnicas en prensa. La información nacional e internacional lleva un 50% de publicidad. Es un tipo de prensa muy ideologizada, muy dependiente de los partidos, cuya publicidad garantiza su mantenimiento. En 1906 el periódico cambia de dueño, pasando a Lord Northcliffe. Tiene muy buenos corresponsales y siempre está a la última, con mentalidad de negocio europeo.

Normalmente la prensa en EEUU tiene un menor signo político, está más orientada a cuestiones económicas y territoriales (establecimiento de colonias en el Oeste). Tras la guerra de Secesión en el 1865, el país esta ya unificado y cuenta con muchos medios. La prensa crece con las transformaciones de los sistemas políticos y el acceso de las masas al sufragio universal.

En 1833 aparece el New York Sun, fundado por Benjamin Day, con el lema The Sun shines for all. Sus contenidos ya son un poco sensacionalistas. Tiene una tirada muy alta y contenidos netamente americanos,

locales y noticias de interés humano. En 1835 aparece el New York Morning Herald editado por Gordon Bent, que intenta ser un poco más serio que el The Sun. Sus contenidos se debaten entre dar más y mejor información y vender más. En 1841 nace el New York Tribune de Greely, periódico de tendencia de socialismo utópico. Publica información sobre sindicatos y derechos civiles, e intenta integrar la diversidad de culturas existentes en EEUU. Introduce un suplemento. Se dirige a la clase media, y durante la etapa de Secesión intenta ser objetivo. En 1851 se crea el New York Times, editado por Raymond; pretende crear un periodismo de calidad y que el público se vaya familiarizando con este tipo de prensa, vendiéndose tan solo por un centavo. Los beneficios llegan mediante un capital inicial. No sólo incluye publicidad, sino también información cultural y económica, lo que es el origen de la prensa especializada. Tiene un estilo serio, moderado e imparcial. Se encarga también de la información exterior.

También hay otros periódicos más baratos y publicaciones mensuales. Estas publicaciones se caracterizan por su lenguaje accesible, utilización de las nuevas técnicas, infraestructura adecuada e instrumentos de expresión.

La prensa de sindicatos y obreros: son publicaciones subterráneas, anarquistas y subversivas. Son clandestinas hasta que se reglamentan o desaparecen los controles indirectos. Pulitzer establece el llamado sensacionalismo formal, pero con contenidos cuidados, que es la llamada segunda generación de la prensa de masas. En la tercera generación de esta etapa encontramos a Hearst y Pulitzer y el amarillismo. En la cuarta la propaganda de los estados. La quinta surge del largo periodo de entreguerras, que limpia la historia de la prensa (ya no es una fábrica de mentiras), y se prodiga un culto a la oportunidad según el modelo occidental capitalista. En una sexta generación, durante los años 60 y 70, cada vez se tiene que competir más con los nuevos medios, sobre todo con los audiovisuales. La propaganda va in crescendo, es más elaborada; es la llamada propaganda de las imágenes. La prensa de los EEUU tiene imitadores en Europa. Estas son las generaciones de la prensa en Europa:

- Gardin establece la prensa de pequeños formatos: La presse, Le Petit Parisien, ... Es la prensa de las nuevas clases. Se financian con la publicidad. Surgen también la prensa barata y la prensa popular. Hay una explosión de la imagen que se perfecciona ya a mediados del siglo XIX. Hay una foto central en la primera página, que va evolucionando hasta la especialización. Hay una mejora tipográfica (papel continuo, impresión, rotativa,...) y tiene una mentalidad empresarial, ya que buscan el beneficio económico, la ampliación del mercado e infraestructuras y tienen una conexión con el poder.

2ª y 3ª) Se introducen las tiras cómicas. El primero en introducirlas es Pulitzer. Aparece la prensa satírica, que se caracteriza por una concentración de noticias (Reader's digest) En el 1880 aparece el Pall Mall Gazette y la prensa femenina.

TEMA 8 : LA COMUNICACIÓN BAJO EL SIGNO DE LA PROPAGANDA. UN MUNDO DE GUERRA. (1914–1945)

• Nuevos medios en tiempos convulsos.

La edad contemporánea, encuentra una fecha determinante en 1914. En ese año se cierra un largo periodo de gobierno liberal decimonónico.

En agosto de 1914, Europa estaba metida en una catastrófica guerra y se abría un periodo de discursos, batallas, etc. Que no acabaría hasta 1989 con la caída del Muro de Berlín y la caída de la alternativa comunista abierta en 1917.

Este periodo, se caracteriza por la guerra, el combate:

- Guerras mundiales.
- Crisis del capitalismo

- Revoluciones con ánimo de expansión mundial.
- Movimientos fascistas.
- Movimientos de vanguardia que traen un marco cultural y artístico lleno de convenciones y tradiciones.
- Revoluciones obreras
- Disputas entre comunismo y fascismo

Pero, por encima de todo esto, lo más importante es el **PROTAGONISMO DE LAS MASAS**. El pueblo, poco a poco, iba demandando una posición más considerada para la construcción de la vida política y económica de sus países. La I. G.M. acabó con todo lo anterior.

Si antes había un periodismo escrito revolucionario, que abría las conciencias, en el siglo XX aparecen otros medios: radiodifusión y cinematografía. (Técnicamente nacen en el siglo XIX, pero alcanzan su auge en el XX). Influyen creando gustos, modas, formas de vivir y expresarse, etc.

- El cine es una fábrica de sueños.
- La radio será el medio por excelencia a partir de los años 20. Sus características son la rapidez, inmediatez, ubicuidad...
- El periodismo escrito seguía siendo muy importante, pero se vio desplazado por la radio y el cine y a partir de la I. G. M. Pierde su hegemonía.

Pero no sólo influyeron la radio y el cine, sino también la propaganda. La propaganda se desarrolla plenamente cuando se conocieron las estrategias informativas de los países contendientes que querían modelar la opinión pública nacional para que coincidiese con los intereses nacionales.

• **Goebbels: maestro de la propaganda.**

Goebbels era ministro de Información y Propaganda en la Alemania nazi. A partir de 1923, se pone en contacto con círculos del partido nazi. Colabora en publicaciones de extrema derecha y en 1925 entra en el partido nazi tras la salida de Hitler de la cárcel.

- En 1930, en las elecciones, mientras Alemania empezaba a sufrir los fuertes efectos de la crisis de 1929, se responsabilizó de la campaña electoral para toda Alemania. (Asambleas, grupos de oradores con Hitler como uno de ellos, concentraciones al aire libre, carteles, folletos, etc.) Los resultados fueron espectaculares.
- En enero de 1933, Hitler fue nombrado canciller del gobierno alemán y se iniciaba la nueva era nazi.
- Goebbels quería, con la propaganda, convencer al pueblo de la bondad de los actos y decisiones nacionalsocialistas y crear concordancia entre el gobierno y el pueblo.
- Utilizó los medios de comunicación. Veía la radio como el más moderno medio de propaganda.
- Es muy importante la novedad que representa el uso de la propaganda científica desde el poder. Una vez logrado el poder, había que mantenerlo.
- Destaca también la publicidad como medio de persuasión.
- La propaganda es esencial para influir en el pueblo y conseguir de él lo que se quiera. Se convierte en un fuerte instrumento de poder.
- Estimula el estudio de los medios de comunicación y sus efectos. Hay que resaltar la importancia del paradigma de Lasswell con sus cinco famosas preguntas.

• **El nacimiento de la propaganda moderna.**

El elemento fundamental de la propaganda moderna es su aplicación sobre las audiencias masivas. Por eso, a la hora de hablar de su aparición, es conveniente explicar el proceso de transformación social y crecimiento

económico que las ha configurado.

Las masas, son ese sujeto colectivo identificado por los grupos dominantes de la época y sus intelectuales orgánicos. Están caracterizados por el sufragio universal, la participación política, la alfabetización, mejoras laborales fruto de su continuada labor sindical, medios de comunicación escritos que a finales del siglo XIX empiezan a lanzar tiradas millonarias en los países más desarrollados.

Pero esa población parece que no es digna de confianza para el poder y se siente amenazado por la idea de la revolución. Ortega y Gasset fue una figura importante en este sentido. Escribió *La rebelión de las masas*, ensayo que lamentaba el caos social que había supuesto la rebelión de aquellas masas.

Lo que los hombres de Estado necesitaban era el conocimiento profundo de aquellas multitudes. Le Bon decía al respecto, que el individuo adquiría nuevas características: desvanecimiento de la personalidad consciente, impetuosidad irresistible bajo la influencia de la sugestión convirtiendo las ideas en actos, y el contagio de los sentimientos del grupo.

- **La comunicación en tiempos de guerra. La propaganda organizada.**
- **La barbarie de las trincheras. La I.G.M.**

El estallido de la primera Guerra mundial en agosto de 1914 supuso una importante transformación en el campo de la comunicación. Este hecho se concretó en la puesta en práctica de enormes campañas de información y propaganda que, planificadas y organizadas desde los Estados a partir de los estudios científicos sobre las colectividades, perseguían crear una respuesta uniforme: el apoyo de los ciudadanos a los intereses gubernamentales, en tiempos de guerra.

En este momento se fueron aprovechando las experiencias acumuladas en la publicidad comercial, el sensacionalismo, etc. para consolidar la propaganda. En el verano de 1914, Europa estuvo sacudida por un movimiento patriótico y nacionalista que tuvo como manifestación más simbólica el asesinato del socialista francés J. Jaure.

Los gobiernos maniobraron ante las respectivas opiniones públicas para presentarse como víctimas frente a la agresión externa. Una vez rota la hostilidad hacia la intervención en la guerra, el objetivo fue mantener una adhesión hacia las decisiones gubernamentales durante el resto del conflicto.

La contienda se prolongó unos cuatro años. Las poblaciones sufrieron las consecuencias posteriores de una devastadora guerra en hombres y en infraestructuras.

Había que adiestrar, prepara psicológicamente a las personas civiles y a los propios soldados y la mejor manera de llevarlo a cabo era a través de la persuasión que ofrecía el control de la información y el manejo de los medios de comunicación.

La propaganda informativa se fue configurando a lo largo del conflicto como un instrumento de primer orden en manos de los gobiernos y los Estados mayores.

Todos los países participaron en esto, pero destacaron tres: **Gran Bretaña, Alemania y EE.UU.**

- **Gran Bretaña y EE.UU.**

Desde agosto de 1914, fueron creando diversos organismos e instituciones de prensa y propaganda para evitar resquicios en los asuntos informativos nacionales e internacionales. En 1918, se creó un Ministerio de Información.

Una de las mayores preocupaciones de sus protagonistas era que la propaganda británica pasara inadvertida. Los políticos la veían como una necesidad, pero al mismo tiempo como algo perverso.

Los editores de los principales periódicos desempeñaron tareas dirigentes en los asuntos propagandísticos. Hasta los primeros meses de 1915, proliferaron los enfrentamientos entre la prensa y los diferentes gabinetes de censura, que imponían condiciones sobre las informaciones publicadas. Lo que hicieron fue instalar representantes en las oficinas que controlaban el caudal informativo. Esta estrategia dio su fruto a mediados de 1915, cuando se inició la estrecha colaboración entre el gobierno, la prensa y los militares.

Los principales editores pasaron a formar parte de los organismos nacionales de información. La censura se relajó, limitándose alas noticias más estrictamente militares. El gobierno empezó a confiar en la propia autorregulación.

Gran Bretaña potenció la más potente y eficaz propaganda exterior, destinada a países, amigos, enemigos o neutrales. Los objetivos eran:

- Decantar ayudas indecisas.
- Desmoralizar a los ejércitos y poblaciones rivales.

La intervención sobre los países neutrales era muy importante porque podía llegar a lograrse que tomaran parte en la guerra a su lado. Destacó el caso de la propaganda sobre EE.UU., la gran potencia neutral que acabó siendo la pieza fundamental que desequilibró la guerra.

Los propios norteamericanos, a partir de su entrada en la guerra en 1917, emprendieron gigantescas campañas propagandísticas llevadas a cabo por un Comité de Información Pública, dirigido por Creel. Objetivo: superar la tibieza inicial de los ciudadanos y estimular el aislamiento masivo de los jóvenes en el ejército a partir de la creación de un ambiente antialemán.

b) Alemania

Durante la guerra, vivió una inferioridad informativa respecto a los ingleses. Según Pizarroso, le faltó una organización centralizada y mayor capacidad para contrarrestar las potentes campañas inglesas.

Otros problemas fueron los enfrentamientos entre militares y civiles por asumir el control de la información.

Poco a poco, fueron los militares, a diferencia del caso británico, los que asumieron la dirección de la información y se estableció una estricta censura de prensa.

La propaganda alemana hacia el exterior también merece especial atención. Surgieron dificultades porque los ingleses lograron entorpecer su comunicación con América cortando el cable transatlántico en agosto de 1914.

A la hora de hablar de la propaganda, no debemos centrarnos exclusivamente en la prensa. Hay que hablar también de panfletos, octavillas, etc., que fueron impresas con el destino de las tropas enemigas. El bombardeo de papeles con que se sometía a los enemigos, perseguía la desmoralización o la rebeldía de los soldados y fue importante gracias al desarrollo d la aviación.

La opinión fue sustituyendo poco a poco a la información en la prensa. Las noticias militares estaban restringidas por la censura; las noticias sobre la vida literaria o la sociedad ya no interesaban a nadie.

En general, el resultado de las diferentes campañas de propaganda nacional a lo largo de la guerra, fue que la información dio lugar a enormes mentiras, engaños y falsedades. Se intentaba denominar a los rivales. En el bando aliado crecieron multitud de rumore que relataban las atrocidades cometidas por los alemanes que

coincidían con la crueldad y el sadismo del bando enemigo. Muchas de estas historias fueron reconocidas posteriormente como invenciones de los periodistas.

- **El crisol de la propaganda. El periodo de entreguerras.**

El fin de la I G. M. no hizo caer en el olvido los aparatos creados para la gestión de la información y los procedimientos experimentados. La llegada de la paz, desmovilizó las instituciones de propaganda.

Sin embargo, el periodo de entreguerras pone en relieve el protagonismo de los mercados propagandísticos como medio de control social y movilización tanto en los regímenes totalitarios como en las democracias occidentales.

Las experiencias propagandísticas se multiplicarán durante la época con distintos protagonistas, pero unos gobiernos no ocultaban sus intenciones asumiendo una concepción positiva de la propaganda, mientras otros difuminaban las realizaciones bajo otros términos, porque percibían que tras la I.G.M. los ciudadanos se habían sentido engañados por la información y cualquier alusión a la propaganda podía tener efectos contraproducentes.

- **Revolución rusa. El modelo comunista.**

Los bolcheviques rusos y Lenin a la cabeza usaron las posibilidades que los nuevos medios como el cine o los carteles ofrecían para multiplicar el impacto y el alcance de sus mensajes.

Pusieron al día la tradicional propaganda revolucionaria que había impulsado al movimiento obrero en el siglo XIX en lucha por la mejora de las condiciones de trabajo y la obtención del poder.

La propaganda fue una de las herramientas principales para el ascenso político de los bolcheviques, para derribar el imperio zarista, conquistar el poder y consolidar el estado soviético.

Una de las ideas que ha tenido más fortuna en el campo de la historia y la política en este siglo ha sido la equiparación de los modelos políticos del fascismo y el comunismo soviético

Esta equiparación, tiene su concreción el término totalitarista que resumiría la esencia de ambos regímenes.

Dicho concepto ha servido para definir el modelo de propaganda que instauraron tanto los regímenes comunistas como los fascistas soviéticos. Ese totalitarismo significaría el control absoluto de todos los medios de comunicación y cultura, sometidos a la línea de partido único representante del Estado y el complemento de las campañas propagandísticas planificadas para movilizar/ desmovilizar a la población. Este esquema, exige una organización centralizada y piramidal con un organismo superior que planifique y regule las operaciones. Por último, la propaganda totalitaria se constituiría como método para conquistar el poder y después consolidarlo. Consideraciones al respecto:

- Durante el proceso revolucionario burgués de fines del siglo XVIII y principios del XIX, la propaganda política fue profusamente usada por los revolucionarios para la conquista del poder como en el caso de la Revolución francesa.
- A partir de estos momentos, los estados no olvidaron los métodos propagandísticos que ayudarán a legitimar tales regímenes.
- El punto sobre el que hay que hacer mayor hincapié, es aquel que equipara el principio y fin de la propaganda bolchevique y la fascista o nazi: en el régimen nazi, la propaganda es un arma en ella misma, de la que se sirven para cualquier finalidad u objetivo. En el caso de Lenin, la propaganda es la traducción de la táctica.

Aunque ambas compartieron métodos y técnicas, en el caso alemán era el impulso del miedo el que movilizaba a la población mientras que en el caso soviético la fuerza era el entusiasmo de la creación de un Estado nuevo. La base de coincidencia entre ambos es clara: Comunismo y fascismo carecen del pudor liberal a la hora de enjuiciar y manifestar la propaganda. Exaltan la labor propagandística.

La propaganda impregna todas las actividades del Estado, convertida en uno de los grandes pilares sobre los que se asentaría la estabilidad y garantía de perdurabilidad de ambos regímenes.

La concepción propagandística de los bolcheviques tenía una deuda con el pensamiento revolucionario del marxismo. En el pensamiento marxista, la guerra era una situación social permanente. Una guerra de clases que está por encima de la lucha entre las naciones ya que es la esencia misma de la sociedad capitalista. La propaganda marxista-leninista, tenía n dimensión total, debía afectar a todas las facetas dl ser humano y evitar quedarse en una simple difusión de ideología.

Para lograr el triunfo frente al capitalismo, la tarea fundamental era que el proletariado tomara conciencia de su situación. La agitación y la propaganda eran herramientas al alcance de los bolcheviques para esa tarea.

El triunfo de los bolcheviques en la Revolución de 1917, no apagó el protagonismo de la propaganda. Era un elemento consustancial al nuevo Estado socialista. En 1920, se creaba un departamento especial de propaganda y agitación, el OSVAG, que dependiente del comité central del partido asumía todas las competencias en este campo.

- **El modelo fascista.**

A la hora de explicar el rápido ascenso que tuvieron los movimientos fascistas durante el periodo de entreguerras, se insiste en la enorme habilidad que tuvieron los fascistas para explotar las debilidades de las democracias a través de la propaganda.

El fascismo partía de una valoración despectiva de los hombres de su tiempo, contemplados como sujetos fácilmente manipulables. Recogieron y desarrollaron las teorías sobre las multitudes para hacer grandes campañas de propaganda.

Mussolini en Italia marcó los ejes de la política fascista respecto a la utilización de los medios de comunicación. Enfatizó la importancia de la palabra escrita.

A partir de 1926, se puede hablar de un sistema de propaganda moderno, con una dirección centralizada. Se distribuían consignas y comunicados de inserción obligatoria para los periódicos

Pero fue la experiencia hitleriana la que puso las bases de la propaganda moderna. Obtuvo resultados insospechados. El éxito nazi fue servirse de las frustraciones que había dejado la República de Weimar para presentar al partido nazi y al propio Hitler como los únicos capaces de repararlas.

El gran salto en la propaganda se produce a finales de los años veinte.

En marzo de 1933, poco después de la llegada de Hitler al poder, se creaba el Ministerio de Propaganda creado por Goebbels, verdadero artífice de la propaganda nazi.

Todos los medios estaban subordinados a la autoridad del Estado.

Hitler mantenía una actitud hostil frente a la prensa. La veía como un producto del liberalismo y del mundo del pensamiento individualista.

La radio era el medio que más interesaba a Goebbels, porque la consideraba el más moderno medio de propaganda. Este medio aseguraba la emocionalidad. La palabra hablada era la más emotiva.

Hitler, a través de la radio, tenía en la oratoria una de sus principales obras.

La frustración para Goebbels, fue la televisión.

Además, Goebbels sentía una gran admiración por el cine que también tuvo que pasar por los controles de la censura. Se llevó a cabo una centralización de las productoras que acabó en 1937. La propaganda en el cine se realizó de modo más sutil. Goebbels era partidario de no exagerar el contenido ideológico y confiaba más en el entretenimiento y en la capacidad sobre los grandes principios del nacionalsocialismo: familia, patriotismo, sacrificio.

Destacan los documentales de Leni Riefensthal con obras como *El triunfo de la voluntad*(1935), que describía un congreso del partido nazi con imágenes de fuerza arrolladora, o el documental sobre los juegos olímpicos de Berlín de 1936 *Olimpiada*.

Las experiencias propagandísticas de los nazis durante los años treinta y la II GM perfeccionaron las prácticas de la IGM poniendo los cimientos de la propaganda moderna. Fruto de sus realizaciones, se ha establecido unas reglas básicas en la actuación propagandística:

- Simplificación: el mensaje propagandístico ha de ser breve y claro y a ser posible debe reducirse a un eslogan o símbolo.
- La desfiguración o exageración supone poner el énfasis en la cuestión que desea el propagandista.
- La repetición. Se trata de repetir sistemáticamente los enunciados simples y sencillos a través de diferentes medios y formas.
- Contagio o unanimidad, el mensaje se introduce en un determinado sector social desde se extiende al conjunto del grupo.
- La contrapropaganda. Es la respuesta habitual a la actividad propagandística.
- **La propaganda de las democracias.**

Las democracias occidentales sufrieron las críticas de sus respectivas opiniones públicas que tras la IGM se sintieron manipuladas y engañadas por sus dirigentes.

• ***La II G.M. La gran batalla de las ondas.***

El conflicto que entre 1939 y 1945 arrasó Europa, el Pacífico o el norte de África, significó un gigantesco enfrentamiento propagandístico entre los países enfrentados.

La propaganda iba a adaptarse a los nuevos tiempos bélicos. La propaganda política lanzada desde los gobiernos iba a instalarse en las sociedades occidentales de ahora en adelante, aunque no volvería a mostrarse en las democracias con demasiada apariencia.

Un elemento determinante en las posibilidades propagandísticas del momento es la contribución de los nuevos medios de la época: radio y cine.

Todos los gobiernos eran conscientes del carácter estratégico que de nuevo adquiría la propaganda. La comunicación de masas fue reorientada en función de los intereses del binomio información-propaganda que volvería a repetir las campañas de atrocidades, mentiras y difusión de rumores. Los objetivos volvían a repetirse: quebrar la moral del enemigo, dividir y enfrentar a las fuerzas adversarias y lograr la colaboración de los aliados.

Los países democráticos, se aprestaron, antes de comenzar la guerra, a reconstruir servicios de propaganda: los británicos, complementaron su Ministerio de Información con una oficina dedicada a la propaganda de guerra; en el caso americano, a partir de 1942, se consolidó la estructura propagandística.

La estrategia de los aliados fue no repetir errores anteriores, cuidando la imagen y credibilidad de la información ofrecida.

Estas maniobras trataban de evitar las suspicacias de unas opiniones públicas que veinte años atrás se sintieron engañadas por sus gobiernos.

Este tipo de propaganda, llamada blanca, procuraba que las noticias sobre la guerra aludieran a la realidad y evitaran la mentira pero no impedía el uso de recursos para ensalzarse a uno mismo y demonizar al enemigo.

Estas campañas, tuvieron como excelente medio el cinematógrafo. Se rodaron cientos de documentales. Y en 1940, se producían películas antinazis, como *El halcón de los mares*. Tras el ataque a Pearl Harbour, Hollywood se aprestó a colaborar en el conflicto, aportando instalaciones y material para la realización de documentales didácticos.

Sin embargo, la iniciativa propagandística de la guerra en sus inicios, la mantuvieron los alemanes a partir del poderoso aparato de persuasión que había creado Goebbels.

El propio Hitler creía ciegamente estos medios para asegurar la construcción del nuevo orden europeo. Los nazis reorientaron su organización propagandística hacia los países conquistados. Fueron recibidos como invasores en estos países. Esto creó una primera barrera que se traducía en un rechazo a cualquier información de los medios ocupantes. Los nazis no tuvieron en cuenta que la propaganda sólo tiene éxito cuando se destina a aquellos que están dispuestos a recibirla. Otro error básico de los alemanes en cuanto a la propaganda, fue adoptar una estrategia defensiva en la misma.

Uno de los grandes factores que distinguió a la segunda de la primera guerra mundial, fue la aparición de la radio. Era el medio más idóneo. Los nazis, habían demostrado sus preferencias por el medio hablado

Los alemanes tuvieron que hacer frente a la gran potencia aliada que mostraba una enorme superioridad en la batalla radioeléctrica. La radio fue el medio usado para el desarrollo de una estrategia persuasiva y manipuladora que apareció durante la guerra: la propaganda negra. El elemento que la define es la ocultación de la verdadera fuente de información. Con este procedimiento se pretende engañar a la audiencia. Los contenidos mezclan informaciones reales y falsedades. Alemanes, británicos, americanos y soviéticos, crearon emisoras clandestinas destinadas a las retaguardias de los países beligerantes. El objetivo era sembrar la duda, la división y la desconfianza en las respectivas autoridades y mandos militares. Estas tácticas también se emplearon en el reparto de octavillas y periódicos en la retaguardia enemiga.

• El periodismo en la trinchera. Los corresponsales de guerra.

Las dos guerras mundiales y otros episodios bélicos como la guerra civil española, lanzaron al protagonismo a los periodistas que cubrían los frentes de batalla, consolidando una especialización dentro del periodismo. Se descubrió que las guerras eran temas que interesaban mucho al público. El público seguía apasionado las noticias del frente de guerra.

Para corresponder a esa demanda informativa fueron surgiendo personajes que relataban los avatares sucedidos en los escenarios bélicos del siglo XIX. Eran los corresponsales de guerra.

Hasta mediados del siglo XIX, lo habitual era que los periódicos copiaran las noticias publicadas en medios extranjeros o como mucho que incluyeran testimonios de algún soldado. La primera persona que surgió del

anonimato y ha pasado a la memoria de todos como el precursor del corresponsal de guerra, fue Howard Russell, periodista del Times, enviado especial a la guerra de Crimea.

La Guerra de Secesión americana fue un conflicto muy importante que impulsó el crecimiento del periodismo estadounidense. Además fue fundamental para el desarrollo del sensacionalismo y el amarillismo en la descripción de los avatares bélicos.

A partir de aquí, los corresponsales siguieron informando de conflictos importantes.

La IGM transformó la dimensión de los corresponsales, situándolos en la órbita moderna del siglo XX. Los corresponsales, por iniciativa propia, colaboraron en las campañas propagandísticas de cada país. La censura fue perfeccionando su trabajo y todos los países establecieron una fuerte vigilancia a los movimientos de los periodistas.

Peor cobertura informativa tuvo un acontecimiento trascendente para la historia del siglo XX: la Revolución bolchevique de 1917. Predominó la falta de previsión de los editores, la escasez de corresponsales y las inexactitudes y falsedades. Los medios adoptaron un criterio anticomunista. Entre los periodistas enviados, destacó John Reed, con su obra Diez días que conmovieron al mundo. Era el único que simpatizaba abiertamente con los bolcheviques.

La guerra civil española fue otro momento importante en el periodismo de guerra. La opinión pública occidental se sintió directamente afectada por la lucha del pueblo español y rescato ideales. España recibió un aluvión de informadores.

Durante la IIGM, no cambió la dinámica establecida anteriormente. La pugna central de nuevo enfrentaba a unos informadores con los grandes ministerios de información y propaganda. Alemania capitalizó las iniciativas más rentables. Goebbels montó un servicio de vigilancia y colaboración, pero lo más destacable, fue la creación de un servicio de propaganda, Propaganda Kompanie, formado por periodistas, fotógrafos, etc. que desempeñó la labor que debían haber realizado los corresponsales de guerra alemanes.

La labor de los aliados no se diferenció mucho de la que habían realizado durante la IGM, mentiras, atrocidades, etc. La profesión del corresponsal quedaría institucionalizada en los medios y tendrían una labor muy importante en las sucesivas guerras que acontecerían: La guerra de Corea, la guerra del Vietnam, etc.

La guerra del Vietnam, supuso un punto de inflexión. El conflicto provocó un creciente interés en la opinión pública americana. Los profesionales, trajeron espectaculares testimonios de crueldad de la guerra, de sufrimientos, etc. Los estudios sobre la información y la guerra, dieron un salto cuantitativo, sobre todo tras la Guerra de Vietnam, por el protagonismo que tuvo la intervención periodística durante el desarrollo del conflicto. Las autoridades, sobre todo las americanas, han perseguido a partir de entonces no repetir aquella experiencia informativa.

El pool es otro invento americano cuya finalidad es integrar a un pequeño grupo de periodistas en las operaciones militares.

Pero el acontecimiento que consagra el poder mediático de los gobiernos y el triunfo de la desinformación ha sido la Guerra del Golfo, que impuso el sistema de Pulos.

- **Los medios de comunicación en la época. La irrupción audiovisual.**
- **La fascinación de los nuevos medios.**
- **El nacimiento del cine.**

El cine iba a configurarse desde su nacimiento a finales del siglo XIX en el medio de comunicación y

entretenimiento por excelencia. Se consolidó como una de las experiencias más influyentes de la cultura popular.

La invención del cinematógrafo será resultado de un largo camino iniciado en el primer cuarto del siglo XIX. Ha habido mucha polémica sobre quién lo inventó. Podemos decir que se produjo al mismo tiempo en América y Europa. En EE.UU., Edison fabricó su Kinetoscopio. En Francia, los hermanos Lumiere perfeccionaron el sistema que patentaban el 13 de febrero de 1895.

En sus comienzos, el cine fue una atracción de ferias que asombraba a los espectadores. De las ferias, dieron el salto a los Music-halls que pronto se convirtieron en auténticas salas de cine.

Mientras en Francia se desarrollaba sin trabas jurídicas, en EE.UU., Edison trató de explotar la ventajosa posición que tenía gracias a sus patentes para monopolizar el sector, dando lugar así a la Guerra de patentes.

La producción cinematográfica estuvo dominada en un principio por la obra de los Lumiere, Pathé o Meliés.

El crecimiento norteamericano se intensificaría en la segunda década y alcanzaría un punto de inflexión a partir de la IGM.

En Europa, las posibilidades comunicativas del cine experimentaban nuevas posibilidades a través de las realizaciones de vanguardias y la labor desarrollada en países como Alemania y la Unión Soviética. Aquí destacan nombres como Vertov, con sus teorías del cine-ojo, o EISENSTEIN que a través de El acorazado Potemkin y Octubre, filmaba los momentos más espléndidos del cine soviético.

El cine experimentó una transformación radical con la llegada del sonoro a finales de los años 20. EE.UU fue afianzando su hegemonía en el sector con la llegada del sonoro.

Durante la década de los treinta, se consolidaban la MGM, Fox, Columbia, Warner, etc. Que dominarían la producción cinematográfica durante varias décadas.

El cine no fue ajeno a la agitación política de los años treinta ni al impacto de la IIGM. La llegada de Stalin al poder, acentuó el control estatal sobre la cinematografía soviética. Se centraron en exaltar el culto a la personalidad y a los planes quinquenales encargados de la modernización del país.

En Alemania, la llegada de los nazis al poder provocó el exilio de las grandes figuras cinematográficas. Querían influir en las masas y el Departamento Nacional de Cine supervisaba todas las etapas de producción. Se orientaba a los temas que inducían la ideología alemana: líder infalible, amor a la patria, etc.

La guerra en 1939, intensificó la propaganda.

La radiodifusión

La radio fue el medio más importante en el periodo de entreguerras, estatus que mantuvo hasta los cincuenta cuando tuvo que hacer frente a la televisión. El impacto social de la radio fue enorme, fue uno de los más potentes medios de socialización.

EE.UU. se convirtió en el gigante radiofónico mundial gracias a las dimensiones de su mercado y a su potencial demográfico. Aparecen las grandes cadenas radiofónicas, la NBC; la CBS, etc. Su característica esencial era la inmediatez. Aparecieron boletines informativos que pronto iban a lograr una enorme popularidad.

Las décadas de los treinta y cuarenta fue el periodo dorado de la radio mundial Destaca la retransmisión de

Orson Wells con su capacidad de influir sobre la ciudadanía.

La prensa

Los medios escritos tuvieron que hacer frente durante el periodo de entreguerras a una coyuntura convulsa y difícil. La prensa iba perdiendo el protagonismo que tenía años atrás.

Los periódicos se convirtieron en resonancias de los gobiernos y los lectores se sintieron engañados.

Se generalizó un sentimiento de desconfianza. Lo que más les afectó fue la competencia con los nuevos medios que estaban surgiendo.

Los regímenes fascistas y comunistas mantuvieron una inflexible postura frente a la prensa. Se controlaba mucho lo que se decía en los periódicos y a los propios periodistas.

El triunfo de la Revolución bolchevique en 1917, provocó la desaparición de toda la prensa opositora. Los principales medios de la época eran el Pravda, órgano del partido con un acentuado carácter político e IZVESTIA, portador del soviets supremo.

En las democracias liberales la situación era diferente: la prensa sensacionalista era el fenómeno más relevante, lo que registra la generación de periódicos tabloides. Empieza a generalizarse la fotografía.

1

HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

2º PERIODISMO

TRADICIÓN ORAL

ARTE

ESCRITURA

RELIGIÓN

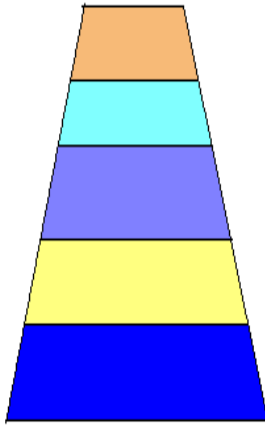
ESCLAVOS

REY/FARAÓN

SACERDOTES

BUROCRACIA(ESCRIBAS)

ARTESANOS



- Mitos
- Épica
- Propaganda política

6/4 millones a. C. Medios orales y audiovisuales

3000 a. C. **ESCRITURA**

- Escritos, inscripciones,...(los mitos se recogen por escrito)
- Códigos
- Canales
- Documentación comercial (muy importante en Egipto para los negocios)

BARRO

PIEDRA

MÁRMOL

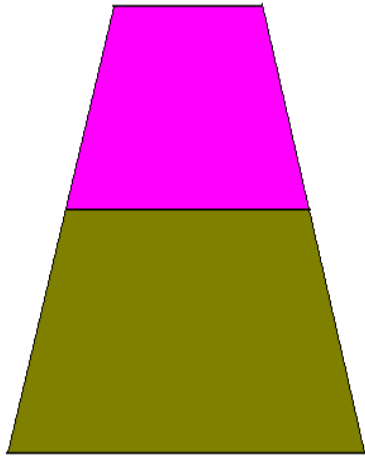
PAPIRO

PERGAMINO

La escritura es propia de las clases dominantes la escritura estaba al alcance de las clases altas ➡
tres tipos de escritura: Jeroglífica, Hierática, Demótica

- Religión
- Comunidades
- Instituciones

- Democrática: Isonomía (popular)
- Oligárquica: favorece a las elites
- Monárquica: establece un poder unitario.



INSTITUCIONES

MEDIOS DE COMUNICACIÓN

REY/EMPERADOR

Clero

Guerreros y cortesanos

Pueblo (artesanos, comerciantes, siervos,...)

Escritura (códices)

Simbolismo, oralidad y visualidad (arte, cantares de gesta, teatro, leyendas, mitos,...)

- Perfecto: con una censura previa
- Imperfecto: impuestos al papel, la tinta,.. Pretende conseguir que solo las clases alta puedan acceder a la comunicación.

MEDIDAS DEFENSIVAS Y OFENSIVAS

CENSURA PREVIA– IMPUESTOS, MEDIDAS FISCALES

SOBERANOS ESTATALES A PERIODISTAS FONDOS DE REPTILES