

A COMUNICACIÓN NO SEU TEMPO

© CONSELLO DA CULTURA GALEGA
Pazo de Raxoi, 2º andar
Praza do Obradoiro, s/n
15705 Santiago de Compostela
Tel. 981 957202 Fax 981 957205
correo@consellodacultura.org
Web: <http://www.consellodacultura.org>

Proxecto gráfico
MANUEL JANEIRO

ISBN 978-84-96530-75-1
Depósito legal C 4653-2008

Produción:
UNIDIXITAL - Servizo de Edición Dixital da
Universidade de Santiago de Compostela

A COMUNICACIÓN NO SEU TEMPO

Actas do encontro celebrado os días
30 de xuño e 1 de xullo de 2005 en Santiago de Compostela

Coordinadores
XOSÉ LÓPEZ GARCÍA
ROSA ANEIROS DÍAZ
MARCOS S. PÉREZ PENA



CONSELLO
DA CULTURA
GALEGA

ÍNDICE

Limiar.....	7
<i>Miguel de Aguilera Moyano</i> Los mitos de la comunicación y de la cultura. El establecimiento de los marcos teóricos para el estudio de la comunicación.....	9
<i>Jaume Guillamet</i> El estudio de los periódicos y la historia propia del periodismo.....	29
<i>Josep Lluís Gómez Mompert</i> Investigar la comunicación y la cultura del siglo xx.....	35
<i>Manuel Parés i Maicas</i> Desafíos de la investigación en comunicación y cultura.....	57
<i>Armand Balsebre</i> Los soportes a lo largo del tiempo y su investigación: la radio.....	65
<i>Manuel Palacio</i> Los soportes a lo largo del tiempo y su investigación: la televisión.....	73
<i>Javier Díaz Noci</i> Los soportes a lo largo del tiempo y su investigación: Internet.....	79
<i>Miquel Rodrigo Alsina</i> Los soportes a lo largo del tiempo y su investigación: el papel.....	121

<i>Marcos Valcárcel</i>	
Historiografía da prensa galega e algunhas posibles liñas de investigación ao respecto.....	129
<i>Amparo Moreno Sardà / Núria Simelio Solà</i>	
La representación de mujeres y hombres en la prensa (1974-2004). Crítica al androcentrismo de los medios de comunicación.....	157
<i>Antonio Checa Godoy</i>	
Propuestas para avanzar en la investigación de la historia de la comunicación.....	173
<i>Rosa Aneiros Díaz</i>	
A vertebración dun discurso cognoscitivo dos media e da cultura: da triangulación metodolóxica ao polígono multifuncional.....	187
<i>Josep Maria Figueres i Artigues</i>	
El papel de la memoria comunicativa. Fortaleza y debilidades.....	203
<i>Javier Fernández Sebastián</i>	
Acerca de la prensa y otros medios como fuente para el estudio histórico de los conceptos estructurales del mundo de la comunicación.....	211
<i>Alberto Pena</i>	
Avances e tropezos na historia da comunicación.....	221
<i>María Cruz Seoane</i>	
Prensa e historia: mi experiencia.....	225

LIMIAR

A interdisciplinabilidade e a triangulación metodolóxica confirmáronse como os grandes retos actuais para a investigación en historia da comunicación. As perspectivas histórica, profesional, lingüística, económica e social deben articularse coa intención de obter unha visión holística dos fenómenos comunicativos. Igual que a pluralidade de olladas nas teorías e nas metodoloxías, é determinante a pluralidade nos ámbitos de estudo. A posta en relación dos fenómenos locais con fenómenos producidos noutros espazos permite explicar dunha maneira global todos os chanzos que asentan o avance na historia da comunicación. Consciente destes retos e coa arela por poñer piares na historia do noso xornalismo, a Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega celebrou o encontro *A Comunicación no seu Tempo* durante os días 30 de xuño e 1 de xullo de 2005. O evento reuniu historiadores da comunicación e da cultura que traballaron nos últimos anos en España na recuperación da memoria nos distintos soportes comunicativos e estudantes interesados na comunicación e na cultura. Así, o encontro *A Comunicación no seu Tempo* contou con representantes de diversos espazos xeográficos e disciplinas (histórica, lingüística, comunicativa) co obxectivo final de favorecer o intercambio de experiencias investigadoras e de aplicacións metodolóxicas. No transcurso das dúas xornadas púxose de manifesto a necesidade de apertura de liñas de investigación conxuntas, do intercambio de ferramentas metodolóxicas, a urxencia do proceso de dixitalización e da indispensable disposición do material documental na rede para facilitar o traballo dos investigadores da comunicación de diversas áreas. As intervencións que presentamos supoñen unha interesante achega para coñecer o estado

da historia da comunicación en España dende a interdisciplinabilidade –de áreas e espazos– e o diálogo necesario. Un encontro imprescindible para entroncar camiños de estudo e situarmos os estudos de comunicación en Galicia no discurso comunicativo europeo.

LOS MITOS DE LA COMUNICACIÓN
Y DE LA CULTURA
EL ESTABLECIMIENTO DE LOS MARCOS TEÓRICOS
PARA EL ESTUDIO DE LA COMUNICACIÓN

Miguel de Aguilera Moyano

Universidad de Málaga

Las actividades profesionales que habitualmente se incluyen bajo la rúbrica «comunicación» comprenden un conjunto de prácticas de distinta índole, que abarcan desde la producción de contenidos hasta la investigación científica. Cada una de esas prácticas profesionales –siempre insertas en marcos institucionales u organizacionales– se guía de forma más o menos explícita por una serie de suposiciones y de creencias, de ideas que en todo caso incluyen, entre otros elementos, una representación simplificada del objeto de esa actividad, esto es, un modelo de la comunicación. Que, en alguna medida, no son sino modos de concretar ciertas formas de pensar la comunicación, en adecuación a las circunstancias del contexto en el que se produce la actividad. Y es que somos sujetos históricos que, en el despliegue de nuestras actividades, no podemos sustraernos del todo a la influencia que sobre nosotros ejerce toda una serie de condiciones –de índole diversa– presentes en el medio en el que hemos de vivir. Entre esas condiciones se incluyen ciertas formas dominantes de concebir y entender lo que hacemos; lo que en el ámbito científico se traduce en la adopción de determinadas filosofías de la ciencia y, por ende, de posturas epistemológicas y metodológicas. Y esas posturas, a su vez, definen la actividad de que se trate, lo que comprende cuestiones como: de qué se ocupa (esto es, su objeto de estudio), cómo ha de abordarse el examen de esos fenómenos

e, incluso, con qué fines ha de hacerse, por quiénes y bajo qué condiciones –lo que implica el marco institucional en el que se lleve a cabo.

La reconstrucción en breve del conjunto de los marcos teóricos que han guiado el estudio científico de la comunicación es una tarea compleja y arriesgada. Y ello sobre todo porque la comunicación es un campo polimórfico, que abarca una gama muy extensa de actividades humanas –y aún creciente– y que, en consecuencia, ha convocado en torno suyo una extensa nómina de actores sociales, acompañados de sus puntos de vista –de sus «lógicas»– consecuentes. Si restringimos incluso el campo de esas actividades al admitido tradicionalmente como propio de la comunicación –constituido en torno a un objeto de estudio determinado, que ignora muchas modalidades comunicativas–, la tarea tampoco es sencilla pues, junto con un modelo dominante y algunos otros también destacados concurren, sin embargo, varias perspectivas diferentes, necesarias para ocuparse de facetas concretas de la comunicación humana, que han alcanzado asimismo niveles de aceptación importantes (como los de la comunicación para el desarrollo o la organizacional, por mencionar dos ejemplos). De ahí que quien acometa esa reconstrucción breve de los marcos haya de asumir su necesaria parcialidad y de seguir en esa narración un hilo conductor singular. Que, en este caso, tiene como argumento principal el objeto de estudio que se ha definido para la comunicación. Pues en la ciencia de la comunicación ha predominado históricamente una definición –que ha llegado, incluso, a orientar y articular en ocasiones las posiciones críticas a este respecto– que toma sus referencias esenciales de una de las modalidades que adopta la comunicación y se encamina a satisfacer unos fines principales –determinados por el contexto social en el que se produce esa actividad científica. De aquí que el modelo de ciencia de la comunicación así establecido no resulte apto para comprender debidamente algunas de las formas de comunicación más características de la sociedad de nuestros días: por ejemplo y sobre todo, lo que se conoce como «cultura popular» o «de masas». Y de ahí, a su vez, que empiece ocupándome en este

trabajo de algunas de las razones, situadas en este caso en el nivel de las ideas, que condicionan la definición del objeto de estudio de la comunicación y hacen más difícil que esta ciencia comprenda cabalmente otros, en particular, el constituido por la cultura popular. Después presto ya más precisa atención al objeto de estudio dominante en esta ciencia y, sobre todo, al elemento principal en torno del que se articula: la información. Finalmente, doy cuenta de otras contribuciones teóricas más recientes que están contribuyendo decisivamente a modificar ese objeto de estudio y, más en general, la forma de entender la ciencia de la comunicación.

1 LO QUE LOS MITOS NO DEJAN VER

Aunque en los siglos anteriores se encuentren algunos precedentes, los iniciales intentos para acometer con solidez el estudio científico de la comunicación –con el fin de entender sus procesos y de orientar sus prácticas– datan de los años finales del primer tercio del siglo xx, mientras que las primeras formulaciones consistentes y más completas se produjeron al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Lo que, como es evidente, no obedeció a la casualidad, sino a la concurrencia de una serie de circunstancias que así lo exigían. Entre ellas, las más fáciles de destacar es el gradual establecimiento de un sistema de comunicación cuyo elemento central sería la televisión y que, entre otras cuestiones, instauró un nuevo régimen de visibilidad, ofreció caudalosos flujos de información que han propuesto a la ciudadanía visiones de la realidad determinadas así como un abigarrado universo de símbolos, configurados en matrices narrativas, que ha acogido las ensoñaciones de cientos de millones de personas en diferentes lugares y épocas, además de constituir un negocio de dimensiones muy notables. El establecimiento de ese sistema de comunicación, a su vez, constituye una manifestación destacada de una sociedad decididamente orientada hacia la creación de una malla compleja de comunicaciones de personas, cosas e ideas.

Y es que, en definitiva, no puede entenderse ningún sistema de comunicación humana sin atender al contexto social en el que surge y se desarrolla (De Aguilera y De Aguilera, 1989: 63). En este caso, el que alumbró ese sistema de comunicación y le da su sentido es el que genéricamente cabe denominar «sociedad industrial», que hunde sus raíces en el proyecto ilustrado de la Modernidad. De ahí que para la cabal comprensión de su implantación habría que atender a la concurrencia de una serie de factores, condiciones y agentes que lo hicieron posible; esto es, a la suma de diversas razones explicativas, unas «materiales» y otras «ideales» (dicho sea en términos weberianos). Como es bien sabido, muchos autores se han ocupado, en una amplia nómina de obras, de examinar las relaciones diversas que guardan uno y otro tipo de circunstancias con el desarrollo de ese sistema de comunicación. Entre las que atienden a las segundas, las «ideales», cabe mencionar un trabajo del francés Armand Mattelart dedicado a reconstruir el proceso por el que, en el marco de ciertas líneas de pensamiento, se fueron confiriendo al término comunicación las acepciones principales con que hoy se le da sentido (Mattelart, 1995). Entre otras cuestiones diversas, este autor reconoce la influencia fundacional ejercida por las iglesias cristianas sobre el universo cultural asociado al término comunicación y subraya asimismo su plena inserción en el proyecto de la Modernidad: la comunicación se concebía como «proyecto e implantación de la razón» (Mattelart, 1995: 19), inscribiéndose en un más amplio ideal de comprensión y dominación del mundo y de cuantas circunstancias en él concurren, mediante el razonamiento humano.

Sin duda, acierta este autor francés cuando se fija en los fundamentos ideales de la comunicación, que basan su práctica profesional y su constitución en objeto de estudio científico, y cuando estructura su «arqueología de los saberes acerca de la comunicación» en torno de cuatro procesos intelectuales paralelos (Mattelart, 1995: 13). Aunque no deje de resultar chocante que, en una obra guiada por ese propósito, no tome debidamente en consideración algún otro factor que, a estos efectos, reviste una importancia crucial y al que ya había prestado cierta aten-

ción en un trabajo anterior. En el que, ocupándose de la obra de Adorno, subrayaba la «desconfianza ilustrada» de este autor, y de tantos otros, ante ciertas formas culturales –basadas, entre otros elementos, en su reproductibilidad técnica–, para reconocer a continuación que de «este vigoroso acto de fe en el valor de la alta cultura nacerán numerosos malentendidos» (Mattelart, 1993: 221). El filósofo español Gustavo Bueno, sin embargo, sí tiene bien claro el papel que una determinada idea de la cultura representa en la Modernidad –y, por lo tanto, en el tipo de sociedad al que ésta se debe. Pues, en una de sus obras más conocidas, manifiesta su propósito de desmitificar la cultura. Y es que, en su opinión, la Modernidad no pudo evitar fundar su proyecto ilustrado en algunos mitos, tales como los de la Libertad, la Riqueza, la Felicidad, la Igualdad, la Democracia y, destacando a nuestros efectos, la Cultura (Bueno, 1996: 11). Todos ellos desempeñaron una función constituyente de lo social, participando en un paulatino proceso de secularización mediante el que el universo de las ideas religiosas, que durante tantos siglos sentó buena parte de los fundamentos de la sociedad, fue sustituido por otro cuya piedra angular estaría constituida por la razón humana. La cultura, en concreto, supuso la secularización del mito medieval de la Gracia de Dios: si antes el principal rasgo distintivo del humano frente al animal residiría en la conciencia, basada en el alma insuflada por la gracia divina, la cultura representaría ahora el soporte de esa conciencia y, en su acumulación, el resultado de la acción racional mantenida durante siglos por colectivos humanos –reflejando así, en términos seculares, el «alma de un pueblo».

Pero la cultura adquiere, a su parecer, rasgos de mito oscurantista sobre todo porque, al racionalizar la Modernidad esos mitos y desproveerlos aparentemente de su original condición de fábula e ilusión, los convierte en una especie de «relatos supraracionales» (Bueno, 1996: 26), en ideas-fuerza que fundamentan ciertas formas de vida en sociedad, guiando la acción de los sujetos sociales y dándoles sentido. Pero al objetivarse también instituyen ámbitos de acción específicos para ciertos actores –vinculándolos a rituales, normas, etc. En el caso de la cultura, se

distinguieron tres campos principales de acción, ensalzando y sublimando alguno y despreciando otro –precisamente, el que la ciencia de la comunicación habría sobre todo de estudiar. En este proceso de mitificación moderna de la cultura se diferenciaron, pues, tres niveles –que no son sino tipos de prácticas culturales– en los que ésta se expresaría: el de la alta cultura, reservada a las elites en cuanto a posibilidades de acceso y disfrute (copias únicas, escenarios y rituales), el de la popular o folclórica (volks, folk) de las tradiciones populares y el de la cultura de masas (técnicamente producida y reproducida, mercantilizada y con productos altamente estandarizados) (De Aguilera, 2004: 150). Esquema que más recientemente algunos estudiosos han precisado con la categoría de cultura popular (Real, 2001: 168) –sustituyendo este término al confuso y debilitado concepto sociológico de la masa.

En todo caso, el establecimiento del mito de la cultura y la institucionalización de las formas de participar en ella y de interpretar sus prácticas comportó que el tipo de cultura con la que más se relacionarían enormes segmentos de la población –primero y sobre todo, las capas populares de los medios urbanos– se tratase con una fuerte carga crítica, derivada entre otras razones de su pronunciada mercantilización, que redundaría en la producción de contenidos de «baja calidad», dirigidos a satisfacer el gusto cultural de amplios colectivos, en su mayoría, no muy cualificados. Esto es, de las denominadas «masas». Esta cultura popular o de masas, producida y difundida sobre todo por las industrias culturales mediante la «comunicación de masas», no se situaría en el marco donde se hundiesen las raíces de la cultura tradicional –el locus ideal del medio rural–; ni respondería al planteamiento de las elites cultivadas, entre otras causas, por no apelar a la razón sino, sobre todo, a la emoción (o, si se quiere, al eros freudiano). El mito de la cultura se trasladaba así al campo de la comunicación; pues, como es evidente, la comunicación consiste esencialmente en la manifestación práctica de la cultura en la que se encuentren inmersos los actores sociales. Pero el tipo de cultura que sería estudiada por la ciencia de la comunicación quedaba descalificada desde su misma concepción ideal,

contribuyendo así a hacer más difícil su debida comprensión. Y es que tanto el mito de la cultura como el consecuente y paralelo «mito de la comunicación» fundamentan los discursos públicos –así como la práctica científica que los desarrolla y legitima– que critican con severidad desde un punto de vista moral (al situarse en el nivel del «deber ser») las prácticas culturales que mantiene la inmensa mayoría de la población. Pues, desde hace muchas décadas, casi todos frecuentamos a diario –disfrutándolos a menudo– productos servidos por las industrias de la cultura, que integramos plenamente en nuestras vidas cotidianas con diferentes fines. Pero, al rechazarlos en los discursos públicos –que recrean ciertos fundamentos ideales de nuestra vida colectiva–, al despreciarlos desde las orientaciones científicas dominantes, se renuncia a comprenderlos con rigor (¿por qué, efectivamente, esas prácticas culturales forman parte de nuestra vida cotidiana, a pesar de su mayoritaria reprobación en público?); e, incluso, a orientarlos debidamente –en su caso–, haciendo más fácil la «colonización mercantil» de nuestros deseos y placeres (pues las industrias sí los reconocen y comprenden bien, y procuran encontrar vías adecuadas para satisfacerlos).

Aunque, paradójicamente, nunca fuese incluida en el campo de estudio de la comunicación, no obstante, el caso de la música puede resultar de utilidad ilustrativa a estos efectos. Y es que esta modalidad cultural –que siempre apela, de uno u otro modo, a las emociones– ha conocido un proceso de mitificación singular, si bien inserto en el marco más amplio que acabo de mencionar. Lo que ha permitido distinguir también en el ámbito musical las tres categorías en las que se organiza la cultura. Servida por poderosas industrias culturales, que desarrollan un fabuloso negocio, la música popular se encuentra presente en la vida cotidiana de enormes colectivos de población, que frecuentan esos variados universos simbólicos con fines diversos; a pesar de lo cual han sido muy pocos los estudiosos que se hayan planteado la rigurosa y cabal comprensión de esta manifestación cultural. La música folclórica, sin embargo, ha gozado de una mayor consideración pública, mereciendo pues su estudio la atención –desde hace bas-

tantes décadas— de un número ya crecido de investigadores. Pero el tipo de música que constituye el objeto de estudio tradicional, y durante mucho tiempo exclusivo, de los especialistas en la materia es el que cabe denominar «música culta» o «música clásica»; y ello, a pesar de que sólo la incluyan entre sus habituales prácticas culturales segmentos bastante reducidos de la población —aunque hoy cada vez más amplios.

Más allá de su indiscutible calidad, no deja de resultar paradójico que se consideren «clásicas» ciertas formas musicales surgidas en un contexto espacial y temporal determinado: el constituido por algunas de las sociedades en las que el desarrollo de la sociedad industrial adquiría mayor pujanza. Estas formas musicales —como todas las demás— resultan del contexto en el que se desarrollaron y, por lo tanto, reflejan algunos de sus rasgos: entre otros, el desarrollo de la subjetividad burguesa o la dominación del hombre sobre la mujer¹. Pero la música clásica conoció un singular proceso de mitificación, que descansa entre otros aspectos en la secularización de cierta tradición esencialista atribuida a la música y a la experiencia musical —y resulta ejemplificado en especial por el «mito de Beethoven» (Cook, 2003: 44). Que se tradujo en el establecimiento de ciertos cánones estéticos y de un «repertorio» de música de calidad que podría ser considerada como clásica, además de en la institucionalización, asimismo, de los actores que participasen en estas formas musicales y de los rituales a los que debería atenerse su participación. Y en la institucionalización, igualmente, de un «modelo de negocio» básico que descansa en la explotación de derechos de autor. En esencia, la «obra» creada por el compositor es explotada tanto por el editor de partituras cuanto por los que promueven y se encargan de su interpretación ante un público² que paga por la recepción en un escenario determinado.

1. El papel de ésta en la historia de la música culta es menor, reducido casi exclusivamente a la interpretación de piezas en el ámbito doméstico, con frecuencia, ante familiares o aspirantes a serlo.

2. Ritualmente pasivo y respetuoso, compuesto por agregaciones de individuos absortos en la audición gracias a los conocimientos previos que les permiten la fruición.

Este modelo de explotación del fenómeno musical en la sociedad burguesa sería después desarrollado por industrias culturales que, gracias a ciertas mediaciones técnicas y a diversas circunstancias que se dieron en el medio social, obtendrían cuantiosos beneficios sirviendo música a los ciudadanos en los distintos escenarios de su vida cotidiana. Como ocurre por cierto, en términos en esencia semejantes, en tantos otros ámbitos de la actividad cultural; que conocieron también un preciso proceso de institucionalización que, entre otras cuestiones, comprende un modelo de explotación básico mediante el que ciertas industrias, apoyándose en determinadas mediaciones técnicas –aptas para la producción, difusión y reproducción–, encuentran elementos culturales con algún grado de originalidad –de modo que permitan el establecimiento de derechos de autor– para conferirles cierto tratamiento a fin de que resulte lo más atractivo posible para que un número amplio de receptores pueda invertir en él, para su fruición, su energía, su tiempo y su dinero. Y comporta asimismo la determinación de los principales actores que puedan participar en esos procesos de comunicación, así como de los modos en que pueda producirse esa participación.

2 EN EL CENTRO, LA INFORMACIÓN

Y es que la institucionalización de la comunicación comprendió sus distintas facetas, incluyendo la materia de que debía ocuparse científicamente (su objeto de estudio), así como los modos y actores aptos para llevarlo a cabo. De aquí que, al multiplicarse la producción y difusión de mensajes y desarrollarse las industrias culturales, pronto hubiese que delimitar un campo propio de actuación para los estudiosos que se especializaron en proveer los datos que satisficiesen las necesidades industriales así como, más en general, que permitieran gestionar las posibilidades casi taumáticas que se atribuían a los «poderosos» medios de comunicación de masas. Por más que para cubrir ese campo de actividad profesional concurrieran profesionales provenientes de distintos ámbitos del saber, sin embargo, sobre todo se nutrió inicialmente

—antes de que se reconociera el campo particular de quienes algunos denominan «comunicólogos»— de dos dominios del saber especializados en conocer y gestionar, respectivamente, la mente humana y los grandes colectivos de población; esto es, la psicología y la sociología.

La determinación del objeto de estudio, no obstante, conoció ciertas polémicas iniciales. Pues algunos estudiosos propusieron que esta ciencia se ocupase, dada la centralidad de estos fenómenos en distintas facetas de nuestra vida en sociedad, de las complejidades de la comunicación humana en sus variadas manifestaciones; lo que exigiría, entonces, la concurrencia de distintas disciplinas que se intersecasen en el objeto abierto y complejo constituido por la comunicación. A su vez, algunos otros quisieron enfocar el estudio de la comunicación atendiendo a su relación con la subjetividad humana. Pero, frente a estos planteamientos, pronto se impuso una concepción que centraba el estudio científico de la comunicación, esencialmente, en los mensajes —con especial consideración por los de índole informativa— trasladados por los medios de comunicación de masas y en los efectos casi taumaturgicos que estos pudiesen tener entre las audiencias de estos medios, constituidas por individuos aislados pero agregados en enormes masas de población —anónimas, heterogéneas y dispersas por extensos territorios.

Entre las circunstancias contextuales que contribuyeron a fijar este objeto de estudio cabría mencionar ciertas consecuencias de la Segunda Guerra Mundial³, así como las exigencias que planteaba el desarrollo del modelo de explotación de estos medios de comunicación (que, entre otras cuestiones, precisaba medir algunas de las variables que intervienen en las comunicaciones) (Ang, 1996). El estudio de las comunicaciones en torno de este primer objeto fue efectuado por investigadores que obedecían, sobre todo, a las dos corrientes metodológicas predominantes en

3. Tales como el espanto causado por los horrores de esa guerra y por el uso que en ella se hizo de los medios de comunicación, o como la división del mundo en dos grandes bloques de poder, asignándose a la ciencia un determinado papel en cada uno de ellos.

aquel período –aunque entre una y otra haya, por supuesto, importantes diferencias. Una, la que imperaba en el bloque de países liderado por la Unión Soviética: el materialismo histórico que, empleando sobre todo procedimientos cualitativos, perseguía demostrar la validez de las principales aseveraciones de Karl Marx, Friedrich Engels y otros autores que desarrollaron las ideas de estos pensadores, así como probar igualmente lo acertadas que resultaban las prácticas comunicativas desplegadas por las elites gobernantes para desarrollar la sociedad socialista (Manaev, 2003). Esta orientación metodológica ha alcanzado, sin embargo, sus más importantes frutos en su aplicación al estudio de ciertos aspectos de las comunicaciones propias de los países occidentales; pues tanto la vigorosa crítica de la cultura y la comunicación realizada en el marco de la Escuela de Frankfurt, cuanto su posterior desarrollo por la corriente centrada en la economía política de la comunicación, atendieron en especial a la influencia que pudiesen alcanzar entre los miembros de las clases trabajadoras los mensajes elaborados y difundidos por los medios de comunicación de masas –que se encontraban en armonía con los intereses económicos e ideológicos de los segmentos de la población que ocupan una posición hegemónica.

La otra corriente metodológica sería la más acorde con la forma dominante de entender las ciencias humanas y sociales en el bloque liderado por los Estados Unidos de América: el positivismo. Que en el estudio científico de la comunicación, bajo la influencia principal de la psicología conductista y la sociología funcionalista, se desarrollaría en una línea que ha recibido algunas denominaciones genéricas («Mass Communications Research», «investigación administrativa»); aunque me parezca más adecuado calificarla como «informativa» (Del Río, 1996: 42 / Dahlgren, 1998: 44), atendiendo sobre todo al papel crucial que el concepto de información –y ciertas ideas con él asociadas– ha desempeñado en esta corriente a lo largo de los años. Pues si los estudiosos alineados en ella, partiendo del uso quizá más destacado que se había conferido a los medios de comunicación durante décadas –como soporte mediante el que trasladar a sus públicos

y audiencias ciertas novedades y discursos apelando casi siempre a la razón e incidiendo en su opinión, aunque respondiendo con harta frecuencia a fines intencionales— y de la consecuente atención que le prestaron ciertas tradiciones analíticas como la publicística, y en consonancia asimismo con diversos requerimientos contextuales, tomaron la información como objeto más destacado de estudio, a su vez, el desarrollo del conocimiento científico y tecnológico habido tras la Segunda Guerra Mundial, junto con otras circunstancias, incrementó en alta medida el papel que la información habría de representar a diferentes niveles.

De modo que esta línea de estudio, en consonancia con su orientación metodológica y con las razones que la explican, estableció pronto un modelo lineal, de pronunciada tendencia cuantitativa⁴, para observar los fenómenos comunicativos. Que se fijaba, primero, en la labor de los emisores para, gracias a determinadas mediaciones tecnológicas, producir y difundir mensajes que alcanzarían a los receptores —tomados como individuos aislados, sin la menor referencia a su inserción social—, teniendo sobre ellos ciertos efectos. En esta perspectiva, la información aparecía ya como un principio organizador, contemplándose los medios como difusores de mensajes (tomados como elementos manifiestos y mensurables, de los que se ignoran los más amplios contextos discursivos) que tendrían un impacto sobre lo que piensen y hagan los individuos agregados en audiencias masivas; el impacto de esos mensajes sería causa necesaria y suficiente para incidir en las actitudes y comportamientos de las audiencias. Cuando estas primeras formulaciones de esa línea de estudio comenzaban a establecerse —extendiéndose por cierto a otras modalidades, no informativas, de la comunicación— en ese contexto social posbélico se dieron unas circunstancias que la afianzaron y confirieron un nuevo impulso, si bien modificándola al mismo tiempo en alguna medida. Entre otras, la confluencia de una serie de desarrollos científicos que, en esencia, respondían a una pers-

4. Midiendo elementos objetivables para, con fines de predicción, explicar los fenómenos atendiendo a sus relaciones causales —si bien atendiendo básicamente a una sola o muy pocas variables en esas relaciones.

pectiva semejante. Así, la teoría de la información, la cibernética, la teoría general de sistemas, el estructuralismo, la inteligencia artificial e, incluso, la biología celular, constituyeron los principales componentes del contexto intelectual de aquel período (Burnett y Marshall, 2003 / Gere, 2002) –proyectándose aún con indudable fuerza hasta nuestros días. En todo caso, la información aparecía como uno de los conceptos centrales, de los principios organizadores, aunque en general con una base más bien abstracta: entre otras razones, porque se presenta como un elemento que se traduce en códigos –por cierto, cuantificables y, por ende, más fáciles de valorar– que, a su vez, tienen aplicación sobre una enorme cantidad de elementos y circunstancias de nuestro entorno –por ejemplo, sobre los símbolos. No parece necesario, en fin, profundizar en estas ideas, de sobra conocidas, ni destacar más la importancia de esos planteamientos y su influencia en nuestra sociedad, incrementada al unirse a otros principios y líneas de interés que gozan de notable tradición –como la búsqueda de máquinas inteligentes así como su vínculo directo con la razón instrumental (examinada con notable acierto por varios miembros de la Escuela de Frankfurt). Y es que esta serie de planteamientos, con la información como una de sus piedras angulares, resultaba de gran utilidad para la sociedad de la posguerra –convirtiéndose en principio organizador de la tecnología, de la estrategia militar, de la industria y los negocios, etcétera–; y, en su desarrollo, más aún para el modelo social de nuestros días.

Incorporando esas líneas de pensamiento –en general, concordantes entre sí y con distintas tradiciones bien establecidas en nuestra sociedad además de, por otro lado, con determinados intereses de ciertos segmentos y colectivos de este medio social– la corriente de estudio a la que me refiero se afianzó, alcanzando una situación de hegemonía que habría de influir en la ciencia de la comunicación en su conjunto. De modo que ésta se ha ocupado sobre todo de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación de masas –aunque ahora se haya ampliado a los transmitidos también por otros medios. Y mantenido un especial interés por los efectos –de distinta índole, según los produzcan

contenidos informativos, de entretenimiento o incluso comerciales— que esos mensajes tengan sobre sus receptores. El objeto de estudio definido por esta corriente, y proyectado sobre el conjunto de la ciencia de la comunicación, está en alta medida condicionado por una serie de elementos —materiales e ideales— propios y característicos del medio en el que se ha desarrollado; entre los ideales, en suma y sobre todo, por dos mitos: el de la cultura y el de la tecnología (este último, aunque de menor rango, también establecido en el marco de la Modernidad, fundamenta asimismo diversos discursos —con gran frecuencia utópicos, pero también alojados a menudo en el terreno del pesimismo). Ese objeto de estudio, acomodado además a una orientación metodológica que presenta serias limitaciones, no resulta adecuado para examinar cabalmente las comunicaciones humanas —ni sus diversas modalidades concretas. Es especialmente inapropiado para ocuparse de la cultura popular, esto es, de las prácticas culturales mantenidas más a menudo por la inmensa mayoría de la población. Excluye además diversas manifestaciones de la comunicación humana (por ejemplo, la comunicación «cara a cara» o la musical, entre otras muchas de índole variada) y no ha tomado en consideración los intereses y puntos de vista de amplios segmentos de la población (por ejemplo, ignora la perspectiva del género).

Pero también es verdad, por otro lado, que buena parte de lo que sabemos en la ciencia de la comunicación se debe a esa línea de estudio hegemónica. Que, al adoptar una perspectiva en la que el concepto de información desempeña un papel central y la determinación de los efectos —para lograrlos o combatirlos— constituye su primer objetivo, ha logrado gran difusión entre los estudiosos y entre el público no especializado. Entre otras razones, porque ha introducido en el ámbito científico de la comunicación, y en la consideración pública de esos fenómenos, algunos de los temas centrales en las ciencias sociales desde su misma fundación —de los que también se han ocupado, por cierto, casi todas las demás corrientes científicas importantes en el estudio de la comunicación— y que hoy en día, en esta época de cambio e

incertidumbre, adquieren especial relevancia; y es que la comunicación –y en particular la desarrollada mediante esos poderosos medios técnicos– tiene mucho que ver con el «poder»⁵.

3 EL GIRO CULTURAL

La definición del objeto de estudio del que ha de ocuparse la ciencia de la comunicación se debe pues, muy en especial, a esa corriente que he preferido denominar «informativa». Cuya posición hegemónica en la historia de la investigación en comunicación ha contribuido de manera muy notable a que ese objeto de estudio ocupe una posición principal en esta ciencia. Aunque esa posición cada día esté más en entredicho. En lo que desde luego colaboraron las distintas aproximaciones críticas con la perspectiva informativa que se desarrollaron en torno de los años 60. Entre las que sobresalen la teoría cultural desarrollada en el marco de la Escuela de Frankfurt y las sucesivas líneas semióticas. Pero si esas aproximaciones observaban estos fenómenos aún con un enfoque macroscópico, sin embargo, también de aquella época datan otros planteamientos microscópicos, que se acercaban a la comunicación atendiendo más a la subjetividad de los receptores y a la inserción de los medios en su vida cotidiana. Entre los

5. Esto es, con la capacidad de influencia («poder cultural» o «simbólico») que tengan sobre otros quienes ocupen una posición privilegiada en una situación de intercambio comunicativo –con personas aisladas, grupos o grandes colectivos de población–; influencia que, por cierto, se ha ido repartiendo a lo largo de la historia de la investigación en comunicación entre los emisores (sobre todo, por las primeras corrientes de estudio, en especial, por la «teoría de la aguja hipodérmica»), los contenidos (por las distintas líneas que se han preocupado por el sentido de los mensajes, en particular, por los semióticos) y los receptores (destacando a este respecto la corriente de los «estudios culturales»). También, con la lucha por el poder entre diferentes clases sociales (destacando al respecto las corrientes amparadas en general por el paradigma del materialismo histórico) y por las «negociaciones» que éstas mantengan al definir el sentido y la orientación que se confiera a los mensajes durante su producción o recepción. Asimismo, con el poder para determinar, en términos morales, la orientación ideal que deban seguir tanto la población en su conjunto cuanto segmentos de ella –por ejemplo, niños y jóvenes. Incluso, la capacidad para establecer quién puede acceder, y cómo, a la producción y difusión de mensajes, o el vínculo de esos contenidos con el «poder económico» (Thompson, 1998: 31).

que ha de destacarse la línea de estudio que se fija en los «usos y gratificaciones» –por cierto, inscrita en el seno de la corriente informacional dominante, si bien suponga un especial desarrollo suyo. Y es que diversas razones –mercantiles, científicas– exigían la revisión de algunas ideas, difíciles de sostener, pero sólidamente asentadas en la ciencia de la comunicación. De ahí que se pudiese constatar el papel activo del receptor de los mensajes al escoger una serie de contenidos en varios medios (cómo, cuándo y porqué usa esos medios) y se pusieran en cuestión las simples explicaciones monocausales tan tradicionales en la ciencia de la comunicación –reconociéndose así la complejidad inherente a cualquier conducta humana, incorporada sobre todo al estudio de la comunicación por la escuela sistémica.

Esas corrientes críticas aplicadas al estudio de la comunicación se insertan en el contexto más amplio de la serie de mudanzas que conocían las ciencias humanas y sociales en su conjunto. Que buscaban articular cabales respuestas a los cambios sociales que ya se acumulaban en aquellos años y que no harían sino intensificarse y producirse a un ritmo cada vez más intenso en las décadas siguientes. El análisis y la interpretación de estos cambios ha redundado en la publicación de una vasta literatura que, en unos casos, procura ofrecer respuestas y vías para su más amplia comprensión (Castells, 1997–98 / Giddens, 1986 y 1995), en otros, se fija sobre todo en su dimensión cultural (Berger y Luckmann, 1997 / Gere, 2002) y aún en otros atiende específicamente al despliegue de un nuevo sistema de comunicación. Aunque buena parte de esos analistas coincidiera en destacar en sus trabajos –sean de carácter general o más específico– el papel central que en ellos representan la cultura y los procesos de comunicación así como, en muchos casos, los rasgos singulares que exhiben en la actualidad. De ahí que un número creciente de especialistas convenga también en señalar la necesidad de renovar los marcos teóricos para el estudio de la comunicación; pues, si el informacional presenta diversos problemas e insuficiencias para entender los procesos de comunicación de masas, resulta todavía

más inapropiado para el cabal estudio de los fenómenos comunicacionales más característicos de nuestros días (Morris y Ogan, 1996: 1).

Y es que la sociedad actual conoce el despliegue de un nuevo sistema de comunicación, pero también se encuentra inmersa, por razones que aquí no cabe examinar, en un proceso continuo de búsqueda de sentido y de identidad –tanto a título individual cuanto colectivo. Estas y otras razones contribuyen a explicar la necesaria emergencia en el actual contexto social de planteamientos, en la comunicación y en otras ciencias sociales, que ya no buscan sólo lograr una pretendida objetivación de la realidad –de acuerdo con el paradigma positivista–, sino que prestan asimismo atención a la subjetividad humana y a los contextos de la vida cotidiana; pero también, y sobre todo, a la producción de sentido. Y es que, además de las decisivas contribuciones derivadas del examen de la comunicación desde una perspectiva de género (van Zoonen, 1994) así como del estudio de las emociones en la conducta humana y en sus culturas (Stewart, 2001 / Neiva, 2001), probablemente, las modificaciones más importantes en el objeto de estudio de la ciencia de la comunicación se relacionen con la irrupción del «sentido».

Aunque esta perspectiva gozase de una larga y asentada tradición en las ciencias sociales (desde el «*verstehen*» weberiano) y conociera algunos tímidos intentos de implantación en los iniciales pasos de la investigación en comunicación, sin embargo, no sería hasta la década de los años 70 del siglo *xx* –e incluso antes, con el seminal trabajo de Berger y Luckmann (1968)– cuando emergiese el sentido como objeto explícito de la investigación científica de la comunicación. Así, las vías principales por las que se introdujo el sentido en el estudio de la comunicación fueron ciertos estudios cualitativos de los textos mediáticos (semiótica, narratología, retórica) y otros trabajos alineados en la investigación de campo cualitativa –etnografía de los productores (Tuchman, 1978) y receptores (Morley, 1992). Pero las contribuciones probablemente más relevantes a este respecto sean las logradas en el polimórfico escenario de los estudios culturales británicos.

Que, centrados primero en dos campos interconectados (el sentido y el poder), comprendieron en la comunicación una gama amplia de estudios que descansan en dos grandes ideas: una, la polisemia inherente a todo mensaje y, otra, la relación activa de los receptores con esos productos culturales –que los seleccionan, se los apropian y les atribuyen sentido–; lo que equivale, por cierto, a enfatizar el poder de los receptores frente al que se atribuía tradicionalmente a los productores y a los propios textos.

Es bien cierto que el término sentido (*meaning*) conoce varias acepciones en el vocabulario científico, derivadas sin duda de las corrientes diversas que le otorgan un papel de primera importancia en el estudio de la comunicación; pero también relacionadas con las cuatro dimensiones esenciales que tiene el sentido en las comunicaciones humanas –denotativa, connotativa o asociacional, superestructural y existencial (Dahlgren, 1998: 47-8). Aunque todos estos estudiosos coincidan, en general, en otorgar un papel decisivo a distintas mediaciones sociales (Martín Barbero, 1998: 159) en la construcción social de sentido⁶, sin embargo, todavía bastantes de ellos prestan una excesiva –casi exclusiva– atención a los aspectos subjetivos, idiosincrásicos, y toman menos en consideración las estructuras y los patrones culturales propios de la sociedad –así como otros elementos materiales e ideales. Pero, con independencia de los mejores desarrollos teóricos que aún se deben lograr –en breve, sobre todo los vinculados a la articulación entre los componentes micro y macroestructurales presentes en todo proceso de comunicación–, no cabe duda, sin embargo, de que el sentido está contribuyendo de forma decisiva para lograr una mejor definición del objeto de estudio propio de esta ciencia. Aunque esa definición probablemente deba de ser plural o, cuando menos, más abierta que hasta ahora, de modo que pueda comprender las numerosas manifestaciones de la comunicación humana y las lógicas y marcos teóricos que resulten consecuentes.

6. No únicamente a los mensajes mediáticos y, menos aún, a uno solo de esos mensajes, como llegaron a proponer algunas de las primeras formulaciones teóricas para el estudio de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilera, Miguel de (2004): «Tomar la cultura popular en serio». *Comunicación*, 2, pp. 147-58.
- Aguilera, Joaquín de y De Aguilera, Miguel (1989): *Nueva dimensión de los medios audiovisuales*. Mitre: Barcelona.
- Ang, Ien (1996): «Las guerras de las salas de estar. Nuevas tecnologías, índices de audiencia y tácticas de consumo». En Silverstone, Roger y Hirsch, Eric (eds.): *Los efectos de la nueva comunicación. El consumo de la moderna tecnología en el hogar y en la familia*. Paidós: Barcelona, pp. 193-212.
- Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas (1968): *La construcción social de la realidad*. Amorrortu: Buenos Aires.
- Berger, Peter L. y Luckmann, Thomas (1997): *Modernidad, pluralismo y crisis de sentido. La orientación del hombre moderno*. Paidós: Barcelona.
- Bueno, Gustavo (1996): *El mito de la cultura*. Prensa Ibérica: Barcelona.
- Burnett, Robert y Marshall, P. David (2003): *Web Theory. An Introduction*. Routledge: Londres.
- Castells, Manuel (1997-98): *La era de la información. Economía, sociedad y cultura* (3 vols.). Alianza Editorial: Madrid.
- Cook, Nicholas (2003): *De Madonna al canto gregoriano. Una muy breve introducción a la música*. Alianza Editorial: Madrid (primera reimpresión).
- Dahlgren, Peter (1998): «Meaning and/vs. Information in Media Studies». *Loisir et Société*, vol. 21, n.º 1, pp. 43-62.
- Gere, Charles (2002): *Digital Culture*. Reaction Books: Londres.
- Giddens, Anthony (1986): *La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración*. Amorrortu: Buenos Aires.

- Giddens, Anthony (1995): *Modernidad e identidad del yo. (El yo y la sociedad en la época contemporánea)*. Península: Barcelona.
- Manaev, Oleg (2003): *Methodological Trends in Communicational Research*. Seminario impartido en la Universidad de Málaga.
- Martín Barbero, Jesús (1998): *Penser la société à partir de la communication. Loisir et Société*, vol. 21, n.º 1, pp. 145-77.
- Mattelart, Armand (1993): *La comunicación-mundo. Historia de las ideas y de las estrategias*. Fundesco: Madrid.
- Mattelart, Armand (1995): *La invención de la comunicación*. Bosch: Barcelona.
- Morley, David (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*. Routledge: Londres.
- Morris, M. y Ogan, C. (1996): «The internet as Mass Medium». *Journal of Computer Mediated Communication* 1: 4, en URL: <http://shum.cc.huji.ac.il/jcmc/voll/issue4/morris.html>
- Neiva, Eduardo (2001): «Rethinking the foundations of culture». En James Lull (ed.): *Culture in the Communication Age*. Routledge: Nueva York, pp. 31-53.
- Real, Michael (2001): «Cultural theory in popular culture and media spectacles». En Lull, James (ed.): *Culture in the Communication Age*. Routledge: Nueva York, pp. 167-78.
- Río, Pablo del (1996): *Psicología de los medios de comunicación*. Síntesis: Madrid.
- Stewart, Edward C. (2001): «Culture in the mind: on the origin of meaning and emotion». En James Lull (ed.): *Culture in the Communication Age*. Routledge: Nueva York, pp. 9-30.
- Thompson, John B. (1998): *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Paidós: Barcelona.
- Tuchman, Gaye (1978): *Making News*. Routledge: Londres.
- Zoonen, L. van (1994): *Feminist Media Studies*. Sage: Newbury Park.

EL ESTUDIO DE LOS PERIÓDICOS
Y LA HISTORIA PROPIA DEL PERIODISMO

Jaume Guillaumet

Universitat Pompeu Fabra de Barcelona

El estudio de los periódicos continúa siendo una prioridad entre las necesidades y objetivos de la historia del periodismo. En España es un ámbito de investigación apenas hollado. A pesar de la aparente cobertura temporal de la evolución de la prensa, con una gran obra de referencia –los ya tres volúmenes de *Historia del periodismo en España*¹, que son lo más parecido a la *Histoire générale de la presse française*²–, son muy escasos los grandes periódicos que han sido objeto de monografías y estudios como las que se disponen en Francia, Inglaterra y Estados Unidos. Las hay, desde hace poco tiempo, de *ABC*³ y *El País*⁴, los dos principales periódicos actuales, pero no las hay de apenas ninguno de los siglos XIX y XX.

El estudio del periódico es prioritario y fundamental porque el periódico es el principal protagonista de la historia del periodismo y en las páginas de sus ejemplares están o se pueden deducir casi todos los datos e interpretaciones básicos. Pese a los grandes vacíos de las hemerotecas y a la existencia de colecciones frecuentemente incompletas, el periódico se conserva en forma y contenido, de un modo que ya no se ha repetido en los medios más modernos como la radio y la televisión.

1. Sáiz, María Dolores y Seoane, María Cruz (1983, 1987 y 1996): *Historia del periodismo en España*, 3 volúmenes, Alianza Editorial, Madrid.

2. Bellanger, Claude et alii (1969-1976): *Histoire générale de la presse française*, 5 volúmenes, Presses Universitaires de France, París.

3. Olmos, Víctor (2002): *Historia del ABC*, Plaza y Janés, Madrid.

4. Seoane, María Cruz y Sueiro, Susana (2004): *Una historia de El País y del Grupo Prisa*, Plaza y Janés, Barcelona.

Decía Pedro Mata⁵ –médico, político y periodista– que el periódico es como la mosca, que nace y muere cada día, pero quizá sea más efectivo en este enfoque compararlo con la persona humana. Cada día en sus páginas ofrece informaciones y expresa opiniones, respondiendo a múltiples actos e intereses, en relación a estímulos externos y decisiones internas. Mantiene a lo largo de su vida líneas de conducta perfectamente descriptibles, aunque no siempre fruto de propósitos deliberados y con aspectos frecuentemente imprevisibles. El periódico es una persona material y jurídica que actúa diariamente como un actor social y político. La suma de múltiples aportaciones intelectuales y materiales le confiere un grado sorprendente de personalidad y autonomía.

Aún habiendo sido fuentes habituales de estudios políticos y culturales, el escaso conocimiento acumulado sobre los principales periódicos afecta tanto a su papel como actores de la vida pública como a sus aportaciones al desarrollo de la historia propia del periodismo. La necesidad de este enfoque metodológico se hace más imprescindible a medida que se avanza en el estudio de los periódicos y se aprecia una acumulación progresiva de capital teórico corporativo, en cuanto a principios profesionales, géneros escritos y gráficos, formas organizativas y técnicas específicas.

Más allá de la relación de la prensa con los factores fundacionales que determinan su aparición en el siglo xvi y la formación de la periodicidad en el xvii –la expansión comercial y el crecimiento de las ciudades, con la creación de los mercados y correos semanales; las luchas políticas y religiosas, con la explotación de todas las posibilidades de la imprenta–, el periodismo antiguo ya establece una relación autónoma y genuina de oferta y demanda, de intercambio de servicios y necesidades con el proceso de cambio social que conducirá a la revolución liberal.

La época mejor conocida de la historia de la prensa es aún hoy el de sus orígenes, aunque de forma desigual en las diversas culturas de España. Un examen atento de sus páginas revela as-

5. «Apuros del periodista» de Pedro Mata en *El Constitucional* de Barcelona, 14 de enero de 1842. Texto completo en Guillamet, Jaume (1993): *La formació de la premsa moderna*, Generalitat de Catalunya, Barcelona, p. 92-100.

pectos esenciales para la consideración de una historia propia del periodismo. El privilegio real y la censura anteriores a la libertad de imprenta constituyen un régimen sumamente estricto que ofrece escaso margen de maniobra a impresores, editores y primeros periodistas –figuras a menudo concentradas en una misma persona. La observación atenta de las páginas de aquellos periódicos permite un análisis de sumo interés sobre los factores sociales y económicos que permiten la aparición y continuidad de publicaciones periódicas distintas de las gacetas oficiales, a las que se reserva la función informativa en el terreno político y militar.

La existencia de instituciones culturales y de sectores ilustrados –a menudo relacionados también con guarniciones militares–, el movimientos de viajeros y mercancías y las relaciones de influencia con otras áreas y poblaciones son determinantes para el éxito de los primeros periódicos y de su publicación continuada, así como de la rivalidad entre el diarismo literario de inspiración francesa e inglesa y el diarismo local de la tradición española, formulado por el *Diario Noticioso...* de Nipho, con la doble función formativa y de servicios definida sintéticamente por Husón, el creador del *Diario de Barcelona*, como «la general instrucción y la común utilidad»⁶. La guerra contra la ocupación napoleónica⁷, con el consiguiente estreno del régimen liberal y de la Constitución de 1812, tiene efectos de enorme interés para la publicación libre de periódicos, pero también para la formulación de principios y técnicas profesionales, fenómeno que se repite en el Trienio Constitucional, un decenio más tarde.

A partir de este momento, empieza un gran vacío de la investigación, salvado por una descripción interpretativa de las consecuencias periodísticas del régimen liberal, basada más en la evolución legislativa, la significación política de la prensa y las aportaciones de algunas personalidades destacadas que en el es-

6. Guillamet, Jaume (2003): *Els orígens de la premsa a Catalunya. Catàleg de periòdics antics (1641-1833)*, Arxiu Municipal, Barcelona, p. 58-80

7. También la guerra anterior contra la Convención Nacional francesa en Cataluña produce fenómenos de menor relieve pero interesantes, como la publicación del bisemanario literario *Correo de Gerona* (1795), coincidiendo con la presencia de una numerosa guarnición en esta ciudad. Id. nota 6, p. 81-85.

tudio de los periódicos. Vacío que no empieza a cerrarse hasta el último cuarto de siglo, en buena parte gracias a memorias y testimonios contemporáneos y a la atención a periódicos decisivos en el primer tercio del siglo xx, como *El Imparcial*, *El Liberal* y *Heraldo de Madrid* o *La Vanguardia* de Barcelona. De los cuatro se sigue teniendo, en cualquier caso, un conocimiento parcial, aunque se les haya prestado en la historia política una atención muy superior a la recibida por otros más antiguos como *El Español* de los años 30, *Las Novedades* y *La Correspondencia de España* de los 50 –atención que sí ha merecido hasta cierto punto el *Diario de Barcelona*.

Este vacío impide establecer de manera equivalente a como se ha hecho en Francia e Inglaterra –con el estudio de las dos bajadas sucesivas de precios, la publicidad y el aumento de las tiradas– el origen del periodismo informativo y de empresa y el crecimiento del mercado, así como la aparición de diarios regionales y la formación de algunos mercados territoriales y lingüísticos específicos como el de Cataluña⁸. Sin el estudio de los principales periódicos de la segunda mitad del siglo xix en relación al desarrollo industrial y de las comunicaciones, al crecimiento de las ciudades y a la alfabetización, no es posible establecer el momento de irrupción del periodismo industrial en España, tan nítidamente establecido en Francia e Inglaterra.

Esa línea de estudio es particularmente importante en el momento en que la historia del periodismo se acerca a un momento de inflexión final, si es que no ha cruzado ya su umbral. De acuerdo con el esquema de interpretación evolutiva comparada que he planteado para la historia del periodismo⁹, la aparición de internet y la prensa digital en el año 1995 podría marcar el final

8. Figueres, Josep Maria (1999): *El primer diari en llengua catalana*, Institut d'Estudis Catalans, Barcelona (sobre *Diari Català*). Pich i Mitjana, Josep (2003): *Almirall i el Diari Català (1879-1881). L'inici del projecte polític ideològic del catalanisme progressista*, Eumo Editorial, Vic. Durán, Carola (2001): *La Renaixensa, primera empresa editorial catalana*, Publicacions de l'Abadia de Montserrat, Barcelona.

9. Guillet, Jaume (2004): «Factores de progreso y atraso. Por una historia comparada del periodismo» en *Doxa Comunicació*, 1, Universidad San Pablo-CEU, Madrid, p. 5-38. Esquema aplicado en la ordenación de la obra (2003) *Història del periodisme. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*, Aldea Global, Barcelona.

de una tercera gran época en la historia del periodismo –periodismo contemporáneo o industrial–, cuyo inicio se produce con el advenimiento de la prensa de masas en un momento que varía según los países entre el último tercio del siglo XIX y las primeras décadas del XX. Internet cerraría un ciclo tecnológico iniciado 550 años antes por la imprenta de Gutenberg, cuya tecnología supera, integra y recrea en un entorno inmaterial.

El periodismo tal como hoy aún lo conocemos –la recogida, selección, edición, comentario y difusión de noticias comprobadas, según criterios de interés y servicio público, para facilitar el conocimiento e intervención del público en la vida social en un régimen de libertad– es un fenómeno propio de las sociedades liberales del siglo XIX. Ese periodismo moderno o liberal, que desarrolla las funciones originarias definidas por el periodismo antiguo o artesano surgido bajo la influencia del racionalismo y la ilustración en los siglos XVII y XVIII, culmina en el entorno industrial del siglo XX y se expande a los nuevos medios de comunicación –cine, radio y televisión– hasta verse superado por la poderosa industria de la comunicación a la que ha dado lugar. En ella parece hoy estar diluyéndose, bajo la fuerza del entretenimiento y el espectáculo y el poder omnímodo de la publicidad como principal factor regulador del mercado.

Al interés intrínseco del enfoque disciplinar de una historia propia del periodismo basada en el estudio de los periódicos se añade su utilidad para enfrentar el estudio del final del periodismo como actividad omnicomprendiva de la industria informativa y su disolución en la nueva y poderosa industria de la comunicación. Para tratar de ver en qué medida el periodismo, como actividad informativa al servicio de la percepción y al análisis de la realidad social, puede mantener una posición cualitativamente dominante en el nuevo y complejo engranaje de la comunicación.

INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN
Y LA CULTURA DEL SIGLO XX

Josep Lluís Gómez Mompert
Universitat de València

La ciudad contemporánea es un excelente laboratorio de estudio y ensayo representativo de las denominadas sociedades de cultura y de comunicación de masas (SCCM)¹. Manuel Castells, en su libro *La ciudad y las masas* (1986), expone que las ciudades son la materia prima esencial para la producción de la experiencia humana. Es decir, a través de las ciudades es posible comprender la complejidad del mundo actual, entre otras cosas porque el mundo actual es un mundo fundamentalmente urbano.

1. La expresión Sociedad de Cultura y Comunicación de Masas (SCCM) nos permite estudiar y contemplar preferentemente la historia de las sociedades contemporáneas (últimos ciento cincuenta años) o sociedades industriales en avance progresivo. En algunos países, como es el caso de Inglaterra o Francia, la SCCM, donde el proceso de industrialización comenzó antes, ese concepto ya se podría aplicar desde mediados del siglo XIX. En cualquier caso, la evolución de esas sociedades supuso un conjunto de procesos sociales en los que cuajó lo que en términos generales se conoce históricamente como urbanización, industrialización y modernización. Ese triple proceso correspondería al modelo clásico y pionero. En sociedades más atrasadas socioeconómica y tecnológicamente se incorporarían más tarde a esas transformaciones y no siempre se producirían esos tres procesos de manera combinada y en paralelo.

La utilidad de la expresión SCCM hay que entenderla no como un concepto histórico, y en consecuencia no como una categoría, sino fundamentalmente: i) como un referente de pensamiento: pensar la sociedad a partir de esa expresión de sociedad de cultura y comunicación de masas; ii) como un procedimiento para observar la realidad, como un itinerario metodológico de cómo acercarse a esa sociedad de cultura y comunicación de masas; y, iii) como una manera de entender la sociedad, como un espacio metodológico para volver a leer o para releer la historia cultural.

De manera sintética, la génesis de la SCCM puede interpretarse, esquemáticamente, como nuevas formas de ver, apreciar y representar la nueva realidad (cambiante), y de nuevas mentalidades derivadas de esa nueva realidad.

De aquí que propongamos la ciudad para estudiar la cultura y la comunicación (de masa) a lo largo del siglo xx. Para ello, vamos a explicar algunas reflexiones teóricas, aludir a ciertas investigaciones al respecto y, después, presentar una propuesta metodológica para comprender la cultura y comunicación contemporáneas.

1 EL PASEANTE HISTÓRICO DE LA CIUDAD

En nuestra doble condición de ciudadano y de historiador, nos sentimos urbanamente un *flâneur* –utilizando la expresión de Baudelaire–, es decir, un paseante del espacio y del tiempo. En otras palabras, un paseante histórico de la ciudad. Para poder hacer ese *recorrido* espacio-temporal vamos a relacionar un par de nociones, la de paseante y la de viajero.

El término «paseante» lo enunciaron de una manera moderna, entre otros, algunos autores franceses o afincados en Francia como Apollinaire, Léautaud, Poe, Baudelaire, etc. Así, por ejemplo, Edgar Allan Poe en su obra *The Man of the Crowd* del año 1840 (publicada en 1845) se adentra en la figura del paseante, aunque la referencia más conocida es la de Charles Baudelaire en su famoso *Le Spleen de Paris*, del año 1869 (recogida en una edición de 1919), sin olvidar un texto muy anterior, de 1872, de Jean-Jacques Rousseau *Les rêveries du promeneur solitaire* (en edición de John S. Spink de 1848). De todas formas, será Walter Benjamin quien –recuperando la expresión rousseauiana (escribirá «la ciudad como recurso mnemotécnico del paseante solitario»)²– mejor desarrollará ese término y lo llenará de sentido contemporáneo, al distinguir entre paseante filosófico y *flâneur*, al que calificará de «sacerdote del *genius loci*»³ porque su arte incluye el saber habitar.

Benjamin será capaz de acercarnos a las propuestas más ricas de paseante tal y como aquí nos interesa mediante su excelente investigación y creación de la ciudad representativa de lo que hemos denominando SCCM. Sin embargo, Walter Benjamin

2. En «El retorno del *flâneur*», epílogo a *Paseos por Berlín* de Franz Hessel (1997: 215).

3. *Ibidem* (217).

se inspirará en Hessel, ya que éste –según escribe Jean-Michel Palmer⁴– «fue el primero que vio en la gran ciudad un enigma, un universo de signos por descifrar. Antes que Benjamin o Sigfried Kracauer, él supo hacer de los devaneos filosóficos del *flâneur* un verdadero género literario». Y Benjamin así lo expresó en varias ocasiones y lo desarrolló en *Das Passagen-Werk* (1982). La ciudad se convierte aquí en un documento de cultura complejísimo ante el cual el paseante intelectual debe estar atento a muchas cosas: escaparates, carteles, rótulos, rostros, escenas... La ciudad deviene un gigantesco libro abierto en el que las posibilidades de lectura son casi infinitas.

Lo que nos señalaba Benjamin –tal vez el más heterodoxo representante de la escuela de Frankfurt y quizá el más vanguardista en la observación de la SCCM– es que resulta difícil atrapar una ciudad llena de monumentos, templos y demás, como Roma, precisamente por la proliferación de tantos elementos simbólica y culturalmente importantes. Cualquiera se siente encandilado ante la capital italiana, culturalmente en Occidente considerada como la ciudad por excelencia. En cualquier dirección, el visitante topa con monumentos deslumbrantes, que le desbordan constantemente y de los que apenas puede distanciarse. En cambio, los parisinos hicieron de París en el último tercio del siglo XIX –según Benjamin (1986)– la tierra prometida del *flâneur*, del paseante, al entender el paseo como pura vida, satisfacción y goce del transitar por la ciudad; es decir, el ir descubriendo que el paseo se convierte, a través del deambular, en aquello que da sentido a quien quiere entender la ciudad. El paseo, pero no de aquél que va mirando sin apenas ver y sin aprehender el paisaje urbano, sino el de aquel otro que es capaz de comprenderlo y, por tanto, de apropiarse de la ciudad. En «El retorno del *flâneur*» Benjamin nos lo recuerda: «Todo el mundo puede estudiar, aprender sólo el que está ávido de lo permanente» (en Hessel, 1997: 218).

Y así debe ser porque el objetivo del *flâneur* urbano –aunque lo de *urbano* es redundante, pues no puede haber un paseante que no sea de una ciudad, un *paseante rural*– es atrapar la

4. En «El *flâneur* de Berlín», prólogo del libro de Hessel (1997: 10).

ciudad, domarla, aprehenderla, entenderla en su significado para que el espacio humano se nos vuelva dócil, que no doméstico, y, en definitiva, para hacerlo próximo, no en el sentido físico, sino en el sentido familiar. Queremos que la ciudad se nos haga comprensible, lo que no resulta nada sencillo ni fácil, sino todo un reto; supone pasear por la ciudad no como un simple turista, sino con el espíritu de un antropólogo o etnólogo, de un humanista del Renacimiento o de un científico social, con sagacidad y alma ingenua a la vez, con el deseo de querer comprenderla, vivirla y gozarla para descubrir las huellas, los cambios, las transformaciones, ver cómo el hombre se habitúa a los espacios, cómo éstos lo han transformado a él, cómo los medios de comunicación han influido en el hábitat urbano y como éste ha quedado reflejado en los medios.

En cuanto a la consideración del viajero, no debemos entenderla tampoco en el sentido de viaje literario sino más bien como lo hicieron muchos viajeros en la historia. La bibliografía sobre el viajero es amplísima; sin embargo, deberíamos comenzar recordando la distinción que se le atribuye al escritor Paul Bowles «que vivió mucho tiempo en Marruecos» entre viajero y turista: turista es aquél que pasa por los sitios y no acaba de percatarse de las cosas, el viajero es aquél que intenta impregnarse de todo lo que ve y oye. Está claro que si uno pasa poco tiempo en un sitio difícilmente puede llegar a captar la esencia correctamente, pero no es sólo una cuestión de tiempo, sino también de actitud: se ha de tener una predisposición favorable a empaparse del nuevo espacio para poder percibir aspectos que, de otra forma, pasarían desapercibidos.

Como acabamos de decir, la bibliografía de viajeros tiene larga tradición ya que se remonta a nuestra antigüedad, en la Grecia clásica, donde ya existen numerosos textos que nos hablan de viajes. Estos abundan también en la era medieval, el Renacimiento, la época de la Ilustración y llegan hasta el siglo XIX, momento de gran eclosión de la literatura de viajes con la publicación de gran cantidad de obras debido, entre otras razones, al hecho de que muchos escritores románticos visitaron ciudades, vivieron en ellas y nos

contaron después sus vivencias y lo que esperaban, buscaban y pretendían de esos lugares. Esas experiencias siempre se revelan muy ricas cuando las contrastamos con las nuestras porque son la mirada y la percepción de un otro especial, dado que en la mayoría de los casos se trata de la mirada de alguien con sensibilidad artística, no de un visitante cualquiera, como el estereotipo del turista que, armado con su cámara, va disparando instantáneas o barriendo secuencias con la vana intención de *apropiarse* fotográficamente o de *registrar* videográficamente *todo*. Nosotros, obviamente, nos referimos a aquella otra persona capaz de captar incluso aspectos de los que, nosotros, pese a ser oriundos de ese lugar, no nos percatamos habitualmente; de aquí que su revelación nos sorprenda.

En las últimas dos décadas se ha vuelto a poner de moda la literatura de viajes, entre otras causas, porque la prestigiosa revista británica *Granta* dedicó tres números a esta tipología literaria⁵. También se han publicado monográficos en otras revistas y se celebran regularmente simposios sobre el tema (desde principios de los años noventa del siglo pasado, por ejemplo, existe en Francia un grupo de investigación sobre literatura de viajes que organiza encuentros bianuales, normalmente en Bretaña, muchos de ellos centrados específicamente en el mundo urbano). En cuanto a las referencias bibliográficas relevantes, podemos citar el artículo de James Clifford «Travelling theories, travelling theorists» (*Inscriptions*, n.º 5, 1989), el libro de Friedrich Wolfzttel *Le discours du voyageur* (1996), el de Hélène Lefebvre *Le voyage* (1989), o el editado por Philip Dodd *The Art of Travel* (1982). Sin embargo, destaca entre todos ellos el artículo de Roland Barthes sobre las famosas Guías Azules, las *Guides Bleues*, en su libro *Mythologies* de 1957.

El viaje del investigador de la cultura urbana reciente o del comunicólogo contemporáneo no consiste en visitar los «santos lugares» o los espacios emblemáticos, al estilo del *tour* turístico, en el que visitamos todo un continente en cuatro semanas y

5. «Travel Writing», *Granta*, n.º 10, 1 diciembre, 1983; «Travel», *Granta*, n.º 26, 1 marzo, 1989; y «Necessary Journeys», *Granta*, n.º 73, 1 marzo, 2001.

luego sabemos que hemos estado allí únicamente porque nos lo dice el folleto del viaje, o porque tenemos la colección de postales que compramos o de fotografías que hicimos apresuradamente para no perder una sola imagen (como bien ha explicado el antropólogo Marc Augé en *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes* [1998]). El viaje histórico del investigador, en nuestro ámbito, es el recorrido minucioso y comparado entre la comunicación en la ciudad y la ciudad comunicada. Una perspectiva es reconocer qué comunicación se produce en una ciudad, ya sea en los aspectos generales o en los aspectos concretos. La otra es la de la ciudad comunicada a través de los medios de comunicación, incluyendo desde la novela al cómic, o los otros medios como la prensa, la fotografía, el cine, el cartel, la postal, la radio y la televisión.

2 DIEZ PROPOSICIONES SOBRE CULTURA URBANA

En definitiva, se trata de analizar la relación entre las fuentes y los hechos, entre los documentos y las huellas, entre el pasado y el presente: es emprender un *viaje* fascinante por el espacio y el tiempo para decodificar y leer, e incluso releer, la cultura urbana entendida en diez proposiciones, que son las siguientes:

- 1^a La cultura urbana como una totalidad compleja de la ciudad.
- 2^a La cultura urbana como el modo de vida urbana.
- 3^a La cultura urbana como el sistema de concepciones de lo urbano.
- 4^a La cultura urbana como el conjunto de prácticas sociales de la ciudad.
- 5^a La cultura urbana como los hábitos adquiridos en la ciudad.
- 6^a La cultura urbana como los ideales de comportamiento de los ciudadanos.
- 7^a La cultura urbana como las producciones y artefactos urbanos.
- 8^a La cultura urbana como los instrumentos de comunicación de la ciudad.

- 9^a La cultura urbana como el sistema de expectativas ciudadanas.
- 10^a La cultura urbana como la satisfacción de las necesidades ciudadanas.

Estas diez proposiciones permiten que la cultura urbana sea entendida desde una perspectiva suficientemente amplia, aunque nos obligan a acotar el concepto de *cultura urbana*. La definición no es nada fácil, ya que se suele contemplar de maneras muy diferentes en función de quién se refiera a ella, sea éste un antropólogo, historiador, urbanista, arquitecto, sociólogo, economista, demógrafo, etc. Desde nuestra perspectiva, son válidas numerosas aportaciones en el campo de las ciencias sociales; a partir de ellas podemos abordar esas proposiciones que consideramos metodológica e instrumentalmente indicativas para estudiar la ciudad contemporánea, es decir, la de los últimos cien o ciento cincuenta años.

Plantearse la ciudad desde un punto de vista comunicativo significa, entre otras cosas, encarar la complejidad que entrañan los ecosistemas comunicativos, o sea, la forma como las sociedades organizan su producción social de comunicación⁶. De

6. A veces se confunde el «sistema comunicativo» con el «ecosistema comunicativo». El primer concepto atañe, especialmente, a la regulación, la estructura y las características sociopolíticas que presenta el funcionamiento comunicativo de una sociedad, mientras que la segunda noción es bastante más amplia y compleja. Al referirse a la forma histórica en la que las sociedades organizan su producción social de comunicación, el ecosistema no sólo incluye al sistema comunicativo, sino que es un planteamiento integral que suele conjugar, entre otras cuestiones, medios, sujetos y circunstancias. El ecosistema presta atención a las particularidades, a los procesos y a los cambios, principalmente, de la estructura comunicativa, los medios, la economía y la política comunicativa, el campo mediático y los contextos comunicativos.

La comunicación social, por tanto, debe ser contemplada como un sistema productivo internamente lógico en el cual los diversos elementos que la integran o componen, sean materiales o inmateriales, desde seres humanos hasta medios, instrumentos, objetos, etc., que tienen importancia en el medio comunicativo, funcionan de una manera parecida a los organismos vivos en cualquier medio orgánico natural. De hecho, es el sistema social el que funciona con criterios ecológicos. De aquí que algunos investigadores en ciencias sociales hablen también de ecosistema social, para intentar contemplar los procesos sociales que componen cualquier formación social desde una perspectiva parecida a la de los paradigmas que emplean los científicos de las ciencias puras, experimentales o aplicadas respecto al tema del ecosistema en el sentido más genérico.

este modo, la gran ciudad se nos presenta como un fascinante laboratorio donde comprender e interpretar qué significa desde el punto de vista cultural y comunicativo el mundo que se desarrolla en el siglo xx. Y así viene siendo desde mediados del siglo xix en aquellos países más avanzados de Europa y, desde las primeras décadas del siglo xx, prácticamente en todos los otros continentes: las entidades creadoras y receptoras de las denominadas SCCM representan no sólo la muestra clarísima de cómo comprender esas ciudades, esa cultura y esa comunicación de masas, sino que al mismo tiempo son el motor que permite que se desarrollen muchas de las cosas que hoy en día conocemos.

3 COMUNICOLOGÍA URBANA Y URBANOLOGÍA COMUNICATIVA

Para entender la ciudad desde la comunicación podemos acudir a los desarrollos teórico-metodológicos usados por las ciencias de la comunicación, cuya aplicación a la ciudad nosotros denominamos *Comunicología urbana*. Es decir, aquella disciplina que intenta estudiar desde la teoría, la reflexión y la investigación de las ciencias de la comunicación el sentido, el significado, los procesos sociales, culturales, etc., evidentemente comunicativos, que se producen en el mundo urbano o de las ciudades. Preferentemente, desde la perspectiva más contemporánea, los procesos comunicativos relacionados con los procesos urbanos se encuentran por doquier, ejerciendo funciones organizativas y mediadoras. En el diseño, en la arquitectura, en el paisaje, en la decoración, en los colores, en las relaciones de las personas y los espacios, o entre los actores sociales y los modos de comunicarse.

Nos gustaría apuntar simplemente algunos textos y algunas investigaciones que van en esa dirección, desde la perspectiva comunicológica:

Por un lado, J. Agnew, J. Mercer y D. E. Sopher, con la edición en 1984 de su obra *The City in Cultural Context*, buscaron entender qué papel jugaron algunas ciudades, a partir de cómo lo cultural definió su contexto o marcó su entorno, dado

que además de interpretar la urbe como texto, ésta también puede y debe conocerse a través del protagonismo desempeñado por su ambiente cultural. J. Burnett (1978), en su *A Social History of Housing: 1815-1970*, escribió sobre la edificación en los siglos contemporáneos, intentando situar la evolución de la ciudad mediante los cambios del habitáculo, la casa, el piso, el apartamento, etc. También debemos mencionar el trabajo del brasileño Roberto DaMatta (1991), *A casa e a rua. Espaço, cidadania. Mulher e morte no Brasil*, o el estudio de Alicia Entel (1996), *La ciudad bajo sospecha*, donde el conflicto por el espacio urbano y su expresión en la protesta urbana, respectivamente, en la ciudad brasileña o argentina (aunque centrado en Buenos Aires), que abordan la ciudad en términos de acción comunicativa.

Por otro lado, el ensayo de Fusco (1970), *La arquitectura como mass-media*, donde intenta relacionar los aspectos de la arquitectura que tienen que ver con los medios de comunicación; es decir, se trata de un enfoque del lenguaje aplicado al diseño, al color y a la forma de la arquitectura y del urbanismo en tanto que intermediarios de comunicación masivos. O los trabajos de Margulis (1994) sobre *La cultura de la noche: La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, y los de Martín Barbero (1994), entre los que destaca el de *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de la comunicación*, donde reflexiona sobre los miedos que se producen e inducen en las megápolis. Asimismo, la obra del brasileño Santos (1987), *O espaço do cidadão*, e, incluso, la investigación de Richard Sennett (1997), *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, donde repasa ciudades y épocas muy significativas (desde el mundo clásico hasta nuestros días) para abordar, a caballo entre la antropología social y la comunicología, la interrelación de seres y ciudades, o sea, entre cuerpos humanos y cuerpos sociales, es decir, cómo el espacio urbano influye en las maneras de vivir el cuerpo y de sentir la ciudad.

La interacción comunicativa también se establece entre los elementos físicos y los simbólicos, entre la vivencia urbana y la percepción que se tiene de la ciudad, entre la versión y la recreación que se hace muchas veces de la ciudad a través de

la configuración mediática o de la construcción icónica de la ciudad, incluso entre la memoria experimentada y la mediática que los ciudadanos han ido acumulando y su constatación urbana. Nueva York podría ser el caso más claro y más evidente: muchas personas no han visitado Nueva York y, sin embargo, la tienen perfectamente interiorizada; y aquéllos que sí la han visitado, desde el primer día tienen la impresión de conocerla, de que ya habían estado muchas veces ahí, por mor de haberla *visto* y *visitado* tantas veces a través del cine. Esto no ocurre con todas las ciudades que, aunque algunas a veces aparezcan en el cine, pueden hacerlo de manera fragmentada, descontextualizada, y por lo tanto irreconocible, al menos de forma inmediata. También esta configuración mediática puede tener lugar en nuestra experiencia diaria, a través de la televisión, contrastando nuestra experiencia cotidiana con la representación televisiva.

Existen diversos estudios, de los que citaremos sólo algunos, que pueden servir de referencia para meditar sobre las cuestiones que acabamos de mencionar. Por ejemplo, la monografía de Rosa María Alfaro (1988), *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, y el estudio del antropólogo Marc Augé (1996), *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*. Existe también un excelente libro, que no es una investigación sino un ensayo literario terriblemente sugerente, que ha sido utilizado por varios investigadores del campo de la comunicación, *Ciudades Invisibles*, de Italo Calvino (1996), al que cabría añadir *Siete ciudades*, de Olivier Rolin (2001), donde se evocan literariamente Buenos Aires, Trieste, Lisboa, Alejandría, Leningrado, Praga y Valparaíso.

Deben citarse, asimismo, los trabajos del antropólogo catalán Carles Feixa (1998), que ha trabajado sobre todo en México y ha publicado *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*, y la excelente investigación etnográfica, aunque con una perspectiva claramente comunicológica, de la mexicana Rossana Reguillo (1991): *En la calle otra vez. Las bandas, identidad urbana y comunicación*, centrado en Guadalajara (Jalisco, México). Los trabajos del semiólogo francés Gerard Imbert (1990) referidos

preferentemente al Madrid de los años de la transición democrática tras la muerte del dictador Franco, cuando se gestó lo que después sería conocido como la «movida madrileña», cuya recreación cinematográfica ha sido espléndidamente retratada por Pedro Almodóvar. Imbert, en su libro *Los discursos del cambio. Imágenes e imaginarios sociales en la España de la transición (1976-1982)*, realiza una lectura semiótica de la ciudad, aplicando una pragmática textual, y expone cómo ésta se manifiesta en diversos procesos culturales y comunicativos.

Igualmente resultan muy interesantes los trabajos de Oscar Landi (1990), junto con otros autores, titulado *Públicos y Consumos Culturales de Buenos Aires*, para el caso argentino. Pero, sin duda, el libro de Kevin Lynch (1984), titulado *Imagen de la Ciudad*, hoy todo un clásico, es el estudio más profusamente aprovechado por los comunicólogos latinoamericanos con el fin de tratar la urbe con acentos disciplinarios diversos (semiótica, antropología, estética, interaccionismo simbólico...). También es importante el trabajo del urbanista y arquitecto Roncayolo (1988), de origen italiano, pero que suele escribir en francés, *La Ciudad*. Por último, el trabajo sociosemiológico del colombiano Armando Silva (1993), *Los imaginarios urbanos en América Latina. La ciudad deseada*, que en la última década sirvió para coordinar internacionalmente diversos equipos de países iberoamericanos bajo los auspicios del Convenio Andrés Bello.

Además, para comprender la comunicación en la ciudad, deberíamos considerar aquellos estudios que, partiendo del hecho urbano y del proceso sociocultural que implica la urbanización en su evolución pareja a las sociedades industriales, observan a la urbe, la ciudad, como si fuera un sistema o una red de comunicación, así como las posibilidades y las mediaciones diversas y a la cual denominamos *Urbanología comunicativa*. Desde el urbanismo, en su vertiente de cultura, de lógica y de proceso, se plantea la ciudad desde la perspectiva comunicativa. Es decir, se trata de ver qué función cumple el urbanismo para posibilitar o no un tipo u otro de comunicación y no sólo los flujos comunicativos derivados de la ordenación del espacio.

Sin embargo, este enfoque ha sido insuficientemente desarrollado porque los estudiosos, con independencia de que sean o no arquitectos o urbanistas, se lo han planteado en términos, por lo general, un tanto alejados de los estudios culturales y comunicativos, tal como los solemos entender quienes trabajamos más desde la otra perspectiva. De todos modos, si no se entremezclan ambas lógicas, la comunicativa y la urbana, difícilmente se comprenderá con toda su complejidad la evolución y el desarrollo de las ciudades, en particular las contemporáneas, en su planteamiento de historia cultural como nos interesa a los historiadores de la comunicación.

Entre otros, algunos trabajos y libros significativos que podríamos considerar de urbanología comunicativa serían los siguientes: el ya veterano de Adams (1966), *The Evolution of Urban Society*, o la excelente antología de una veintena de urbanólogos de primera fila internacional, recopilados por Ángel Martín Ramos (2004), donde se aborda «lo urbano» en el mundo contemporáneo, o los trabajos de otro prestigioso arquitecto y urbanista, Miguel Ayllón, destacando el ensayo *La dictadura de los urbanistas: Un manifiesto por una ciudad libre* (1995), en el que se denuncia una cierta dictadura de los arquitectos en el diseño de unas ciudades que más que propiciar la libertad parecen «acorararla» y, en consecuencia, aislarla, justo lo contrario de lo que en esencia ha sido la ciudad como paradigma de comunicación, aunque ésta acarree problemas, miedos e inseguridades.

También los estudios de Barker y Sutcliffe (1993), *Megalopolis: The Giant City in History*, o de Dwyer (1974), *The City in the Third World*, que son estudios preferentemente urbanísticos o del saber urbanístico en el desarrollo de las grandes ciudades. Asimismo, los trabajos de Jones (1992), *Metrópolis. Las grandes ciudades en el mundo*, o los de Joseph (1988), *El transeúnte y el espacio urbano. Sobre la dispersión y el espacio público*, otro de los investigadores teóricos bien conocido en el ámbito, quien ha estudiado las ciudades en Latinoamérica. Y, por supuesto, las aportaciones del prestigioso urbanista P. Hall (1996), *Ciudades del mañana*.

Historia del urbanismo en el siglo xx, que revisa las perspectivas de cómo se construyeron las grandes ciudades en el mundo a partir de lógicas de eficacia no exentas de concepciones estéticas.

Igualmente, debemos mencionar al urbanista italiano Alfredo Mela (1994) –que no hay que confundir con el sociólogo latinoamericano–, cuyo libro *La città come sistema di comunicazioni sociali* es probablemente quien de forma más abierta ha intentado interpretar la ciudad contemporánea en tanto que medios de comunicación y, consecuentemente, aplicar algunos conceptos derivados de la teoría de la comunicación a la concepción y estructura del espacio y el diseño urbano. Otro texto más conocido que el anterior es *Aspectos humanos de la forma urbana. Hacia una confrontación de las ciencias sociales con el diseño de la forma urbana*, de Rapoport (1978). Debemos señalar, sin embargo, que algunos de los libros mencionados, pese a ser relativamente viejos (de hace unos veinte o treinta años) o precisamente por eso, releídos ahora con una nueva consciencia urbana y a la luz de los avances de la comunicación, resultan útiles para nuestros objetivos de estudiar la interrelación entre ciudad y comunicación, particularmente en el siglo xx.

Por su parte, otros textos de autores no urbanistas expresan planteamientos o llegan a conclusiones curiosamente parecidas a los de la urbanología comunicativa. A este respecto, la primera referencia obligada es, sin duda alguna, la de Walter Benjamin, que no era ni urbanista, ni comunicólogo, ni sociólogo. Era un ensayista literario y teórico cultural, cuyo sabio y artístico hacer –a guisa de creador– optimizó un método cercano al arte como instrumento de conocimiento con la finalidad de captar una realidad radicalmente nueva, la que correspondía a la cultura generada por la sociedad de masas. Sobre todo, en aquellos textos donde presenta a París como la capital del siglo xix, Benjamin disecciona de forma original y a la vez profunda la relación entre espacio urbano y comunicación. En cierto sentido, él es un urbanólogo y también un antropólogo adelantado a su tiempo.

Benjamin ha llevado a muchos urbanistas a replantearse la ciudad desde otra óptica de la habitual para los arquitectos del espacio urbano.

Manuel Castells, en tanto que sociólogo urbano, sería otro caso clarísimo de haber influido en arquitectos y urbanistas a través de algunas de sus obras (1974, 1981, 1986 y 1995). Un conocido antropólogo para los estudiosos latinoamericanos, Hannerz, también ha hecho buenas aportaciones al urbanismo, a la cultura y a la comunicación con uno de sus libros emblemáticos, *Exploración de la ciudad. Hacia una antropología urbana* (1986), sin olvidar las sugerentes investigaciones de Máximo Canevacci, sobre todo *A cidade polifônica* (1993). O los trabajos de Henri Laborit (1973), *El hombre y la ciudad*, que han ayudado a muchos sociólogos y muchos antropólogos con fines parecidos. Finalmente, cabe citar un clásico desde el punto de vista histórico, al que tantos antropólogos, historiadores, comunicólogos, etc. le debemos algunas excelentes obras de síntesis de historia de la ciudad desde la antigüedad hasta buena parte del siglo xx; nos referimos a Lewis Mumford con *La ciudad en la historia* (1966) y *The Culture of the Cities* (1938).

4 ITINERARIO METODOLÓGICO PARA ESTUDIAR LA CIUDAD Y LA COMUNICACIÓN

Como ya adelantamos en otro texto (Gómez Mompert, 1996: 394), a partir de la explotación descriptiva y exhaustiva de las fuentes⁷, proponemos varios aspectos en los que detenerse

7. Dadas las características del tema es necesario que las fuentes para su estudio sean explotadas en un doble sentido. De ahí que organicemos la documentación en dos vertientes: aquéllas que se aprovecharán fundamentalmente porque son descriptivas, y las otras, que precisarán un tratamiento exhaustivo.

Con respecto a las primeras, las *fuentes descriptivas*, podemos subdividir la documentación en seis grandes apartados:

1. Obras de carácter general como las historias de ciudades –se refieran éstas a una ciudad en concreto o a varias– y los retratos de ciudades, ya sea material gráfico o literario.

2. Estudios acerca de la estructura física de la ciudad, más allá de los dibujos y fotografías de los trazados urbanos; nos referimos, por un lado, a monografías

para describir la evolución de la urbe desde la Historia de la comunicación social. De una manera sintética, el itinerario de trabajo que hay que seguir será el siguiente:

- En primer lugar, efectuar una descripción argumentada de la evolución de lo que hemos venido llamando Sociedad de Cultura de Comunicación de Masas.
- En segundo lugar, elaborar un conjunto de cuadros y gráficas de datos relevantes que se hayan podido obtener al respecto de los temas antes mencionados.
- El tercer aspecto será abordar los estudios monográficos y/o sectoriales de comunicación que resulten significativos, tales como mapas temáticos evolutivos, relacionados con educación, cultura, consumos, prácticas sociales, etc.

sobre urbanización y crecimiento urbano o la región urbanizada, las características estructurales y físicas de las ciudades; y, por otro, a la tipología de las edificaciones y el espacio doméstico.

3. La población y estructura social. Las migraciones (a, desde y entre ciudades); la estructura y organización social (en y entre ciudades); la estructura de las clases sociales y los problemas sociales relacionados con la integración y marginación.

4. La esfera o actividad económica. Características genéricas del funcionamiento económico, como la base productiva, los intercambios comerciales, la tipología de consumos, etc.

5. La política y la administración, tales como los gobiernos y las administraciones, así como sus formas de poder, relaciones institucionales, etc.

6. Actitudes y recreaciones. Se trata de las actitudes o posturas que se manifiestan en relación con la ciudad, ya sean de carácter elitista, popular, etc., y las recreaciones tal como se reflejan en los distintos medios o soportes y formatos mediáticos: novelas, obras de teatro, pintura, audiovisuales, etc.

En cuanto al segundo bloque, las *fuentes exhaustivas*, podemos distinguir dos grandes apartados:

1. Todo lo relacionado con las comunicaciones en su sentido más amplio. Es decir, modos de comunicación (intra e interurbanos); transportes (redes, vehículos, infraestructuras, repercusiones de los transportes); el turismo urbano; los sistemas de telecomunicaciones (telégrafo, teléfono, telex, fax...); medios de comunicación (libros, prensa, fotografía, carteles, cine, radio, televisión, internet...) y consumos culturales.

2. La cultura urbana. O sea, cuanto está relacionado con las instituciones culturales; lenguas y lenguajes; educación; información; ocio y entretenimiento; consumos culturales y estilos de vida.

- En cuarto lugar, desarrollar el análisis de la ciudad comunicada; es decir, cómo y de qué manera –a través de obras de referencia directa, de recreaciones artísticas o de otro tipo– se han ido construyendo, con materiales propios o ajenos, dentro o fuera del país, una comunicación sobre la ciudad, una manera de enseñarla, de transmitirla, mediante expresiones y manifestaciones tales como el cómic, el cine, la televisión, la radio, las novelas, el teatro, etc.
- El quinto aspecto será el análisis de la comunicación en la ciudad y su evolución, es decir, qué aspectos son los más significativos y expresan la comunicación social de la ciudad en cada época; es decir, mediante qué signos colectivos, especialmente en aquellos que resultan muy relevantes o altamente representativos de la ciudad.
- Y, finalmente, a partir de los dos puntos anteriores, efectuar una interpretación del desarrollo de las culturas urbanas más relevantes que se hayan producido en el período que se estudie o en el momento en que se estudian.

Otra cuestión que debemos abordar, aunque sea brevemente, son las fuentes más cercanas o directas que nos pueden servir para un estudio de este tipo de la ciudad:

- Los archivos de la ciudad, con todos los datos relevantes que de ellos se puedan extraer.
- La prensa, que bien explotada puede permitir obtener una gran información para el estudio.
- Los planos de la ciudad, que nos permiten percibir su evolución.
- Las pinturas, dibujos, fotografías, postales, cómics, etc., muy representativos por su carácter visual.
- Las guías urbanas, guías turísticas, catálogos de exposiciones o de ferias urbanas, libros de la ciudad o guías para viajeros son fuentes de las cuales también se puede obtener información muy provechosa.

- Las memorias y los epistolarios son otras excelentes fuentes que hai que explotar por la valiosa información que ofrecen.
- La historia oral asimismo resulta un medio rico en información; por ejemplo, se pueden realizar entrevistas a distintas personas de cierta edad sobre cómo vivieron la comunicación: si leían periódicos o revistas, cuáles, cómo se relacionaban dentro y fuera de casa, qué emisoras y programas de radio escuchaban, qué películas recuerdan, etc.; en definitiva, cómo vivieron la cultura urbana en general.
- El teatro y las novelas, no sólo como monumentos culturales, sino también por el valor que encierran algunos personajes mediante la visión que nos transmiten sobre momentos y situaciones significativas del momento urbano que vivieron.
- Los anecdóticos, chistes, cancioneros, etc. son fuentes escasamente aprovechadas que, sin embargo, aportan muchos elementos representativos de, por ejemplo, los estereotipos y ciertos referentes simbólicos de carácter popular.
- Las grabaciones musicales, radiofónicas, televisivas, fotográficas, públicas o privadas, que se puedan conservar, etc.

Con todos esos materiales extraídos de centros de documentación, de bibliotecas, museos y archivos estamos en condiciones de acercarnos a la ciudad bajo nuestra óptica de historia cultural-comunicativa, dado que como bien ha escrito Abdelrahman Munif, en *Història d'una ciutat. Una infantesa a Amman* (1996: 9-10):

Una ciutat és la manera que la gent té de veure les coses, la seva manera de parlar, la seva manera de comportar-se davant dels esdeveniments, d'afrontar-los i de superar-los. Una ciutat són el somnis i les decepcions que ha viscut la seva gent, tant el somnis que s'han fet realitat com els que s'han vist frustrats i han deixat

traces i ferides. Una ciutat són els moments de joia i de tristor de la seva gent. Una ciutat és la manera de rebre el que se l'estima i la manera de donar l'esquena al qui no l'aprecia. Una ciutat és el plor de comiat d'aquells que n'han marxat, per força, temporalment o per sempre. Una ciutat és el somris amb què són rebuts el que hi tornen. Una ciutat és tot això i moltes altres petites coses, impossibles de recuperar⁸.

8. Una ciudad es la manera que la gente tiene de ver las cosas, su manera de hablar, su manera de comportarse ante los acontecimientos, de afrontarlos y de superarlos. Una ciudad son los sueños y las decepciones que han vivido su gente, tanto los sueños que se han hecho realidad como los que se han visto frustrados y han dejado huellas y heridas. Una ciudad son los momentos de júbilo y de tristeza de su gente. Una ciudad es la manera de recibir al que la quiere y la manera de volver la espalda al que no la aprecia. Una ciudad es el llanto de despedida de aquellos que se han ido, por fuerza, temporalmente o para siempre. Una ciudad es la sonrisa con la que son recibidos los que vuelven. Una ciudad es todo esto y muchas otras pequeñas cosas, imposibles de recuperar.

BIBLIOGRAFÍA

- Adams, R. McC. (1966) *The Evolution of Urban Society*, Chicago, Aldine.
- Agnew, J.; Mercer J. y Sopher, D. E. (eds.) (1984) *The City in Cultural Context*, Boston, Allen and Unwin.
- Alfaro, R. M. (1988) *De la conquista de la ciudad a la apropiación de la palabra*, Lima, Tarea/Calandria.
- Augé, M. (1996) *Los «no lugares». Espacios del anonimato. Una antropología de la sobremodernidad*, Barcelona, Gedisa.
- Augé, M. (1998) *El viaje imposible: el turismo y sus imágenes*, Barcelona, Gedisa.
- Ayllón, M. (1995) *La dictadura de los urbanistas: Un manifiesto por una ciudad libre*, Madrid, Temas de Hoy.
- Barker, T. y Sutcliffe, A. (eds.) (1993) *Megalopolis: The Giant City in History*, Basingstoke, Macmillan.
- Barthes, R. (1957) *Mythologies*, París, Éditions du Seuil.
- Baudelaire, Ch. (1919) *Le Spleen de Paris*, París, Payot.
- Benjamin, W. (1982) *Das Passagen-Werk*, Berlín, Suhrkamp.
- Benjamin, W. (1986) *Parigi, capitale del XIX secolo. I «Pasajes» de Parigi*, Turín, Einaudi, edición preparada por Rolf Tiedemann.
- Burnett, J. (1978) *A Social History of Housing 1815- 1970*, Newton Abbot, David and Charles.
- Calvino, I. (1996) *Ciudades invisibles*, Madrid, Siruela, 4ª ed.
- Canevacci, M. (1993) *A cidade polifônica. Ensaio sobre antropologia da comunicação urbana*, São Paulo, Studio Nobel.
- Castells, M. (1974) *La cuestión urbana*, México, Siglo XXI.

- Castells, M. (1981). *Crisis urbana y cambio social*. Madrid: Siglo XXI.
- Castells, M. (1986) *La ciudad y las masas. Sociología de los movimientos sociales urbanos*, Madrid, Alianza Universidad.
- Castells, M. (1995) *La ciudad informacional: tecnologías de la información, reestructuración económica y el proceso urbano-regional*, Madrid, Alianza.
- Clifford, J. (1989) «Travelling theories, travelling theorists», *Inscriptions*, n.º 5.
- DaMatta, R. (1991) *A casa & a rua. Espaço, cidadania. Mulher e morte no Brasil*, Río de Janeiro, Guanabara Koogan.
- Dodd, Ph. (1982) *The Art of Travel*, Londres, Frank Cass.
- Dwyer, D. J. (ed.) (1974) *The City in the Third World*, Londres, MacMillan.
- Entel, A. (1996) *La ciudad bajo sospecha. Comunicación y protesta urbana*, Barcelona / Buenos Aires / México, Paidós.
- Feixa, C. (1998) *De jóvenes, bandas y tribus. Antropología de la juventud*, Barcelona, Ariel.
- Fusco, R. de (1970) *La arquitectura como mass-media. Notas para una semiología arquitectónica*, Barcelona, Anagrama.
- Gómez Mompарт, J. L. (1996) «Ciudades y comunicación en la periferia atlántica: Ecosistemas comparados desde la perspectiva histórica», en M. Ledo Andión (ed.), *Comunicación na periferia atlántica*, Santiago de Compostela, Universidad de Santiago de Compostela.
- Hall, P. (1996) *Ciudades del mañana. Historia del urbanismo en el siglo xx*, Barcelona, Ediciones del Serbal.
- Hannerz, U. (1986) *Exploración de la ciudad. Hacia una antropología urbana*, México, Fondo de Cultura Económica.
- Hessel, F. (1997) *Paseos por Berlín*, Madrid, Tecnos.

- Imbert, G. (1990) *Los discursos del cambio. Imágenes e imaginarios sociales en la España de la Transición (1976-1982)*, Madrid, Akal.
- Jones, E. (1992) *Metrópolis. Las grandes ciudades del mundo*, Madrid, Alianza.
- Joseph, I. (1988) *El transeúnte y el espacio urbano. Sobre la dispersión y el espacio público*, Buenos Aires, Gedisa.
- Laborit, H. (1973) *El Hombre y la ciudad*, Barcelona, Kairós.
- Landi, O. et altri (1990) *Públicos y consumos culturales de Buenos Aires*, Buenos Aires, Doc. Cedes, n.º 32.
- Lefebvre, H. (1989) *Le voyage*, París, Bordas.
- Lynch, K. (1984) *Imagen de la ciudad*, México, Gustavo Gili.
- Margulis, M. et altri (1994) *La cultura de la noche: La vida nocturna de los jóvenes en Buenos Aires*, Buenos Aires, Espasa Hoy.
- Martín Barbero, J. (1994) *Mediaciones urbanas y nuevos escenarios de la comunicación*, Caracas, FUNDARTE / Ateneo de Caracas.
- Martín Ramos, A. (ed.) (2004) *Lo urbano en 20 autores contemporáneos*, Barcelona, Universitat Politècnica de Catalunya.
- Mela, A. (1994) *La città come sistema de comunicazioni sociali*, Milán, Franco Angeli, 6ª edición.
- Mumford, L. (1938) *The Culture of the Cities*, San Diego / Nueva York / Londres, Harvest HBJ, reeditada en 1970.
- Mumford, L. (1966) *La ciudad en la historia*, Buenos Aires, Infinito, 2 vols.
- Munif, A. (1996) *Història de una ciutat. Una infantesa a Ammam*, Barcelona, Proa.
- Poe, E. A. (1845) «The Man of the Crowd», en *Tales*, Nueva York, Wiley and Putnam.

- Rapoport, A. (1978) *Aspectos humanos de la forma urbana. Hacia una confrontación de las ciencias sociales con el diseño de la forma urbana*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Reguillo, R. (1991) *En la calle otra vez. Las bandas, identidad urbana y comunicación*, Guadalajara, ITESO.
- Rolin, O. (2001) *Siete ciudades. Evocaciones literarias de Buenos Aires, Trieste, Lisboa, Alejandría, Leningrado, Praga y Valparaíso*, Barcelona, Península.
- Roncayolo, M. (1988) *La ciudad*, Barcelona, Paidós.
- Rousseau, J.-J. (1848) *Les rêveries du promeneur solitaire*, edición crítica de John S. Spink a partir de manuscritos autografiados, París, M. Didier.
- Santos, M. (1987) *O espaço do cidadão*, Brasil, Nobel.
- Sennet, R. (1997) *Carne y piedra. El cuerpo y la ciudad en la civilización occidental*, Madrid, Alianza Editorial.
- Silva, A. (1993) *Los imaginarios urbanos en América Latina. La ciudad deseada*, Caracas, FUNDARTE Ateneo de Caracas.
- Wolfzttel, F. (1996) *Le discours du voyageur*, París, PUF.

DESAFÍOS DE LA INVESTIGACIÓN
EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

Manuel Parés i Maicas
Universidad de Málaga

Este tema ofrece a mi entender unas claras dificultades conceptuales en función de la complejidad de los conceptos cultura y comunicación. Por ello me atrevo a proponer un esquema de análisis, presidido por una idea de síntesis, pero que creo que abarca los distintos aspectos que pueden ser tenidos en consideración. Quiero destacar que se trata de una reflexión personal, fruto de múltiples lecturas y reflexiones, que me permite exponer este tema en función de los parámetros que se mencionan a continuación:

- 1. ¿En este contexto qué significado tiene la expresión «desafío»?
- 2. Ambigüedad de los conceptos cultura y comunicación.
- 3. Su interdisciplinariedad.
- 4. Las relaciones entre ambos conceptos.
- 5. El papel del servicio público.
- 6. La influencia de la innovación tecnológica.
- 7. Perspectiva intercultural e internacional.
- 8. Ética de la cultura y ética de la comunicación.
- 9. Conclusiones.

1 ¿EN ESTE CONTEXTO QUÉ SIGNIFICADO TIENE
LA EXPRESION «DESAFÍO»?

Debo subrayar que me ha llamado la atención el uso de la expresión «desafío» por lo que puede connotar. Para profundizar en este concepto, he consultado una serie de diccionarios de filosofía y de sociología y sólo he encontrado una explicación más o menos plausible, en el marco de este trabajo, en el *Diccionario de Ciencias Sociales*, dirigido por Salustiano del Campo, Juan F. Marsal y José A. Garmendia (Instituto de Estudios Políticos, Madrid, 1975, 1 vol.). Ofrece una serie de definiciones y, por su especificidad en este contexto, me ciño a las eminentemente sociológicas.

En efecto, menciona el sentido que le dio Gurvitch, asociándolo a los retos de Toynbee *Dialéctica y Sociología* (Universidad Central de Venezuela, 1965, p. 191), para referirse al procedimiento de «complementariedad dialéctica» o «juego de compensaciones», entre otros elementos que valora en un sentido igual o inverso. Así se ha hablado del «desafío de la naturaleza», al que el hombre responde adaptándose con los mecanismos compensadores de la economía.

En este campo de la investigación nos enfrentamos constantemente con diferentes tipos de desafíos o de retos, que indudablemente influyen en la orientación y el criterio con el cual la desarrollamos. Así, deben señalarse los retos ideológicos, los políticos, los del sistema jurídico, los de las mentalidades, los culturales, los económicos, los tecnológicos y los éticos, aparte, claro está, de la propia formación, experiencia, objetivos e intereses del investigador.

Aunque este texto no es suficientemente concluyente, sí que permite afirmar que la investigación debería enfrentarse con la mayor frecuencia posible ante nuevos retos que le permitieran profundizar en el sentido del objeto de la misma. La investigación debe ser siempre dinámica, por tanto no puede detenerse, debe poner honestamente en tela de juicio los resultados alcanzados con objeto de comprobar si se halla en el camino adecuado, según las circunstancias concurrentes de todo tipo. Por tanto, creo que

es una excelente idea hablar de los desafíos a los que se enfrenta constantemente la investigación en el terreno de la cultura y de la comunicación, dada su intrínseca complejidad y su acusada relación interdisciplinaria.

2 AMBIGÜEDAD DE LOS CONCEPTOS CULTURA Y COMUNICACIÓN

En mi opinión, nos hallamos ante dos de los conceptos más ambiguos y ambivalentes de las ciencias sociales porque una misma expresión puede ser considerada desde distintos ángulos. Si me sitúo en el terreno de la cultura, creo que es indispensable deslindar si nos referimos a ella desde una dimensión antropológica, o sea la obra realizada por los seres humanos en un ámbito territorial y político específicos o si lo hacemos desde la de la creación y producción de la misma. A menudo, ambas se confunden, con los consiguientes riesgos de imprecisión terminológica y dificultad de falta de comunicación entre los interlocutores. Así:

A. En este texto, cuando me refiero al primer tipo de cultura lo indico explícitamente y lo mismo hago respecto al segundo supuesto. En mi opinión, uno de los inconvenientes en los que incurren a menudo los estudiosos es hablar de la cultura en abstracto, cuando, como puede colegirse fácilmente, la cultura es siempre susceptible de calificación.

B. Parecido comentario debe hacerse respecto de la comunicación o, tal como yo prefiero denominarla, de las ciencias de la comunicación. En este caso, la cuestión es mucho más compleja, a mi entender. Es decir:

- a. Debemos considerar las diferentes ciencias sociales que constituyen el armazón de las ciencias de la comunicación, es decir, la sociología, la psicología social, la ciencia política, la filosofía, la psicología, la economía, la antropología, la ética, la lingüística y las nuevas tecnologías, sin las cuales es difícilmente concebible su existencia como tal.

- b. La comunicación puede, a su vez, subdividirse en interpersonal, grupal, de las organizaciones, de las instituciones. Capítulo aparte merece el término comunicación usado en el terreno de las nuevas tecnologías y en el informático, como puede comprobarse al consultar una obra de este tenor.
- c. Por su especificidad puede hablarse de comunicación intercultural, internacional, política, económica, cultural, además de sus diferentes especializaciones.
- d. Desde el ángulo mediático, aparte de que la comunicación se difunda y exprese a través de los medios de comunicación convencionales y los nuevos medios tecnológicos, por su contenido cabe diferenciar entre la información, la propaganda, la desinformación, las relaciones públicas y la publicidad. Cada una de las cuales tiene su propia complejidad y especificidad. Con la particularidad que en muchas obras, por la importancia intrínseca de la investigación en la información periodística, cuando se habla de comunicación se trata implícitamente de la información, con los riesgos que ello puede originar.

3 SU INTERDISCIPLINARIEDAD

Evidentemente, en ambos supuestos, esta es su característica más prístina. No se las puede analizar sin recurrir a las distintas ciencias sociales en sus respectivos ámbitos, así como a las ciencias humanas, en especial a la lingüística, por el papel determinante que la lengua tiene en muchos aspectos de la cultura y en las ciencias de la comunicación. En efecto, el rol de la lengua es esencial y su dimensión social, de instrumento de poder y como elemento clave de las identidades culturales, no puede ser menoscabado.

Además, dado que ambos campos se caracterizan por su fragmentación y su consiguiente especialización, resulta difícil enfocar este tema en sentido global porque, a menudo, inevitablemente, debemos entrar en especificaciones concretas.

La tecnología en general, y las nuevas tecnologías de la comunicación en concreto, tienen una gran influencia tanto en el desarrollo de las dos formas de cultura expuestas como en el desenvolvimiento de las ciencias de la comunicación, en particular en su dimensión mediática.

Otro factor que me gustaría subrayar se refiere a la incidencia de la moda en los objetivos y en los medios a través de los cuales se desarrolla la investigación en estos terrenos. En efecto, a menudo ejerce influencia real y tangible.

4 RELACIONES ENTRE LOS DOS CONCEPTOS

Considero que son muy amplias y a menudo intercambiables. Toda manifestación cultural, en su doble clasificación, tiene una clara dimensión comunicativa y creo que puede afirmarse en el sentido opuesto. De todas formas deseo deslindar los ámbitos respectivos:

En la dimensión de la cultura como creación quisiera resaltar la importancia que en este aspecto revisten los siguientes elementos:

- a) Las interrelaciones entre las políticas públicas culturales y las comunicativas, tanto desde la perspectiva de las instancias públicas como de la iniciativa privada, así como por el papel que ejerce el mercado.
- b) La importancia de la gestión cultural en función de las políticas públicas de la cultura y su conexión con el papel que tiene en su desarrollo la comunicación en sentido amplio. Debo destacar el papel de sus actores y sus niveles de desarrollo.
- c) Las relaciones de la filantropía, en su forma de mecenazgo y de fundación, con la cultura como creación y la comunicación social en sus diferentes perspectivas.

- d) El papel de la cultura y de la comunicación, en lo que concierne a su recepción, como bien de consumo y de ocio.
- e) A pesar de la respectiva interdisciplinariedad, cabe hacer notar la dificultad del diálogo entre los antropólogos y los comunicólogos, lo cual, en cambio, no sucede, en general, en el diálogo entre los creadores culturales y los comunicólogos.

5 EL PAPEL DEL SERVICIO PÚBLICO

En una sociedad democrática, el concepto de servicio público debe ser fundamental, a pesar de que, por desgracia, actualmente, por influencia de las leyes que rigen el capitalismo y el mercado, es una institución que está en crisis, a menudo ignorada o combatida.

No podemos concebir la sociedad del bienestar, que es nuestro *desideratum*, sin otorgar un papel clave al servicio público que, natural y lógicamente, debe ser asumido por las instituciones públicas en campos como la educación, la sanidad, la seguridad social, las pensiones, la información. En efecto, son unas conquistas sociales logradas después de muchos esfuerzos y que hoy los estados, la mayoría profundamente identificados con el liberalismo económico, tratan de reducir, cuando no anular.

Hoy, púdicamente, en lugar de hablar de servicio público, a menudo se hace referencia al concepto de «interés público», mucho más inconcreto e indefinido y que depende de la perspectiva ideológica desde el cual esté formulado.

En el campo que nos ocupa, el rol del servicio público es esencial, tanto en lo que se refiere a la función que la información debe tener como servicio público, como a los propios medios de comunicación que la difunden. El problema es si se aplica sólo a los medios públicos o también a los privados. Personalmente considero que todo medio que pretende ser un instrumento de difusión informativa debería sentirse concernido por esta exigencia. Desgraciadamente, entre lo que yo expongo y la realidad exis-

te a menudo una diferencia abismal, al igual que pretender que la información sea «veraz», tal como lo define el artículo 20 de nuestra Constitución.

Parecidas consideraciones deben hacerse respecto de la cultura como servicio público, desde el ángulo de su fomento, protección y difusión, y no en cuanto a su creación o producción, que, a mi entender, debe quedar al libre albedrío de la iniciativa privada. El tema es de una gran complejidad, pero aquí me limito a esbozar este principio general.

6 LA INFLUENCIA DE LA INNOVACIÓN TECNOLÓGICA

Este es un tema muy importante sobre el cual existe una abundante literatura, por lo cual no creo que sea necesario que yo haga aportación alguna, que en todo caso sería muy de síntesis. Únicamente, desde mi perspectiva conceptual, quiero subrayar que loada sea la innovación tecnológica en todos los sentidos, con sus múltiples aplicaciones prácticas. Pero, a la vez, quiero afirmar categóricamente que los ciudadanos somos quienes debemos ejercer el control sobre las nuevas tecnologías y no éstas sobre nosotros, sea cual fuere el modo utilizado.

7 PERSPECTIVA INTERCULTURAL E INTERNACIONAL

Por lo que respecta a la primera premisa, es indudable, a mi entender, que la investigación aún no ha concedido la importancia que tiene a la sociedad intercultural en la que estamos viviendo. En efecto, estamos asistiendo a un flujo constante de inmigración de otros ámbitos geográficos, otras culturas, otras mentalidades, otras lenguas, y, a menudo, con una fuerte componente religiosa característica. Este es el gran reto actual, con implicaciones en todos los campos, entre ellos los de las identidades, del sistema educativo, de la convivencia y del conflicto lingüístico, del sistema productivo, de la cultura, etc.

En cuanto a la dimensión internacional existe una buena bibliografía sobre la globalización, que va más allá de la estrictamente económica, para situarnos en un terreno más complejo y más sutil de la globalización política, cultural, comunicativa, religiosa, educativa, lingüística y muchas otras perspectivas (me remito a mi trabajo «Globalización, Comunicación y Cultura en las naciones sin estado. Los retos más característicos», expuesto en las *Jornadas Mar por Medio*, Ribadeo, 2004).

8 ÉTICA DE LA CULTURA Y ÉTICA DE LA COMUNICACIÓN

Hoy está de moda hablar de ética en cualquier parcela de la sociedad o de la actividad humana. Pero su aplicación real y efectiva es mucho menos frecuente y tangible. En mi opinión, existe una profunda crisis ética, que en el ámbito de la comunicación social calificaré de lacerante. Creo que la existencia de códigos deontológicos en distintos ámbitos de la comunicación es un hecho positivo, pero no suficiente. El problema es más profundo. Afecta al impacto de la crisis ética que aqueja a la sociedad y su incidencia en el campo de la comunicación social en sus diferentes ámbitos.

En el campo de la cultura, si nos referimos a la de naturaleza antropológica, su crisis es también grave. Por lo que respecta a lo podemos llamar cultura de creación o de interpretación, la cuestión se sitúa más en el terreno ideológico, lo cual hace más azaroso efectuar un análisis en pocas palabras.

9 CONCLUSIONES

De forma muy sucinta he tratado de contextualizar el concepto «desafío» en los epígrafes que acabo de exponer. Creo que sería muy importante que constituyera un tema de trabajo prioritario en una futura reunión organizada por el Consello.

LOS SOPORTES A LO LARGO DEL TIEMPO
Y SU INVESTIGACIÓN: LA RADIO

Armand Balsebre

Universitat Autònoma de Barcelona

Voy a centrar mi participación en los problemas que hoy tenemos para hacer una historia de la radio desde el punto de vista de los instrumentos-soportes y archivos que disponemos para estudiar el medio y a partir del supuesto teórico de que la tarea del historiador de los medios de comunicación ha de ser dotar de sentido una secuencia cronológica de los hechos históricos.

La búsqueda de sentido a una secuencia cronológica de hechos históricos pasa en primer lugar por detectar cuales son estos hechos históricos, dónde está la singularidad de los diferentes acontecimientos que los hacen históricos, es decir, cuales son esos elementos cargados de significación para entender un periodo histórico o un movimiento social o profesional determinados.

Por ejemplo, en el mundo de la historia de la radio, muchos entienden erróneamente que ha de incorporarse como hecho histórico cualquier suceso y cualquier profesional de la radio, por el hecho de serlo, ha de ser considerado una parte de la historia. La primera tarea del historiador es discernir qué hechos son históricos y qué hechos no lo son. Y aquí viene una de las primeras dificultades: detectar los hechos históricos cuando la distancia temporal que separa al historiador de estos hechos a veces es relativamente corta, o cuando no tenemos claro un canon de referencia que nos diga que «esto» sí que fue un hecho histórico. En la historia de la radio estamos en una situación donde el canon lo hemos de crear nosotros.

Como estamos haciendo historia de la radio casi siempre con testimonios o protagonistas, de hecho, todavía vivos, los cuales tienen la capacidad de recrear la importancia del hecho y, en su recreación, de introducir elementos de falsedad, es difícil a veces situarnos en la perspectiva del pasado sin tener en cuenta cómo el presente ha ido desfigurando o tergiversando aquel pasado.

Con motivo de diferentes aniversarios es fácil asistir en el presente a homenajes, premios y otras celebraciones que promocionan determinadas figuras de la radio que en su momento no tuvieron ninguna significación. Sí, ya sabemos que la significación la da también el paso del tiempo y el cambio de perspectiva, pero también que en algunos casos esta relectura o re-significación se hace a partir del falseamiento de los hechos.

Uno de los casos más llamativos que me impulsó a investigar en el tema de los archivos en radio fue el siguiente: ¿Por qué decimos que el primer locutor de Radio Barcelona fue una mujer, María Sabater, y a partir de aquí construimos una teoría sobre las mujeres locutoras, si María Sabater nunca fue locutora, si la voz que oímos de ella con el indicativo de «EAJ-1, emisiones Radio Barcelona», fechándose en 1924, en realidad fue grabada por ella misma en 1974, uno o dos años antes de su muerte?

La respuesta a preguntas de este tipo tropieza con una serie de mitos y símbolos, contruidos muchas veces sobre certezas muy débiles y por la necesidad que tenemos de recuperar la memoria histórica mediante símbolos, estén o no fundamentados en hechos reales.

En el caso de María Sabater, el símbolo de «la mujer locutora» se recupera por la necesidad que tiene Radio Barcelona en el año del 50 aniversario, 1974, de proyectar sobre la biografía de una mujer que todavía vivía toda la mítica de los pioneros. Pero esto la radio no lo podía hacer aceptando la realidad de que María Sabater era una secretaria de administración. ¿Qué es una secretaria en la historia de la radio?, debieron pensar algunos. Y se inventaron que había sido locutora. Después, sólo era necesario añadir algún indicio: una foto de María Sabater con auriculares ante un micrófono y una carta de la que fuera Jefa de Adminis-

tración de la emisora durante más de 25 años diciendo que María Sabater había sido locutora. Y ahora podemos poner este ejemplo y podemos hablar de este caso de falseamiento porque hemos encontrado información, pero ¿cuántas cosas más podríamos decir de otros mitos si tuviéramos la información precisa?

¿Y cuál es la información precisa? La búsqueda de respuestas a este interrogante nos conduce a la búsqueda de los archivos, los soportes de un investigador en historia de los medios.

Un primer instrumento son los documentos que acumulan los archivos administrativos de las emisoras, en el caso de emisoras privadas, o de la administración, en el caso de emisoras públicas. Aquí hay todavía mucho trabajo que hacer.

Un segundo instrumento son los documentos sonoros: los programas, las emisiones. ¿Cómo podemos evaluar quién hablaba, qué se decía, qué tipo de radio se hacía, qué construcción del imaginario colectivo hizo la radio durante el franquismo... si no escuchamos los programas, si no oímos las voces de los portadores del mensaje institucional, o de evasión, o de servicio, que llegaba diariamente a la audiencia? ¿Concibe alguien una historia del cine sin ver y analizar las películas? Pues eso es lo que se está haciendo con la radio. Se habla de programas y de locutores sin que nunca se haya escuchado una muestra de su trabajo.

En este aspecto en España está prácticamente todo por hacer. Tenemos determinados archivos sonoros como RNE en Madrid, RNE en Barcelona, Radio Madrid o Radio Barcelona, por hablar de los archivos mejor dotados, pero de muchos programas de radio no hay nada. Nada.

Queremos aquí subrayar el trabajo realizado por RNE-Madrid en toda la digitalización de su fondo histórico, iniciado en 1999. O el trabajo realizado por la Fonoteca de la Generalitat de Cataluña en la catalogación y conservación del fondo histórico de Radio Barcelona. Hoy cualquier ciudadano puede ir a la Fonoteca de la Generalitat en Barcelona, pedir una copia de alguno de los programas y pagar sólo el coste del CD.

Es cierto que no se han conservado testimonios sonoros de muchas emisiones, pero con lo que hay ya se pueden hacer buenos estudios históricos. Ahora lo que falta es investigadores que trabajen, que se pasen horas y horas escuchando cintas y analizando. Es decir, lo que falta ahora es que el investigador cambie de actitud y se persuada de que hacer historia de la radio no es ir a comer con un testimonio vivo de una determinada época y hacerle una entrevista... Porque esto es lo que hizo Lorenzo Díaz en su momento (*La Radio en España, 1923-1993*, Alianza Editorial, Madrid, 1992), que hizo mucho mal en el proceso de ir connotando de rigor y calidad el trabajo de los historiadores de la radio. Y también lo que falta es que los depositarios de estos fondos históricos faciliten una tarea que, de entrada, es muy dura y complicada.

Un tercer instrumento son los guiones. Cuando no podemos escuchar un programa porque no existe ninguna grabación, entonces bienvenido sea el guión. Y gracias a los guiones, por ejemplo, es como podemos tener conocimiento exacto de la estructura narrativa y las tramas que trabajaba el guionista Luis Gossé de Blain en su serie «Taxi Key», por ejemplo, pues a pesar de que esta serie estuvo en antena y por casi toda España cerca de 20 años no hay ninguna grabación. Y lo mismo podemos decir de muchos de los seriales de Sautier o Losada.

Algunos guiones han sido editados en forma de novela y otros los tenemos en su forma original en los archivos personales de muchos guionistas, actores y locutores, o en algunas emisoras. Pero, sobre todo, los guiones del fondo histórico de Radio Barcelona que tenemos en la Biblioteca de mi Facultad en la UAB, salvados de ir directamente a la basura con la reciente incorporación del fondo Armando Blanch, el que fuera director de su radioteatro durante todo el franquismo y cuya familia encontró en su casa cerca de 300 radioteatros.

El cuarto instrumento son las crónicas periodísticas recogidas por la prensa, que constituyen en muchos casos una ayuda inestimable: para recoger la opinión o el testimonio del protagonista contemporáneamente al hecho y para datar con mayor exactitud los diferentes hechos históricos.

Ésta es una de las grandes asignaturas pendientes todavía en la historia de la radio: la datación, porque sin una datación exacta de los hechos no se puede producir una secuencialidad lógica de los hechos históricos, lo que nos permitirá dar sentido a la historia de la radio, pues podremos conectar los hechos históricos entre sí y sacar interesantes conclusiones. Y en este tema los errores están a la orden del día.

La datación de los hechos basada en la declaración de un testimonio vivo es generalmente una fuente de errores continuada. Claro, como la consulta hemerográfica es la mayoría de las veces una consulta abierta pues no sabemos casi nada, ni el año en que se produjo tal programa o tal hecho, la tarea del investigador resulta entonces una tarea de auténtica hormiga, muchas horas leyendo textos, páginas de periódicos o revistas, esperando encontrar alguna referencia. Y como en el caso de la historia de la radio se trabaja sin ningún tipo de ayuda económica, seguir por esa vía exige realmente una gran pasión por el tema. Y eso es hoy un bien escaso.

Y llegamos al quinto instrumento: la entrevista a un testimonio vivo, relacionado directa o indirectamente con el hecho, para que nos pueda ayudar en la datación y en el análisis de la significación histórica de aquel hecho que investigamos. La entrevista en profundidad es un método mucho más divertido y que muchas veces resulta muy enriquecedor desde el punto de vista personal: entrar en contacto con personas de 80 años o más, que de manera cordial y sin prisas nos hacen un repaso de su vida. Eso de «apropiarnos» de sus vidas es muy enriquecedor, pero es también fuente de muchos errores y otras veces de un particular síndrome de Estocolmo, pues el sujeto investigador puede acabar atrapado y seducido por la bonhomía o la biografía del sujeto investigado, perdiendo capacidad profesional para objetivar la significación de lo contado y de los datos obtenidos.

Y, finalmente, el análisis histórico. Con el trabajo combinado de estos cinco instrumentos, el investigador está en condiciones finalmente de proceder al análisis histórico. Y aquí empieza

lo más complejo, pues el investigador necesita salir del contexto cerrado de la radio y buscar la interrelación con otros universos. El investigador ha de intentar:

- superponer la historia de la radio a la historia de la televisión o del cine;
- superponer la historia de la radio a la historia de la evolución económica del país;
- superponer la historia de la radio a la historia de la publicidad;
- superponer la historia de la radio a la evolución de una determinada sociedad de consumo (estilos de vida, demografía, etc.);
- y superponer la historia de la radio a la historia de las tecnologías de la comunicación: por ejemplo, no se puede estudiar la evolución histórica de la radio sin saber la evolución del desarrollo de las líneas telefónicas en España, o sin saber que el magnetófono no entra en España hasta 1946, lo que nos hace dudar de muchos registros sonoros realizados anteriormente, porque la cinta magnetofónica no existía y la grabación en disco era algo sólo privativo de muy pocas emisoras.

¿Y EL FUTURO?

En referencia a los archivos, la radio necesita darse cuenta de su responsabilidad histórica en la construcción del imaginario sonoro de todos nosotros. Pero eso es muy difícil porque la radio siempre vive en el presente inmediato. En la radio el futuro no existe, a menos que se integre en una rutina o protocolo de actuación repetitivo. Recordemos, por ejemplo, que conservamos guiones de programas de la radio del franquismo porque era la copia de censura que volvía registrada y se guardaba «por lo que pudiera pasar». Y es muy difícil también promover entre las emisoras el respeto por su patrimonio y sus archivos porque «guardar» es caro. Pensar en el futuro es caro.

Pero si la radio no piensa en el futuro, difícilmente puede concienciarse del valor histórico que tiene el material sonoro que hoy lanzamos a las ondas. No podremos establecer criterios para decidir qué se conserva y qué no. Y no se podrá inculcar en los profesionales de la radio la importancia de la memoria histórica, que los haga pensar no sólo en el futuro sino también en el pasado. Porque... ¿de qué le sirve a una emisora la conservación de miles y miles de documentos sonoros si nunca se utilizan, porque nunca nadie piensa en algo que vaya más allá del «anteayer»?

Las emisoras han de crear una cultura profesional que le sepa sacar partido y darle valor a su patrimonio sonoro. Sólo así conseguiremos que este patrimonio sonoro las emisoras encuentren la manera de compartirlo con la sociedad en general.

LOS SOPORTES A LO LARGO DEL TIEMPO
Y SU INVESTIGACIÓN: LA TELEVISIÓN

Manuel Palacio

Universidad Carlos III

Me gustaría empezar estas páginas con una pregunta al lector o lectora; no la concibo como retórica ni baladí, sino medular para poder posicionarse en el título que nos reúne: *Los soportes a lo largo del tiempo y su investigación*. ¿Qué importancia damos individual y colectivamente a nuestro pasado televisivo, a la historia de la televisión? La respuesta es básica porque nos remite al uso que como colectividad posee el medio televisivo. Y huelga decir que las sociedades, según factores culturales y de otro tipo, asignan valores distintos a su relación con el pasado.

Busquemos un ejemplo iluminador en el cine. Aquellos que se dedican a la historia del cine se piensan como copartícipes de la elaboración de la historia general, como un ramal especializado de ésta (cierto es que es un sentimiento que las más de las veces no tiene reciprocidad por parte de los historiadores generales). Tienen aquellos, incluso, una asociación específica que va por los quince años de existencia: Asociación Española de Historiadores de Cine (<http://apolo.uji.es/cine/index.php>).

A su vez, las administraciones públicas desde que se crearon las primeras filmotecas, en la década de los treinta del siglo pasado, consideraron que el legado cinematográfico formaba parte del patrimonio nacional; tan es así que con la llegada de la España democrática la creación de filmotecas autonómicas ha sido una constante en todos los territorios. Véase la descripción de sus fines que hace la Filmoteca española:

La colección de fondos filmicos constituye el núcleo de la Filmoteca Española y su razón de ser. La Federación Internacional de Archivos Fílmicos (FIAF) otorga a estas instituciones el carácter de archivos históricos. Su peculiaridad estriba en que se trata, al mismo tiempo, de un archivo vivo, que se ocupa de recoger y preservar los documentos cinematográficos que se están produciendo actualmente, de garantizar su conservación y de facilitar su difusión con fines tanto de investigación como divulgativos. (Página web del Ministerio de Cultura: www.mcu.es)

Pues bien, en el ámbito de los estudios de televisión no existe en España un campo de historiadores de la televisión. A pesar de que en muchas universidades españolas de una u otra forma se imparten materias relacionadas con la historia de la televisión, lo cierto es que los académicos no han mostrado especial interés investigador sobre el pasado de la televisión. Las causas son diversas pero quizá la más llamativa es que los aspectos que conectan la televisión con la cultura de la comunidad son un objeto de estudio malo cuyo dominio está completamente deslegitimado en los foros académicos.

Desde otra perspectiva en nuestros lares institucionales tampoco se detecta preocupación alguna sobre el carácter patrimonial que poseen los archivos televisivos. En lo que respecta a las emisoras televisivas, en los más de los casos entienden el archivo como parte de sus actividades comerciales; en lo que se refiere al Estado hoy es el día que en España no existe ningún archivo público en el que se pueda visionar el pasado televisivo. El lastre para estudiarlo es tan pesado que en el conocido *Llamado de París* (*Appel de Paris - Call from Paris*), una convocatoria pública que se ha hecho desde la Federación Internacional de Archivos Televisivos (www.fiatifta.org), la presencia de firmas españolas es la más baja de los países de Europa occidental. Leámosla con el explícito objetivo de conseguir adhesiones.

Petición internacional para la preservación del patrimonio audiovisual mundial. Llamado de París. Este llamado tiene como finalidad: movilizar a todos los profesionales implicados en la preservación de nuestra herencia sonora y audio-visual; llamar

la atención de todas las autoridades nacionales e internacionales en la situación crítica de nuestros acervos, peligrando la herencia mundial del audio-visual, especialmente en los países en vías de desarrollo; y proponer las medidas esenciales urgentes de preservación que hay que tomar para preservar los archivos. Cada uno tiene que sentirse implicado -profesionales de los medios, universitarios, archivistas, usuarios de los archivos, estudiantes, y todos los ciudadanos que se interesan por la preservación de la herencia audio-visual nacional. Por favor, enviar la petición a todos sus contactos para que todas las personas interesadas puedan agregar su firma, y facilitar la difusión de la petición en todos sus acontecimientos profesionales.

En suma, que el planteamiento clásico de la función de la historia como las operaciones de construir una memoria para crear una identidad común está lejos de ser cumplido por aquéllos que en España se dedican al estudio del largo tiempo de la televisión. Supongo que esa carencia se produce por muchos motivos, entre los que destaca el hecho de que voces que hablan sobre el pasado de la televisión no tienen un único centro normativo sobre el que articular los discursos y dar sentido a la lectura (tal como en el caso del cine suele ser el acercamiento estético a lo que algunos llegan a llamar séptimo arte). Este es verdaderamente el tema decisivo para comprender la investigación sobre la televisión. Veámoslo.

Es un lugar aceptado por los estudios sobre la televisión el considerar que ésta posee muchas dimensiones: económicas, tecnológicas, sociológicas, político-legislativas, estéticas, culturales, etc. Cada una de esas dimensiones han sido utilizadas para conatos de acercamientos históricos al pasado televisivo español en su uso de herramientas analíticas diversas y desde luego con cánones de interpretación diferenciados según las disciplinas. Verbigratia: la lectura del pasado televisivo basado en la economía, en los sistemas de producción de los programas o el fundamento económico de las modificaciones tecnológicas; la lectura socio política nos puede hablar de las modificaciones en el espacio público y en las ideologías generadas o reflejadas por la televisión (por ejemplo

los cambios en la visión de la familia o de la mujer en los programas de ficción); la lectura político legislativa se ha revelado productiva para analizar determinados periodos, las instituciones que controlan la televisión o la evolución de algún género como el informativo; por último, la lectura estética permite centrarse en la historia de las formas estéticas y de la calidad televisiva.

Aun así, no se ha visto en la bibliografía española acercamientos que focalicen su atención en zonas iluminadas en otras latitudes. Por ejemplo, la mirada sobre las personas que realizan la televisión (directores, técnicos, interpretes) y con mayor calado el análisis de los públicos televisivos: el papel de la socialización, los perfiles de los telespectadores, el listado de los programas de éxito, entre otros. Una especie de historia social de la televisión. Tampoco están especialmente asentados en nuestros lares el estudio de los subpúblicos que como los teléfilos dan sentido a los clubs de internet y al intercambio de programas del pasado (cierto es que a lo largo del último año y quizás a rebufo de la consolidación del DVD como soporte de reproducción de imágenes, y base de las videotecas particulares, ha proliferado la comercialización de documentales y series de ficción del pasado –algunas por cierto más o menos míticas que nunca llegaron a verse en las cadenas españolas como la británica *The Young Ones*).

Y si lo dicho no fuera un obstáculo lo suficientemente elevado también los que nos dedicamos a la historia de la televisión nos encontramos con problemas metodológicos para poder centrar nuestro objeto de estudio. ¿Nos cobijamos en el árbol de la historia de los medios, como la radio e incluso el cine, o en la historia de la cultura de masas en lo que tiene la televisión como elemento central de socialización y configuración del espacio público? En otras palabras, ¿echamos mano de las herramientas analíticas provenientes de las ciencias humanas o de las ciencias sociales? No olvido, por supuesto, que los sociólogos en España no han mostrado (sorprendentemente) ningún interés en pensar científicamente la televisión. Personalmente, en mi *Historia de la televisión en España* intenté dar fe del sistema televisivo como glo-

bilidad, lo que me forzó a utilizar una metodología ecléctica, privilegiando en cada capítulo aquellos aspectos que daban sentido al periodo tratado.

La periodización del pasado para poder analizar y organizar el soporte televisivo a lo largo del tiempo no es un problema despreciable. Piénsese que por ejemplo en el cine son habituales las segmentaciones por décadas, además de otras que indican cambios tecnológicos (la llegada del sonoro), modificaciones legislativas (las diversas leyes de fomento a la cinematografía) u otras establecidas por cortes históricos (el cine de la transición); sin embargo en la televisión no se hallan resueltas las segmentaciones históricas.

En el caso de TVE y del conjunto de la televisión española con frecuencia se han utilizado criterios basados en motivos políticos en cierto sentido exógenos al propio desarrollo del medio: así encontraríamos la televisión en el franquismo, en la transición, el primer periodo socialista, y luego del PP... Excusado es decir que el problema es de tal magnitud que hay una parálisis en los estudios históricos.

Históricamente, en la televisión los dos registros temporales más habituales han hecho referencia a las cronologías lineales o al proceso evolutivo de los géneros. En la actualidad, debido a la proliferación de las ofertas televisivas ambos sistemas han quedado, de hecho, afectados y quizá por ello hace tiempo que no se publican libros con vocación histórica sobre la televisión. Quedan, eso sí, las aproximaciones de base histórica al recorrido de algunas emisoras autonómicas (la catalana, la vasca, la gallega, la andaluza, etc.). Empero, no las hay a las cadenas privadas. Ahora, con motivo del cincuenta aniversario del comienzo de las emisiones regulares por TVE, se va a hacer un libro conmemorativo del evento.

Se me ocurren y propongo varias tipologías posibles y convencionales de «historias de la televisión». Y recuerdo que también es posible realizar historias en imágenes de la televisión porque la televisión más que otros medios de comunicación se

historia a sí misma en imágenes y en programas que de hecho constituyen el acervo colectivo de lo que la gente conoce como pasado televisivo.

- 1. Historia sociocultural de la televisión. Desde una primera perspectiva, la manera de conectar los programas televisivos con la experiencia social del consumo y con la realidad social. Y desde una segunda, la visión de la televisión como fuente de la historia. Se me ocurren algunos ejemplos notables: ¿alguien cree que se puede entender el cambio de costumbres que se produjo en el tiempo de la transición democrática sin tener presente *Verano Azul*, *La Barraca* o *Los gozos y las sombras*?
- 2. Historia económica de la televisión que aborde, entre otros aspectos, las fases de la organización industrial, los modos de producción, las variaciones en las tecnologías de producción y consumo (desde la llegada del color hasta el mando a distancia).
- 3. Historia de los programas, de las programaciones. Historia estética. El modo de representación y los estilos de realización. Por ejemplo, en este punto, pienso en los programas de referencia en la historia del medio.

LOS SOPORTES A LO LARGO DEL TIEMPO
Y SU INVESTIGACIÓN: INTERNET¹

Javier Díaz Noci
Universidad del País Vasco

I ESTUDIAR INTERNET DESDE UN PUNTO DE VISTA
HISTÓRICO

Frente a los medios «establecidos», los que todo el mundo considera como tales (la radio, la televisión y, sobre todo y por ser el más antiguo, la prensa), a los que nadie discute el estatus histórico y la posibilidad de ser investigados aplicando sobre ellos y sus diferentes aspectos las técnicas de la historiografía, Internet –y los medios que para esa red global se producen– son tan jóvenes que es lógico preguntarnos hasta qué punto es posible trazar su historia. Naturalmente, la respuesta, la del historiador de la comunicación², ha de ser que sí. Aunque haya que aclarar luego

1. Este texto se beneficia de las investigaciones realizadas al amparo del proyecto de investigación *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, subvencionada por el Ministerio de Ciencia y Tecnología, BSO2002-04206-C04-03.

2. Sin querernos hacer autopromoción, nos parece el momento y el lugar apropiado para reivindicar esa condición. Quien esto firma es doctor en Historia con una tesis, escrita y defendida en lengua vasca, sobre la historia del periodismo en euskera (*Euskal kazetaritzaren sorrera eta garapena (1834-1939)=Orígenes y desarrollo del periodismo en lengua vasca, 1834-1939*; una versión en castellano de los primeros capítulos puede hallarse en www.ehu.es/diaz-noci/inedit/hispref.pdf), y, además de dos libros sobre el tema (los fundamental del texto de esa tesis doctoral y el catálogo de publicaciones estudiado en la misma, ambos publicados por la Sociedad de Estudios Vascos en 1994 y 1995), ha publicado numerosos artículos sobre esa cuestión, en diferentes lenguas (que pueden descargarse de la página web www.ehu.es/diaz-noci), y ha puesto en marcha una asignatura virtual, con su correspondiente manual, sobre esa cuestión en la Universidad del País Vasco. Como decía José María Jover, el tema de la tesis doctoral marca en muchas ocasiones el rumbo de la inves-

que se trata, y no sólo por la vida todavía breve de nuestro objeto de estudio, de un empeño con unas cuantas dificultades. Subsanales aún, eso sí.

En este texto nos ceñiremos más bien al análisis del periodismo surgido en Internet, aunque desde luego la perspectiva de investigación sobre Internet comprende una fenomenología más extensa. En definitiva, trataremos la historia del periodismo (del ciberperiodismo, en este caso; permítasenos la defensa, por económica y, creemos, certera, del término frente a los más ambiguos de periodismo electrónico o periodismo digital) dentro de la historia de la comunicación. Aquí y en este momento, sólo por una razón: la brevedad del tiempo y del espacio lógicamente concedidos para tratar de explicar las peculiaridades del ciberespacio como soporte nos han decantado por la opción de referirnos al periodismo como una de las manifestaciones más importantes —e Internet está contribuyendo a resquebrajar este concepto— de la comunicación en este «ámbito artificial creado por medios informáticos» (según la definición que del ciberespacio hace el diccionario de la Real Academia Española) que podemos calificar como nuevo medio (Castells, 2002). Nuevo medio que, como veremos, tiene sus propias características. En ese sentido, contamos, frente a los medios más antiguos, como la imprenta, con una ventaja: mientras que la historiografía tardó cinco siglos en preguntarse acerca de la enorme transformación que supuso y la trascendencia social que tuvo la imprenta (el trabajo de Elisabeth Eisenstein³ es ya, además de modélico, un clásico), en el caso de Internet esa preocupación académica es prácticamente coetánea del fenómeno que estudia. Al menos, de su popularización a través de la World Wide Web, ya que Internet es más que eso: el correo electrónico, por ejemplo, probablemente la herramienta que más se utiliza, más incluso que la de edición y lectura digital que es la ya citada WWW⁴. Y, sin

tigación posterior —al menos, en lo que respecta a la devoción; la obligación laboral marca, en ocasiones, otros rumbos—, o al menos resulta el más caro posteriormente.

3. Eisenstein, Elisabeth. *La revolución de la imprenta en la edad moderna europea*. Madrid: Akal, 1994.

4. En el principio Internet no fue Internet, sino Arpanet. La historia se ha contado hasta la saciedad, por eso aquí no haremos sino apuntarla. En los años 60 del siglo xx, en

embargo, planteamos así un primer problema de investigación, ¿se están archivando de alguna forma, pública o privadamente, los epistolarios que con este nuevo medio están surgiendo, las «cartas» que muchísima gente se está cruzando? ¿Algo que nos permita hacer, como se ha hecho con las cartas escritas por gente importante, una edición posterior de los mismos?

Otra de las dudas que pueden surgir es si es posible o conveniente trazar la historia de acontecimientos recientes acerca de los cuales no se tiene perspectiva temporal suficiente. Los últimos manuales sobre historia de la comunicación, tanto en España (Gómez Mompert y Marín Otto, 1999; Guillamet, 2003; Barreira, 2004) como en otras latitudes (Burke, 2002; Briggs y Burke, 2002) incorporan ya capítulos sobre los medios digitales. Grandes luminarias de la historiografía actual, como Robert Darnton o Roger Chartier, se han ocupado de este cambio de paradigma. Parece claro que es posible aplicar a realidades cercanas las técnicas historiográficas, bien que teniendo en cuenta algunas dificultades, como la dificultad de acceder a algunos documentos, que aún no han pasado a los archivos o que no están disponibles, o la constatación de que los intentos de periodización habrán de sufrir modificaciones con posterioridad, para practicar ajustes que con más distancia y a la luz de nuevos acontecimientos permitan vis-

pleno temor a un ataque del bloque soviético –era la época de la llamada «guerra fría»– el Servicio de Defensa de Estados Unidos idea una red de ordenadores que permite a la información viajar a través de conexiones diversas dividida en paquetes, que luego se juntan en su destino. Eso impide la pérdida total de información. Años más tarde, ese protocolo informático (el llamado tcp/ip) dará lugar a una red abierta a todo el mundo que se llamará Internet. De los múltiples servicios de que se compone la llamada «red de redes», destacan dos: el correo electrónico, por un lado, que ha permitido, primero entre la comunidad científica, pionera en su uso, y luego a todo tipo de personas, recuperar la comunicación epistolar de un modo sencillo, rápido y barato (y además, global); y la World Wide Web, un servicio basado en el hipertexto – conexión de nodos o bloques de texto mediante enlaces– y en una sencilla interfaz gráfica, que fue puesto en marcha en los primeros años 90 del siglo xx por un científico británico, Tim Berners-Lee, entonces en el laboratorio europeo de partículas atómicas suizo cern, para satisfacer a la comunidad científica, pero que luego se ha convertido en herramienta cotidiana y medio de comunicación en sí mismo. La www, hoy metonimia de Internet, permite la puesta a disposición de todo el mundo, al alcance de un *click*, cantidades ingentes de información de todo tipo, y además –con las limitaciones técnicas que con el tiempo se superarán– multimedia.

lumbrar periodos históricos más definidos. Sin embargo, es posible y conveniente, incluso así, acometer una historia del presente. Entre otras cosas, porque eso proporcionará a los historiadores más adelante material suficiente con que reconstruir, reinterpretar o corregir lo que ahora vayamos haciendo. Por eso es tan importante tener en cuenta esa perspectiva y no renunciar a que nuestro trabajo actual sea la base de una historiografía más depurada sobre este nuevo medio que, prácticamente, acaba de nacer.

1.1 Un cambio de paradigma

Nos encontramos, en eso hay acuerdo, frente a un nuevo paradigma, como ya indicaron en 1999, para el campo de la historiografía de la comunicación, Gómez Mompert y Marín Otto: una «ruptura del paradigma de la comunicación de masas» (Gómez Mompert; Marín Otto, 1999: 261-263).

El concepto de *mass media* o de medios de comunicación de masas ha dominado la teoría, y probablemente también la práctica, del panorama de la comunicación durante todo el siglo xx. El nacimiento de las *journalism schools* en los Estados Unidos, y la recepción de los estudios sobre Periodismo, primero, y Comunicación, después, en las Universidades españolas a partir de los años 70 del pasado siglo, contribuyeron a difundir esta aserción. Acostumbra a situarse el surgimiento de la comunicación de masas al filo de la Primera Guerra Mundial, justo cuando los modelos americanos –es decir, estadounidenses– se imponen en todo el mundo occidental. Y lo harán aún más cuando impongan su hegemonía, tras el triunfo en la Segunda Guerra Mundial, sobre todo Asia, a través de Japón, país que, curiosamente, se convertirá en el primer fabricante de tecnología de la comunicación hasta nuestros días. El nacimiento de la radio y su conversión en un medio de comunicación industrial, a partir de los años 20 del siglo pasado, contribuirán a asentar el concepto de la comunicación de masas, caracterizada, entre otras cosas, por un emisor único –el medio y la empresa e intereses que están detrás de éste– y un receptor igualmente único, la masa compuesta por el

público receptor. Lo que en realidad es único es el mensaje que, sobre todo por condicionantes técnicos, son capaces de ofrecer esos medios. Como es obvio, esta masa está compuesta por individuos con intereses, gustos, aficiones, preparación cultural y capacidad de comprensión muy diversa, por lo que ha de entenderse que en realidad lo que para los medios caracteriza a ese público masivo es el mínimo común denominador de las personas que lo integran, la búsqueda –o la creación– de características comunes y hegemónicas a través de procesos de producción industrial.

1.2 *¿Una revolución industrial?*

Las últimas dos décadas del siglo xx y los primeros años del xxi se han caracterizado por un predominio de lo económico y lo comercial que ha convertido a los bienes intangibles, la información y el entretenimiento, de forma muy destacada, en mercancías en el más puro sentido de la palabra. Las nuevas formas empresariales, la concentración en grupos, la transnacionalización y la superación de las fronteras estatales a la hora de hacer negocios, las estrategias globales y el apoyo de las nuevas tecnologías han sido determinantes para pintar un panorama donde el poder está cada vez más concentrado en unas pocas manos y donde la ampliación de la oferta, del número de medios y canales, no ha traído de forma necesaria consigo un mayor pluralismo. En esas tres décadas han surgido, por otra parte, nuevas formas de comunicación, que a su vez han abierto nuevos horizontes y han hecho posible llegar con un mismo mensaje a, virtualmente, todo el mundo. Internet, hoy por hoy el paradigma de las redes telemáticas, y la digitalización de los contenidos han hecho posible que el mundo sea en sí mismo una gran y única audiencia, pero a la vez empieza a vislumbrarse la posibilidad de que, merced a nuevos lenguajes más aptos para imitar o adaptarse al modo en que la mente humana discurre, como el hipertexto y el hipermedia, el usuario sea más libre de configurar su propio discurso, su propio mensaje, en una nueva forma de lectura y escritura⁵ que,

5. «Hay una falsa analogía que se repite una y otra vez tanto en textos académicos

según algunos, puede suponer una revolución en el modo en que los humanos ponemos a disposición de nuestros semejantes inmensos cúmulos de información, que precisa de ser jerarquizada y organizada, y a nuestra vez recibimos a conveniencia parte de ese ingente *maremagnum* de datos.

El término *multimedia* (aunque, en realidad, en castellano sería más correcto hablar de *multimedios*) se refiere a dos fenómenos, de los cuales hablaremos pero que conviene distinguir desde un principio. Por una parte, se habla de información multimedia refiriéndonos a aquella que está compuesta por componentes textuales, visuales (bien sean imágenes fijas, bien en movimiento), sonoras e incluso por programas, por ejemplo gestores de bases de datos, que la harían, además, interactiva, puesto que permiten al usuario interrogar al sistema –hasta cierto punto al menos– y a éste ofrecerle una respuesta individualizada. Por otra, empleamos el vocablo multimedia para designar a aquellos grupos empresariales que son dueños de varios medios de comunicación, o ejercen mediante participaciones en varias de esas empresas control sobre la actividad de esos medios. En otras ocasiones, sobre todo cuando se refiere al control por parte de un solo grupo de medios que se difunden a través de tecnologías, sobre todo digitales, diversas (las ondas, el cable, el satélite) se denomina *convergencia*.

La popularización de los ordenadores, aparatos capaces de manejar toda aquella información susceptible de ser reducida a digital, y su conexión en redes, Internet hoy por hoy, han abierto un inmenso territorio de posibilidades aún por explorar a la comunicación (Almiron, 2001). Una de las más conocidas, y perspicaces, reflexiones sobre la informatización de la sociedad es la que, a instancias de las autoridades francesas, llevaron a cabo los profesores Simon Nora y Alain Minc, titulado precisamente así: *La informatización de la sociedad*. Este informe se confeccionó a las puertas de lo que se considera una revolución informática, la

como periodísticos. Me refiero a la idea de que la pantalla es un libro y el internauta un lector. El medio digital es muy distinto al propiciado por la lectura. Los ojos miran –no leen– a la pantalla y se encuentran con una confluencia de varios lenguajes» (Fernández, 2002).

introducción del ordenador personal, a principios de la década de los 80 del siglo pasado. Buena parte de las cuestiones que se plantean en el informe Nora-Minc son aún del todo válidas. Entonces como ahora, casi treinta años después de su redacción, este informe prevé que «la «revolución informática [...] constituye el factor común que permite y acelera todas las demás» (Nora-Minc, 1980: 17), entre otras cosas, porque del elitismo en el uso de la información se pasa, con la democratización de la informática, a que amplios espectros de población –al menos, de población occidental– sean capaces de manejar y disponer de grandes flujos de información. Será el ordenador personal o micordenador, las redes y la telemática las que den este salto cualitativo, en el que ahora nos hallamos inmersos. Se ha producido una inversión en cuanto al uso de los ordenadores: si hace tan sólo tres décadas escasas, en la época en que se escribe el informe Nora-Minc, la informática era patrimonio poco menos que exclusivo de sectores minoritarios, aunque poderosos, de la sociedad, aquellos que podían permitirse pagar grandes y costosos equipos, hoy la propia industria informática está más orientada a la producción de equipos personales, mayoritarios en la sociedad.

Podemos así hablar con el profesor de la Universidad de Nueva York Neil Postman de una sociedad tecnocrática, compuesta por ciudades basadas en y gobernadas por la técnica, también llamada *Tecnópolis*, título por cierto de un libro suyo de 1992. Si esto es bueno o es malo, si se trata de una revolución –y de una evolución– o no, es algo obviamente discutible. De hecho, tan sólo dos años antes de editarse el informe Nora-Minc, en 1976, en su libro *Computer Power and Human Reason*, Joseph Weizenbaum, uno de los pioneros de los estudios sobre inteligencia artificial del Massachusetts Institute of Technology (MIT), dudaba de que se hubiese producido una verdadera revolución con el advenimiento del ordenador:

La llegada de la Revolución del Ordenador y el inicio de la Era del Ordenador han sido anunciados muchas veces. Pero si el triunfo de una revolución ha de medirse en función de la modificación social que conlleva, entonces no ha habido revolución del ordenador. (citado en Postman, 1994: 152).

El propio Neil Postman –que pertenece más a la corriente de los escépticos sobre la tecnología que a la de los que creen ciegamente en sus avances– estima que «el ordenador ha fortalecido las instituciones burocráticas y ha suprimido el impulso hacia el cambio social significativo», ya que cree que «los ordenadores, al automatizar el funcionamiento de organizaciones políticas, sociales y comerciales, puede que las hagan más eficaces –o puede que no–, pero con toda seguridad lo que sí han conseguido es desviar la atención de la cuestión sobre si esas organizaciones son o no necesarias o sobre cómo podrían mejorarse» (Postman, 1994: 152-153). Eso podría aplicarse a las empresas productoras de información, a lo que llamamos los *media*. Para este autor, ha servido para «hacer que la gente crea que innovación tecnológica es sinónimo de progreso humano» (Postman, 1994: 154). Otros, en cambio, señalan la semejanza del avance de la informática no sólo con la revolución que produjo la adopción de la imprenta, sino incluso con la que produjo la invención de la escritura: «Las analogías son sorprendentes», señalan Simon Nora y Alain Minc, «ampliación de la memoria; proliferación y mutación de los sistemas de información; posible modificación de los modelos de autoridad» (Nora-Minc, 1980: 179). Pero las dudas están ahí, ya que los mismos autores (Nora-Minc, 1980: 181) se preguntan si «constituirá la generalización del lenguaje informático un factor de emancipación o, por el contrario, agudizará las diferencias».

Esa situación está afectando también a las propias relaciones sociales. Diversos autores han abordado este tema y han denominado de formas diversas a esta nueva sociedad. Se trata, en definitiva, de la *sociedad posindustrial* de Bell y Touraine, de la *sociedad de consumo* de Jones y Baudrillard, de la *aldea global* de Marshall MacLuhan, de la *sociedad del espectáculo* de Debord,

de la *era tecnocrónica* de Brzezinski, de la *sociedad informatizada* de Nora-Minc, de la *sociedad interconectada* de Martin, del *Estado telemático* de Román Gubern o de la *sociedad digital* de Mercier, Plassard y Scardigli (Echeverría, 1995: 13).

El siglo xx asistió al auge de la sociología de conocimiento, disciplina que parte del supuesto de que puede y debe distinguirse entre *conocimiento e información*, es decir, la materia prima (la información) frente a la depuración intelectual que a partir de ella se hace (el conocimiento) o, si se prefiere, un saber instrumental frente a un saber objetivo. Distinción, en realidad, que, como en la antigüedad, contraponen la *técnica* (del griego τεχνη del que es sinónimo el latino *ars*) a la *ciencia* (Burke, 2002: 24-25). Evitando en todo caso caer en el determinismo tecnológico que asimila invenciones del ingenio humano con progreso, pues por progreso deberíamos entender algo más que el mero desarrollo material, los avances técnicos prometen la posibilidad de cambios sustanciales en el conocimiento humano, y aun a riesgo de que no resulte claro desde nuestra perspectiva, mediatizada por el bombardeo de acontecimientos, discernir el grano del conocimiento científico, filosófico, universal, de la paja de los datos informativos («la sabiduría no es acumulativa», señala Peter Burke). Y aquí es pertinente recordar cómo, tal y como recuerdan diversos académicos, o incluso músicos *pop* (como en esa canción de Bruce Springsteen: *57 channels and nothing on*), la abundancia no necesariamente quiere decir variedad, y sólo con la pluralidad real se puede asegurar una verdadera elección, y sólo así se puede asegurar una verdadera democracia⁶.

6. Precisamente, uno de los primeros autores que se interesó por el periodismo electrónico –entonces a través de la pantalla de la televisión–, el periodista e historiador Anthony Smith, nos confesaba en 1998 en Oxford que ése era el aspecto de la comunicación que le interesaba realmente: cómo, a pesar de la abundancia supuesta de información, en realidad ésta estaba controlada por muy pocas manos que concentraban todo el poder de los medios.

2 EL OBJETO DE ESTUDIO

¿Qué estudiamos cuando estudiamos Internet como medio de comunicación? Incluso, aunque suene reduccionista, ¿qué estudiamos cuando estudiamos el periodismo que se produce para la Red? No tenemos más remedio que volver nuestros ojos hacia la metodología historiográfica, por más que el objeto de estudio resulte cercano, en continua mutación, en plena fase de desarrollo. En realidad, si, como proponemos, nos inclinamos por una historia social del conocimiento, por interpretar y entender la forma en que se producen y reciben los mensajes, no queda otro remedio que llevar a cabo estudios lo más multidisciplinares posible. En realidad, eso es lo que la mayoría de los estudiosos de la comunicación proponen para cualquier época y manifestación comunicativa; sin ir más lejos, véase Aneiros y López, 2005. Otra cosa sea que quien mucho abarque poco apriete, y que esos deseos de transversalidad necesiten de una interpretación general que, según quién sea el encargado de proporcionarla, y de qué campo del saber venga, pueda quedar escorada. Puede argumentarse que la interpretación debe ser hecha desde el punto de vista del periodismo pero, en nuestra opinión, el periodismo es más bien el objeto de estudio y no una metodología. En realidad, incluso cuando en fecha tan temprana por lo que al periodismo académico respecta se hablaba de *Metodología del periodismo*⁷ no nos queda otro remedio que aceptar que se refiere más bien a la producción de textos informativos y no a su estudio.

Desde un punto de vista metodológico, deberíamos en principio aceptar, con Celso Almuiña (en Gómez Mompart, 1996: 9) que hemos de fijarnos en el emisor, los medios de transmisión, los contenidos y los receptores. Eso nos lleva, desde luego, a estudios y enfoques tan diversos como la estructura de la empresa informativa, el estudio de la profesión periodística (desde el punto de vista del asociacionismo jurídico, de la ética informativa, del estudio sociológico, o incluso antropológico, de los modos y

7. Gregorio, Domenico de. *Metodología del periodismo*. Madrid: RIALP, 1966.

rutinas de producción⁸), la historia de la tecnología (y de los cambios que introduce en la sociedad, de nuevo en la línea de lo ensayado por Eisenstein para los primeros tiempos de la imprenta), el análisis de contenido, el análisis retórico, la teoría del hipertexto, la teoría lingüística, la teoría de géneros y, hasta, si se nos apura, la dialectología, la estética de la recepción, la historia de la lectura, la medición de audiencias y, en fin, cualquier otro tipo de tema y herramienta que pueda ayudarnos a comprender parte de un fenómeno que, como todos, es obviamente complejo. Métodos, por tanto, cuantitativos y cualitativos, comparativos o descriptivos. Habría que destacar igualmente el esfuerzo metodológico realizado por los profesores Montero y Rueda en su libro *Introducción a la historia de la comunicación social*, y en gran medida todo lo que allí se dice puede ser igualmente aplicado al estudio de la comunicación en Internet.

Hace tiempo que la historiografía de la comunicación pretende superar una fase meramente positivista y heurística, sin que, por otra parte, dicho enfoque tenga nada de malo, ni de reduccionista, si es que se emplea especialmente en la primera fase de los estudios de que se trate. Los estudios hemerográficos corresponderían a esta primera fase. En un país donde todavía no existen catálogos hemerográficos del todo fiables y completos para todos sus territorios, poblaciones o periodos históricos⁹, pretender que lo haya de los cibermedios es, todavía hoy, una quimera.

2.1 Cibermedios: un catálogo

Disponemos, sin embargo, de algunos materiales que ya ahora nos permiten hacer algunos estudios comparativos. A pesar de la muy diversa metodología empleada por esos estudios, algo

8. Un apreciable libro sobre el modo en que está cambiando la producción informativa es *Digitizing the news*, de Pablo Boczkowski (Cambridge, MA: The MIT Press, 2004).

9. El caso del siglo xvii, aquel donde nacen las publicaciones periódicas y se forja la profesión periodística, es palmario, salvo para el caso catalán, donde el estudio de Jaume Guillamet sobre los inicios del periodismo catalán ha arrojado mucha luz sobre épocas muy desconocidas del periodismo peninsular.

se ha hecho. Por ser realistas, no pretendemos que nuestro modesto librito de 1997, *Medios de comunicación en Internet*, sea un catálogo con características científicas, aunque, a pesar de todo, intentaba ser un repertorio lo más completo posible de los cibermedios españoles de la primera hornada. Ese mismo año planteábamos una tímida tipología de los cibermedios, vascos en este caso (Díaz Noci y Meso, 1997). Le han sucedido, para el País Vasco, otros trabajos del profesor Koldo Meso, publicados en diferentes números de la revista *Mediatika*, de la Sección de Medios de Comunicación de la Sociedad de Estudios Vascos (Meso, 2004), y, desde una perspectiva aún más local, para el caso bilbaíno (Meso, 2005). Recientemente, en 2004, el Col.legi de Periodistas de Catalunya ha publicado un estudio del profesor David Domingo, de la Universidad Rovira i Virgili de Tarragona (Domingo, 2004), que recoge 445 medios de comunicación catalanes (su criterio es más amplio que, por ejemplo, el nuestro), y existe otro catálogo (Fortuny, 2003) que se limita a las webs informativas en catalán.

Es obligado señalar de manera muy especial que a día de hoy sí existe un censo de cibermedios gallegos, el denominado Archivo de Comunicación, del Consello da Cultura Galega, dirigido por Xosé López, que ya ha dado como resultado un completo catálogo de medios impresos y digitales de toda Galicia, clasificados por comarcas y puestos a disposición del público en el sitio web del Consello. En el apartado metodológico se da la siguiente definición: «Un cibermedio é un emisor de contidos que ten vontade de mediación entre feitos e público, utiliza fundamentalmente criterios e técnicas xornalísticas, usa a linguaxe multimedia, actualízase e publícase na rede internet». Se dejan fuera, a la vez, «todos aqueles sitios que, malia reuniren as condicións para seren considerados cibermedios, non están a renovar os seus contidos de maneira periódica, non foron incluídos nesta base de datos. Asemade, tampouco foron considerados cibermedios aqueloutros servicios de noticias elaborados por gabinetes de comunicación ou, doutro xeito, aqueles que unicamente dan conta da información relacionada coa súa propia entidade».

Establecer un catálogo con unos criterios establecidos y marcar una estrategia que permita ir alimentando esa base de datos sería una buena idea. Naturalmente, eso exige un trabajo continuo en el tiempo y que involucre a varios equipos de investigadores, de manera que el surgimiento, desarrollo y extinción de cada cibermedio pueda ser constatado en una base de datos con un cierto detalle. Las tecnologías informáticas, que permiten volcar los datos desde diversos puntos geográficos, hacen desde luego más realizable un empeño tan titánico. Es la metodología que estamos siguiendo en el proyecto que, en estos momentos, se halla en su última fase y que, a partir de la coordinación de cuatro equipos de otras tantas universidades españolas (Málaga, Navarra, País Vasco y Santiago de Compostela) ha pretendido hacer un catálogo lo más exhaustivo posible de los cibermedios españoles entre 2002 y 2005. Dicha base de datos se ha ido completando con aportaciones de investigadores de todos los grupos y ha sido diseñada por investigadores de la Universidad de Santiago (Xosé López, Xosé Pereira y Manuel Gago). El empleo de esa base de datos ha dado ya algunos resultados conjuntos¹⁰ y en estos momentos se ultima la preparación de una monografía que, coordinada por el profesor Ramón Salaverría, de la Universidad de Navarra, recoge las aportaciones de los diversos grupos y subgrupos encargados de analizar temas tan diversos como los géneros periodísticos, los derechos de autor, el asociacionismo y los rasgos de la profesión, y donde se explica con detalle el criterio seguido para confeccionar dicha base de datos e incluir en ella determinadas web que se han considerado periodísticas, mientras que se han dejado de lado otras. En definitiva, los campos que se han tenido en cuenta para confeccionar esa base de datos morfológica de cibermedios españoles –la clásica ficha de Jacques Kayser, ideada en un momento histórico y un lugar geográfico concretos, y para cumplir

10. Por ejemplo, Díaz Noci, Javier; Gago, Manuel; López, Xosé; Meso, Koldo; Pereira, Xosé; Salaverría, Ramón. «New trends in content and design at the Spanish cybermedia». En: Salaverría, Ramón; Sádaba, Charo (ed). *Towards new media paradigms. Content, producers, organisations and audiences. II COST A20 International Conference Proceedings. Pamplona (Spain), 27-28 June 2003*. Pamplona: Eunat, 2004, p. 63-70.

un determinado objetivo, censar los diarios franceses de la década de los años 60, no sirve ya del todo satisfactoriamente para los nuevos medios– son los siguientes:

- Nombre.
- Razón social.
- Comunidad autónoma.
- Ciudad.
- Provincia.
- URL.
- Correo(s) electrónico(s).
- Contacto.
- Tipo de medio (generalista/especializado).
- Actualización.
- Otros soportes (impreso, audiovisual).
- Contenido.
- Idioma(s).
- Descripción.

A partir de esa misma base de datos, y con el respaldo de un nuevo proyecto de investigación, en este caso ceñido al impacto de Internet en los medios de comunicación vascos¹¹, bajo la supervisión del profesor Koldo Meso se está llevando a cabo un censo de los cibermedios vascos de acuerdo a los siguientes campos:

- Nombre del medio.
- URL.
- Razón social.
- Dirección postal.
- Municipio.
- Territorio histórico.
- Correo(s) electrónico(s).
- Fecha de inicio (y de finalización, si es el caso).
- Director del medio.
- Webmaster.
- Persona de contacto.
- Tipo de medio (generalista/especializado).

11. 1/UPV 00017.323-H-16005/2004.

- Correspondencia con otros soportes (impreso, audiovisual).
- Medio matriz (si lo hay).
- Régimen de propiedad del medio.
- Actualización.
- Contenidos.
- Elementos multimedia.
- Interactividad.
- Publicidad.
- Idioma(s).
- Observaciones.

Pretendemos con esta ficha constatar los elementos mensurables que nos permitan luego investigar diversos aspectos, desde los más puramente morfológicos (nombre, URL...) a los cronológicos (fecha de inicio y finalización, como en la ficha de Kayser), pero también sobre la titularidad de los medios y su estructura empresarial, utilización de variedades lingüísticas –que en el caso vasco puede extenderse al empleo de variedades de euskera dialectales, subdialectales o no plenamente estandarizadas– y también que nos permita interpretar hasta qué punto se utilizan las características intrínsecas del nuevo medio (interactividad, multimedialidad, etc.).

No obstante, a pesar de ser importante un censo de cabeceras, estamos de acuerdo con, entre otros, el profesor García Galindo (en Gómez Mompart, 1996: 37) en que conviene superar la historia de los medios por una historia de la comunicación social que recoja las aportaciones de la historiografía general. En similar sentido se expresa el profesor de la Universidad del País Vasco Juan Gracia Cárcamo (Gracia, 2005: 36), quien asegura que

Uno de los problemas de la Historia de la Comunicación [...] es que debería constituir un saber interdisciplinar, o, si se quiere utilizar un término más en boga, transdisciplinar. Pero los historiadores no suelen hacer suya la idea de T. Rabb que subrayaba cómo los mayores avances en historia surgían precisamente en los intersticios entre disciplinas [...]. La historia de los medios de comunicación suele contemplarse por la historiografía como un tema

periférico [...]. La cuestión está en que, atendiendo a la época en que vivimos, al menos desde hace dos décadas, el análisis de los medios de comunicación debería ser cada día menos marginal en el estudio de la Historia [...]. Parece significativo que muchos historiadores quizá no se den cuenta de que, entre otros motivos, la historia que se publica hoy no es la de hace 25 años en parte por la influencia de la esfera mediática en que vivimos todos¹².

La relación entre periodismo e historiografía ha sido puesta de manifiesto por muchos académicos, desde aquella lejana primera tesis sobre periodismo de 1690 (Tobias Peucer, *De relationibus novellis*, presentada en la Universidad de Leipzig¹³) hasta la más reciente *Historia del presente* de Timothy Garton Ash¹⁴. La historia de la evolución de los medios –que incluiría la tan socorrida, y abordada desde metodologías muy dispares, perspectiva comparativa¹⁵– es, sin embargo, importante, y no debe ser descuidada como tampoco ha de serlo la de otros aspectos de la comunicación, en este caso periodística.

12. Agradecemos al profesor Gracia Cárcamo, compañero de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación de la Universidad del País Vasco, que nos haya dado a conocer este texto, correspondiente a una ponencia que, bajo el título «Medios y formas de comunicación en el Bilbao contemporáneo (siglos XIX-XX). Reflexiones desde la historia sociocultural», fue presentada a finales de 2004 en un congreso sobre la historia local de la capital vizcaína y sobre los medios de comunicación organizada por la Biblioteca Municipal Bidebarrieta y la Sociedad de Estudios Vascos. Dicho texto dedica buena parte de sus páginas a trazar un exhaustivo estado de la cuestión sobre historiografía de la comunicación, en general, y el enfoque sociocultural, en particular, del que hemos extraído el párrafo que reproducimos.

13. Dicha tesis fue primero traducida, con una introducción del profesor Josep Maria Casasús, al catalán y publicada en la revista *Periodística*; luego fue traducida, con la edición facsímil del original latino, al castellano y publicada en la revista *Estudios del Mensaje Periodístico*; y, finalmente, ha sido también publicada en traducción al euskera en la revista *Uztaro*.

14. «Por eso sostengo que, pese a todos sus inconvenientes, la aventura literaria de escribir 'historia del presente' siempre ha merecido la pena, y ahora todavía más, por la forma de hacer y documentar historia en nuestros días; y porque le ha perjudicado la evolución habida en las profesiones del periodismo y la historia académica» (Garton Ash, 2000: 23).

15. Véase Salaverría *et al.*, 2004, que sigue la idea de por el profesor Richard van der Wurff; otros métodos comparativos se emplearon en Canga *et al.* *Diarios digitales. Apuntes sobre un nuevo medio*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 2000; y en Armentia *et al.* *El diario digital*. Barcelona: Bosch, 2000.

En todo caso, el análisis de los nuevos medios nos lleva a constatar tres cuestiones que nos parecen evidentes:

- La insuficiencia del concepto de publicación periódica, desde el momento en que Internet –la edición digital en línea– permite superar la estricta periodicidad impuesta por los condicionantes de la impresión y posterior distribución de mensajes escritos, o la linealidad temporal –y los límites de alcance geográfico– de las emisiones audiovisuales.
- Como consecuencia de ello, estamos asistiendo a la emancipación de medios provenientes de prensa, radio o televisión y a la consolidación de medios propiamente pensados para Internet. Por poner sólo un ejemplo reciente, puesto en marcha poco antes de escribir estas líneas (en mayo de 2005), el nuevo diseño del suplemento para jóvenes de *El País*, *Tentaciones*. En realidad, se trata de dos productos: el impreso y el digital, renovado con una periodicidad superior a la semanal y con contenidos multimedia que, obviamente, la versión sobre papel no puede ofrecer.
- Aparición de nuevos modelos de periodismo: participativos, multimedia, constantemente renovados... Las bitácoras, por ejemplo; o iniciativas como *OhMyNews*, periódico realizado por los propios lectores, que ha tenido continuadores en Europa en el francés *AgoraVox*, creado en 2005¹⁶.

Todo ello nos lleva a un punto que creemos importante en nuestra intervención: el análisis histórico de la comunicación en Internet a través de las características que definen ese medio y a su vez lo diferencian de otros. Ello nos llevaría a replantearnos incluso la actual división de los géneros, que se ha convertido en algo canónico, y aplicar más bien esas características al análisis del mensaje comunicativo en Internet. Es lo que proponíamos en nuestro primer trabajo sobre el incipiente periodismo electrónico, en 1994 (Díaz Noci, 1994), y diez años después depurábamos

16. www.agoravox.fr.

para el Congreso Iberoamericano de Periodismo Digital celebrado en Santiago de Compostela en noviembre de 2004 y la Reunión Científica de la SEP (Díaz Noci, 2005) y lo que propone también el grupo de investigación de la propia Universidad compostelana (Limia *et al.*, 2005). Se basan, sobre todo, en los conceptos de hipertextualidad, multimedialidad, interactividad (que incluiría las diferentes formas de participación) y la renovación o análisis de la temporalidad de los nuevos medios. A este modo de análisis del discurso habría que añadirle la posibilidad de aplicarle los métodos de la cibermetría. Y, desde luego, a esos resultados convendría aplicarle la interpretación que, desde la historia socio-cultural, se procura al texto (Burke, 1992: 98 ss.; Hunt, 1989; Cavallo y Chartier, 1998: 43), y ahora al nuevo discurso basado en el hipertexto. Siempre teniendo en cuenta, y cito una vez más a Juan Gracia, que no siempre resulta conveniente compartir ese «determinismo culturalista que gira una y otra vez en torno a los ‘textos’ y que se centra de forma exclusiva sólo en discursos y representaciones» (Gracia, 2005: 41). Se trataría, por lo tanto, de combinar el análisis de contenido, incluso la pragmática del texto (la obra de Teun A. van Dijk es modélica tanto en lo que respecta a la determinación de las estructuras típicas de la noticia como en lo que se refiere a la transmisión de determinadas ideologías a través de tipos de textos concretos), con una visión que pone al ser humano, y a éste como sujeto social, en el centro de la interpretación histórica.

2.2 *Hemerografía digital*

La historia –ese breve periodo de la humanidad que conocemos y estudiamos precisamente porque disponemos de documentos para estudiarlo– se ha caracterizado precisamente por una lucha contra el olvido. La invención de la escritura y su plasmación en diversos soportes más o menos duraderos –más o menos perecederos– es el resultado de ese empeño que, a la manera de Sísifo, busca una y otra vez subir esa masa de recuerdos que queremos se conserven y transmitan más allá de nuestra efímero paso

físico y temporal en este mundo hasta un lugar seguro, protegidos del olvido. Y aún buscamos algo más: relacionar todos esos conocimientos, formar todo un mundo de relaciones complejas en que cada cosa tenga que ver con otras muchas.

Internet ha supuesto la materialización, o el comienzo de la misma al menos, de ese viejo sueño de la Humanidad de ampliar el conocimiento humano a través de herramientas que permiten la recuperación del mismo a través de una inmensa red distribuida. El viejo sueño de la biblioteca global se antoja ahora posible (Díaz Noci, 1999) y, de hecho, en la Red pueden encontrarse catálogos enteros de bibliotecas, colecciones de periódicos, páginas personales, catálogos de empresas y otras muchas *sedes* que han hecho de la edición digital un sustituto de la analógica, y que además permite trascender las barreras del espacio y del tiempo, al hacer inmediatamente accesible a, potencialmente, todo el mundo (todo el mundo que esté conectado a Internet, al menos) la información que en un momento y lugar determinados colocamos en ese inmenso zoco.

Eso ha hecho que sea posible plantearse la formación de enormes bibliotecas digitalizadas, de la que, por ejemplo, la Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes es un ejemplo, y también de hemerotecas digitales. En España, ha tratado sobre esta cuestión el profesor Lluís Codina (Codina 2000, 2001) y, a la hora de enfrentarse a la ingente tarea de hacer digitales los viejos papeles, es muy recomendable el libro de Herrera Morillas, así como el de Townsend *et al.*

No son baladí algunas decisiones previas:

- El formato que hay que emplear para reproducir los documentos originales (¿pdf? ¿formato de imágenes?), tamaño y resolución de esos facsímiles digitales;
- si se han de reproducir los objetos como tales.
- si han de reproducirse en el estado en que se encuentran o bien merece la pena intentar restituirlos a su aspecto original;

- si es preferible reproducir su contenido textual (de tal manera que tengamos un archivo buscable), o ambos, el facsímil y el texto.

Entre estas hemerotecas digitales merece la pena mencionar el pionero proyecto Internet Library of Early Journals (ILEJ), llevado a cabo por las universidades británicas de Oxford, Manchester, Leeds y Birmingham¹⁷ bajo la dirección de Thaddeus Lipinski. Le han seguido otros, hasta el punto de que se ha generado toda una metodología para la digitalización de prensa histórica (Mühlberger, 1999; Deegan *et al.*, 2002). La necesidad de digitalizar y poner a disposición de los estudiosos los productos informativos audiovisuales ha dado lugar a proyectos como los descritos en Lange, 2001.

En España, *El País* y *La Vanguardia* incluyen entre sus servicios toda su hemeroteca, digitalizada en formato pdf, esta última probablemente la más extensa hemeroteca digital de Europa, ya que el diario data de 1883, más de 120 años de periódicos. Ya en 1995, *Abc* se había planteado un proyecto similar (Armañanzas *et al.*, 1996: 147), que diez años después continuaba sin realizarse. La envergadura de estos proyectos –sobre todo en el caso de diarios con muchos años de existencia cuya colección más antigua, en algunos casos pliegos de gran tamaño y deficiente estado de conservación, ha de fotografiarse o escanearse digitalmente– hace que muchas empresas se lo piensen dos veces antes de realizar la inversión. El formato elegido, el Portable Digital Format de Adobe, está resultando ser prácticamente un estándar, pero en el mundo digital todos los formatos y tipos de archivos acaban por volverse obsoletos y obligan a una nueva inversión si se quiere convertirlos en nuevos archivos legibles por las nuevas máquinas y programas. En todo caso, no son pocos los diarios digitales que ofrecen, en la mayoría de las veces mediante pago, una versión en pdf del diario impreso de esa jornada. En su día, fue pionero *El Periódico de Catalunya* (de hecho parece ser que

17. Puede consultarse en <http://www.bodley.ox.ac.uk/ilej>, donde también se encuentran valiosos *papers* acerca del propio proyecto y de sus aspectos conceptuales y técnicos.

fue el primer diario en utilizar este formato en Europa), le siguió *El País* y, sobre todo a partir de 2004, se les van uniendo otros diarios, como *El Correo* de Bilbao, que de momento sólo cobra por ese servicio y que va confeccionando así un archivo digital de sus ediciones impresas.

Las hemerotecas digitales de medios impresos o audiovisuales es una cuestión que aquí solo dejamos planteada y que requiere de inversiones cuantiosas y de estrategias claras, a medio y largo plazo, por parte de grupos de investigación, universidades, instituciones públicas, bibliotecas, medios de comunicación e incluso particulares¹⁸. Lo que nos interesa más ahora, y sobre eso hay, sorprendente y lamentablemente, poco camino hecho. Nos referimos al archivo de los propios cybermedios, que plantean problemas propios. El primero de ellos, y quizá el más importante: a falta de una política por parte de las empresas, instituciones y bibliotecas ya no es posible, salvo que se haga una labor de arqueología digital (y no sería nada descabellado), las ediciones digitales de buena parte de la primera década de vida de los medios de comunicación en Internet. Se argumentará que los propios medios ofrecen esta posibilidad; no siempre. *ElPaís.es* sí dispone de un servicio de hemeroteca digital, pero no hay más que solicitar a través del motor de búsqueda cualquiera de los primeros ejemplares de la edición digital para comprobar que el sistema no nos va a devolver aquellas ediciones con aquel aspecto primitivo, sino una versión digital, en pdf o en html, del periódico impreso, siempre con el aspecto que tiene la edición actual. Otros medios, ni siquiera eso.

Otro de los problemas fundamentales es: ¿Qué versión, de las que a lo largo del día ofrece un medio que se actualiza con más o menos frecuencia, ha de tomarse como objeto de investigación? ¿Hay alguna versión que un ciberdiario considere como definitiva? ¿La última del día? ¿Guardan los propios medios una versión de los diferentes archivos? Si no es así, el historiador que fije sus

18. Por poner un ejemplo, el proyecto de digitalización de una pequeña colección personal de relaciones y periódicos de los siglos xvii a xviii que acometimos en 2004 y de la cual se encuentran algunas muestras en www.ehu.es/diaz-noci/hemeroteca.

ojos en las rutinas profesionales y el cambio que en esta década ha comenzado a producirse al respecto –del cual la actualización más o menos constante es un ejemplo– no tendrá materiales sobre los que comprobar sus hipótesis.

A estos problemas específicos se añaden otros más generales que afectan a todos los documentos electrónicos y que son los que en su día ya puso de manifiesto R. J. Morris (en Higgs, 1998: 31-48):

- La obsolescencia de los soportes que contienen la información digital: la cinta, el CD y el DVD tienen una vida limitada. No sólo porque el propio soporte sea perecedero o frágil (caso del disco de vinilo), sino porque los propios aparatos lectores van desapareciendo del mercado. La buena noticia, con respecto a la información digital, es que es fácilmente migrable a los nuevos soportes que vayan apareciendo, todos ellos con más capacidad que los anteriores (¿alguien se acuerda ya de los disquetes?), lo que palió también los problemas de espacio.
- La obsolescencia de programas, navegadores y sistemas operativos que permitan leer esa información. De nuevo, la solución es la conversión y migración de archivos, así como el empleo de emuladores de esos programas y sistemas operativos en los nuevos que se vayan creando.
- Los problemas de catalogación de documentos en continuo estado de mutación, tan diferentes de libros o revistas impresas.

Sobre esas mismas cuestiones, desde un punto de vista más pragmático si se quiere, insisten Townsend, Chappel y Strujvé en *Digitising history*. No se trata sólo de digitalizar documentos, sino también de hacerlos accesibles a la comunidad científica en forma de base de datos, y ahí es crucial su estructura y su arquitectura. En todo caso, el concepto de biblioteca (y hemeroteca) está claramente pasando de lo físico a lo virtual, con todos los cambios que ello implica. No sólo el ahorro en los desplazamientos a que se veía obligado el investigador, que a veces recorría un periplo seguramente instructivo por lo turístico pero caro en lo

económico, sino también un ahorro en lo que suponía de gasto de tiempo en pos del material que buscaba. Quienes hemos hecho investigaciones hemerográficas en otras épocas y hemos buscado el más raro ejemplar del más remoto periódico en la más recóndita biblioteca, pública o privada, con catálogos más o menos normalizados sabemos de qué hablamos. El cambio, sin embargo, es más profundo: las bibliotecas y hemerotecas han pasado de ser guardianes de tesoros físicos a convertirse en portales de información, cada vez más especializados, donde se guía al investigador en pos de la información que necesita. Hay ya bibliotecas digitales sobre, por ejemplo, libros antiguos de Derecho, como PixeLegis, una iniciativa de la Universidad de Sevilla¹⁹. ¿Por qué no algo similar con los clásicos del periodismo? Las políticas han de ser aún más públicas, si cabe, y abiertas (Díaz Noci, 1999c).

3 PERIODIZACIONES PROVISIONALES

La última cuestión que quisiéramos tratar es la de la periodización. Cuando nos enfrentamos a un fenómeno tan reciente, y en un estado tan evidente de formación inicial, nos movemos en unos periodos históricos, siempre arbitrarios –aunque necesariamente razonados y con el objetivo de resultar útiles desde el punto de vista interpretativo– que serán superados en el futuro a medida que la perspectiva sea más amplia y puedan apreciarse claramente tendencias y ciclos. Por el momento, podemos intentar una historia de los diez primeros años de la World Wide Web y del periodismo que para ella se produce. Hemos de tener en cuenta, nos parece, con el profesor Guillaumet, que la historia del periodismo tiene sus propias cadencias y tiempos, y que, si bien no es independiente esa historia del periodismo de una historiografía más preocupada por aspectos generales, atienda a criterios internos dictados por el propio objeto de estudio. Periodización que, por otra parte, puede ser diferente en mayor o menor medida según el ámbito geográfico que se estudie, si bien la globalización de la comunicación a través de Internet ha hecho que los fenó-

19. http://bib.us.es/guiaspormaterias/ayuda_invest/derecho/pixelegis.htm.

menos de retraso en la recepción de modelos y pautas marcadas por los países dominantes (Estados Unidos, principalmente) sean ahora prácticamente imperceptibles, al menos para los países del denominado mundo occidental al que pertenecemos²⁰.

Pueden, empero, apreciarse algunas tendencias en este periodo de implantación y comienzo del desarrollo del ciberperiodismo, y en concreto en España. Una periodización más bien ligada a aspectos empresariales y modelos de negocio («Show me the money», se titulaba un artículo de John Pavlik, entonces profesor de la Universidad de Columbia, Nueva York, y hoy de la Universidad Rutgers, sobre este tema, publicado en septiembre de 1997 en la *Columbia Journalism Review*), con dos ejes que a nosotros no nos parecen tan determinantes (esperemos que la historia nos dé, aunque sea en parte, la razón) pero que se han puesto a menudo sobre el tapete: primero, si «esto» (la edición digital) matará «aquello» (la edición impresa), un engañoso debate que ya en tiempos de la invención de la imprenta se planteó respecto al manuscrito. No hay sino leer a Eisenstein para darse cuenta de hasta qué punto algunos debates de entonces se han reproducido también ahora. Y el segundo tema ha sido el del modelo de pago. Igualmente engañoso: incluso *ElPaís.es*, el más empeinado defensor del modelo de suscripción, ha dado marcha atrás en 2005, coincidiendo además con el lanzamiento de un medio dentro de su propio sitio (*EP3*, una versión del suplemento juvenil *Tentaciones*) donde comienzan a explorarse las posibilidades del lenguaje

20. La comparación con otras culturas más desfavorecidas (por ejemplo, África o, sin ir más lejos, América Latina) o lejanas (por ejemplo, las asiáticas) nos revelaría las razones de algunas tendencias. Por ejemplo, y aunque no sea más que una mera anécdota ilustrativa, es cuando menos curioso que el diseño de los ciberdiarios japoneses (cuya escritura se ideó originalmente para ser escrita de arriba hacia abajo y de derecha a izquierda, aunque ahora la dispongan generalmente a nuestro modo) sea muy horizontal, y cuente con pocas imágenes, frente al diseño muy alargado (más que el formato tabloide que se está imponiendo incluso en los diarios impresos británicos supuestamente serios) y eminentemente vertical. Carecemos, a día de hoy, de un estudio académico monográfico, aunque sea en forma de manual, del diseño periodístico en Internet.

multimedia. Punto éste que sí nos parece más interesante a la hora de lanzarnos a hacer una historia del ciberperiodismo y no sólo ni principalmente desde un enfoque meramente técnico.

En todo caso, y a manera de ejemplo, vamos a ensayar una historia de los cibermedios españoles²¹, donde puedan apreciarse algunos esbozos de periodización.

3.1 La prehistoria

Todo periodismo tiene su protoperiodismo. El de las gacetas periódicas del xvii –tema que nos resulta especialmente caro–, por ejemplo, lo encuentra en las relaciones y las publicaciones seriadas que preceden a los primeros periódicos, con los que también y durante un tiempo conviven. Del mismo modo, el estudio de los cibermedios suele comenzar con el de determinados medios que surgieron en la década de 1980 y tuvieron –y tienen, sobre todo el teletexto– una cierta vigencia. El teletexto ha estado presente en muchas empresas, y de hecho buena parte de las experiencias de servicios periodísticos electrónicos han estado ligadas a la información económica transmitida a empresas (Dow Jones, Reuter) o a publicaciones científicas especializadas, cuya venta es limitada, si la comparamos con la prensa de información general, y de cara distribución, en algunos casos mundial, o al menos en todo el mundo occidental. A estos tipos de información, pioneros en el mundo del ciberperiodismo, se les han unido otros servicios periodísticos transmitidos por las redes telemáticas de carácter más general, por lo general promovidos por los grandes diarios o empresas informativas.

La historiografía también se ha ocupado de ellos y el libro fundamental es, sin duda, *Goodbye Gutenberg*, de Anthony Smith, historiador y periodista británico. Dicha obra, cuyo subtítulo es *The newspaper revolution of the 1980s* (en la edición en castellano

21. Este punto es un resumen del capítulo dedicado a la historia de los cibermedios españoles del libro que, publicado por *Comunicación & Sociedad*, da cuenta de los resultados de la mencionada investigación sobre *El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*.

se tradujo como *La revolución del periodismo electrónico*, nombre que recibió también el periodismo en Internet en los primeros años), anunciaba lo que ocurriría tan sólo una década después, aunque no se ocupaba aún de Internet. Lo que se planteó en la década de 1980 con respecto al periodismo fueron, en definitiva, dos cosas: la primera, que el producto impreso se iba a confeccionar de forma electrónica. Se produce entonces la informatización de las redacciones, hasta el punto de que hoy, en la parte del mundo más tecnificada –que no es toda, cabe recordarlo– ni siquiera los medios más pequeños o locales se hacen con medios manuales. El ordenador, hasta entonces una máquina enorme, destinada al cálculo, extremadamente cara y confinada a las grandes empresas o las universidades, se convierte en el PC que conocemos.

Sin embargo, el producto final, el periódico o revista que llegaba –y llega– a manos del usuario sigue siendo un papel impreso que hay que fabricar y distribuir. El proceso de fabricación era ya electrónico, no físico: la escritura, diagramación, composición de los periódicos se hace desde la década de 1980 mediante la informática; el producto, en cambio, seguía siendo el mismo de siempre. Parecía una incongruencia. Por eso, comenzó a investigarse en esa misma década en la posibilidad de que las noticias escritas fuesen también distribuidas por medios electrónicos, no físicos. La pantalla sería la superficie y el medio por el que se recibirían esas noticias.

Siguiendo a Smith, el videotex, el teletexto y todos esos sistemas, que recibieron diversos nombres según los países y que generalmente se transmitían mediante las ondas aéreas de televisión, comenzaron su andadura comercial en 1976. El propio Anthony Smith definió el teletexto como el servicio «que transmite material alfanumérico y gráficos simples a través de la televisión» (Smith, 1983: 295). Aún hoy, la mayoría de las televisiones disponen de este servicio²².

22. Sobre este tema, véase también Cabrera, 2004.

El teletexto es un medio completamente textual, de interactividad limitada, ya que, pulsando en su mando, el usuario puede elegir, mediante números, algunas opciones –navegar por las secciones, por ejemplo, elegir ítems informativos, etc.–, pero se trata de un servicio más cercano al de los despachos breves de agencia que al de un verdadero sistema interactivo, como el que hoy conocemos en Internet.

El videotex, un servicio muy similar, se recibía a través de terminales telemáticas generalmente destinadas al efecto, aunque también se podía recibir a través de la televisión²³. El servicio de videotex más conocido y extendido fue, y aún es aunque Internet le esté robando terreno, el Minitel francés. El país vecino fue prácticamente el único, al menos en Europa, que apostó por este servicio; un 10% de la población francesa contaba con una terminal en su domicilio a principios de los años 90. También tuvo una cierta penetración el Prestel británico, aunque desde luego menor que la del Minitel galo. España también tuvo, desde 1986, su propio servicio de videotex, denominado Ibertex, que en 1991 contaba con unos 300 000 terminales en funcionamiento. En Estados Unidos, surgieron Prodigy y CompuServe, servicios que albergaron, como el Minitel, servicios informativos puestos en marcha por algunas empresas editoras de periódicos: *Dernières Nouvelles d'Alsace* y *Libération* ensayaron servicios interactivos: noticias, juegos, preparación de exámenes, astrología, anuncios, etc. Un primer fenómeno, que se acentuará con Internet, y sobre todo con la denominada «portalización» de los cibermedios: intentar atender a audiencias cada vez más fragmentadas. Surgieron algunas revistas en BBS, también en España, aunque, lamentablemente, no quede memoria, en forma de archivo hemerográfico, de esos intentos.

Otros intentos de transmisión electrónica de servicios de noticias, como el denominado periódico por fax (Díaz Noci *et al.*, 1994: 84-87) apenas tuvieron eco en España. Continúan, aprovechando las posibilidades del satélite, algunas ofertas de ese tipo. Satellite Newspaper es uno de esos servicios, que por cinco dóla-

23. Existe un estudio reciente sobre este sistema: Díez, 2003.

res (más de cinco veces más de lo que cuesta un diario impreso, o una hora de conexión telefónica local en España mediante la cual acceder a Internet) ofrecía en 2004 la posibilidad de imprimir 170 periódicos de cuatro continentes.

A todos estos servicios vino a imponerse, así como a los periódicos en cederrón (multimedia, desde luego, pero al fin y al cabo, un soporte físico que ha de ser distribuido) con la invención de la World Wide Web, el periodismo del ciberespacio, de la Red.

3.2 *Los cibermedios españoles: balance de una década*

La historia de los medios españoles en Internet, de los cibermedios, cumplió en 2004 diez años exactos, puesto que los primeros en situarse en la Red lo hicieron en 1994. Puede afirmarse que, en la primera década de vida de los cibermedios, los diarios capitalizan todavía el mercado de la información de actualidad, aunque ofrecen dos productos en uno: la edición impresa, bien en pdf, bien en html, y la edición propiamente electrónica, que se renueva a medida que suceden las noticias –aunque, en muchas ocasiones, a partir de las noticias de la edición impresa precedente–, en HTML.

3.2.1 El posicionamiento de los medios en la Red

Aunque se trate de una cuestión si se quiere más bien anecdótica, y no en la World Wide Web sino a través de Servicom, la revista semanal *El Temps* fue el primer medio periodístico que en España hemos documentado que se hizo electrónico. Corría el año 1994. También en Servicom, a través de su BBS, a finales de ese mismo año, probaron sus ediciones electrónicas dos diarios de información general, *El Periódico de Catalunya* y *El Mundo*.

No era extraño que fuesen precisamente las ediciones de esos dos diarios, y no las de otros, las que optasen por ofrecer sus informaciones también a través de la Red. Se trataba de dia-

rios jóvenes (más aún en el caso de *El Mundo*), y por lo tanto desde su nacimiento el diario impreso se confeccionó mediante ordenador. *El Periódico de Catalunya* disponía de una interfaz propia diseñada para su redacción por Mario Santinoli. Junto con Joaquim Sans, Santinoli dio al diario barcelonés un impulso multimedia anterior al de otras empresas. Comenzaron a trabajar en productos electrónicos en 1991. Para 1994, ya habían dado al mercado diversos productos en cederrón. Su apuesta era a diez o quince años vista. De hecho, en marzo de 1994 comenzó una investigación, junto con otras empresas del Continente y subvencionados por la Comisión Europea, acerca de una pantalla plana, un ordenador dedicado únicamente a la recepción de noticias en formato electrónico, y fueron en ello pioneros, ya que llegaron a construir, al término de la investigación, en 1997, junto con la empresa británica Acorn, un prototipo que funcionaba realmente, el NewsPad, aunque finalmente nunca se llegó a comercializar. El concepto lo absorbió la Red y las agendas electrónicas o PDA, que se comenzaron entonces a comercializar a gran escala —el pionero fue el Newton de Apple Computer—, pero es de justicia hacer constar que se trató de un proyecto realmente operativo, lo que no pueden decir otros que se anunciaban a bombo y platillo en aquellas fechas, como la Newsbox del *Evening Standard* británico o, sobre todo, el *flat panel* de Roger Fidler, que entonces trabajaba para Knight-Ridder, una empresa igualmente adelantada en la búsqueda de soluciones a la transmisión electrónica de noticias ya desde la década de 1980, en cuya investigación había perdido grandes cantidades de dinero. Fidler, ya desligado de Knight-Ridder, propuso luego el concepto de la «mediamorfosis», pero eso es ya otra historia.

El Mundo, que había comenzado su andadura en 1989, se ha producido siempre mediante ordenador, por lo que todos sus archivos están desde el comienzo en formato digital, al contrario de lo que sucede con otros diarios mucho más antiguos, como *Abc* o *La Vanguardia*, que han tenido que digitalizar sus archivos de más de un siglo. Como en el caso de *El Periódico de Catalunya*, el interés por los productos electrónicos data de 1991.

En la World Wide Web, el honor de ser el primer diario digital español que puso íntegramente sus contenidos fue el *Boletín Oficial del Estado*, en septiembre de 1994. Le han seguido todos los boletines oficiales de las comunidades autónomas, provincias, cabildos insulares, parlamentos, etc. del Estado español. A pesar de tratarse de informaciones públicas, el BOE tardó en ofrecer gratuitamente todos sus contenidos. Al principio, sólo era de libre acceso la portada, para conocer el resto había que suscribirse. La cuestión hubo de llegar al Parlamento, años después, para que se atendiese a las demandas del público y finalmente el servicio fuese totalmente gratuito. Corresponde, por lo tanto, al BOE el dudoso honor de ser igualmente el primer medio español de pago, aunque su evolución haya llegado a la gratuidad actual, mientras que en el caso de los diarios de información general la andadura haya sido la contraria. También comenzaron cobrando las agencias de noticias, la primera de ellas, *EfeNet*, el servicio de la agencia Efe. La transmisión telemática de noticias ha dejado obsoleto, si no pieza de museo, los teletipos. La transmisión electrónica de noticias permite además la renovación continua de la noticia, así como la búsqueda del dato deseado en enormes masas de información, lo que ha beneficiado, está claro, sobre todo a las agencias informativas.

El salto definitivo de todos los diarios a Internet se produjo en 1996. *El País*, por ejemplo, esperó hasta cumplir sus primeros veinte años, en mayo de ese año, para dar a la luz su versión digital. Tanto el Grupo Correo como PRISA, y desde luego todos aquellos otros conglomerados multimedia que engloban a tantos medios en España y otros países, no dejan de lado el mercado, aún incipiente, que supone Internet. Además del hecho inevitable de que todos los medios de los grupos multimedia, y prácticamente el resto de las empresas más o menos pequeñas, se hayan situado en la Red, resulta significativa la constitución de sendas sociedades por parte de los dos grandes grupos españoles mencionados para gestionar y diseñar sus propios medios digitales (Prisacom y MediaTrading, respectivamente), y la estrategia adoptada por Telefónica con su portal Terra, que cuenta con un potente servicio

de noticias propio, que son elaboradas por una redacción *ad hoc* (otros portales, moda de los años 90 del siglo pasado, se limitaban a ofrecer noticias de otros medios con los que habían suscrito convenios). En definitiva, y por emplear la eufemística terminología de los propios grupos, la actividad (empresarial, comercial e informativa) y el riesgo se distribuyen en múltiples *unidades de negocio*. Éstas se reestructuran con una cierta frecuencia para hacer frente a los vaivenes del mercado y también a los imperativos legales.

A la vez que la historia de los grandes medios, Internet es la de los pequeños, títulos a veces muy fugaces pero muy voluntariosos, que supieron ver en el nuevo medio una posibilidad de comunicación que el costoso y lento medio impreso no les podía ofrecer. También se debe a su iniciativa, anónima –y en no pocas ocasiones silenciada– pero extraordinariamente activa, la definición de un nuevo lenguaje.

3.2.2 Periodo de consolidación: Primeros pasos hacia un modelo propio

De alguna manera, a partir de 1996 podemos hablar ya de un periodo de total profesionalidad –aunque no se trate de modelos consolidados–, mientras que antes se trataba de pasos más bien exploratorios. Se trata de un mercado en plena eclosión. A partir de 1996-1997, entra en escena la búsqueda decidida de un modelo de negocio, la conformación de productos que se van independizando de la mera reproducción de los contenidos de las ediciones impresas, la formación de redacciones más o menos independientes, etc. Es la etapa que refleja, por ejemplo, el libro *Periodismo en la Red*, de Jaime Estévez, que cuenta los cambios estructurales, empresariales, profesionales, en ocasiones los errores, correcciones e incluso las luchas por el poder en esos medios emergentes.

Hoy por hoy los medios más visitados (véanse los datos de la AIMC en www.aimc.es y de la OJD en www.ojd.es) son precisamente aquellos cuya propiedad la detentan los grandes grupos,

con escasas excepciones y a pesar del desastre de las *punto.com* a finales de los años 90 del siglo xx, tras una primera etapa de euforia económica que resultó fallida. No obstante, es significativo que las versiones digitales de algunos grandes diarios españoles, como *La Vanguardia* o *El País*, hayan preferido no someterse al control de la OJD.

Los atentados del 11 de marzo de 2004 en Madrid, como antes lo fueron los atentados contra las torres gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001, supusieron una prueba de fuego para los cybermedios. Frente al relativo fracaso de las ediciones especiales vespertinas, acontecimientos como ése demuestran el enorme potencial informativo del ciberperiodismo y el desarrollo de nuevos lenguajes propios del medio. Aunque también ponen de manifiesto la inmadurez del nuevo medio, como ha demostrado Ramón Salaverría en su estudio publicado en 2004, analizando la reacción de diversos medios mundiales (entre ellos, los principales españoles) frente a un acontecimiento de las proporciones de los atentados a las torres gemelas del 11 de septiembre de 2004 (Salaverría, 2004).

También existen otras iniciativas, al margen de los diarios establecidos, a tener en cuenta. Si en la primera época el *digizine*, el *fanzine* digital era el medio estrella de ese periodismo alternativo, ya al filo del nuevo milenio el medio ágil, alternativo, participativo por excelencia será la *bitácora* (también llamada *weblog* o *blog*).

Los confidentiales, que eran hasta la llegada de Internet productos minoritarios, caros, con una clientela limitada y selecta, se lanzaron al mercado abierto de la Red con un periodismo hecho de noticias confirmadas y rumores. En Cataluña, el ayuntamiento de Barcelona recuperó la cabecera decana de España, *El Diari de Barcelona*, y la convirtió en un medio sólo para Internet con información sobre la ciudad, con una audiencia modesta, sólo unas 30 000 visitas a finales de 2004. Un modelo similar es el de *La malla*, dependiente de la Diputación de Barcelona.

Existen, por otro lado, medios de comunicación en red que parten de una previa estructura de medios locales. Una de las pioneras, que ha resistido durante una década los embates de un

mercado muy cambiante, es *Vilaweb*. Más que un medio, es una red de medios de comunicación, sobre todo locales, en lengua catalana, por lo que se extiende a todo el dominio lingüístico: Cataluña, Valencia, Baleares, Andorra e incluso la ciudad sarda de Alguer. Algunos medios locales establecidos, como *El Punt*, ofrecen sus contenidos en forma electrónica a través de *Vilaweb*, una iniciativa de 1995 debida al periodista valenciano Vicent Partal. Cabe recordar que *El Punt* es un modelo de prensa diaria local, que en 2004 se lanzó a una edición en Barcelona y de cuya mano se ha lanzado también en ese año un diario deportivo en catalán, *El Nou*. Sus contenidos se ofrecen también en *Vilaweb*, un interesante modelo de integración de sinergias informativas que aprovecha las potencialidades de Internet y que cuenta con una nutrida red de colaboradores en muy diversos lugares. Por citar otro modelo potenciado por Internet, de la unión de varias revistas locales de una comarca guipuzcoana nació *Goiena.net*, medio personalizable y que permite incluso colaborar a los lectores en régimen de autoría. Y, en Galicia, es justo destacar a *Vieiros*.

3.2.3 Primera crisis: los retos del modelo multimedia

Alrededor de 2002 comenzaría una nueva etapa (Parra, Álvarez, 2004: 59) caracterizada por el salto de algunos medios al pago por contenidos. Entre 2000 y 2002 también se produjo no sólo un cambio de diseño en muchos medios digitales (y un paso decidido hacia la actualización más o menos constante de información), sino también un cambio en la estrategia empresarial. Hubo relevos en la dirección de la mayoría de los diarios digitales.

Conocer la audiencia de los medios españoles en Internet es un empeño difícil. No sólo porque existe discrepancia en la metodología a utilizar para medir el número de lectores, páginas vistas o visitas realizadas al día, sino porque muchos medios españoles no se someten a la voluntaria medición de la OJD. No obstante, con los datos de que disponemos se puede trazar una historia de las tendencias y de la evolución de la audiencia de me-

dios digitales en Internet. Si en 1999 el liderazgo de las ediciones digitales correspondía a *El País Digital* (y ello a pesar de ser una edición tardía con respecto al resto de los diarios de difusión nacional), que doblaba en visitas diarias a *El Mundo* (90 768 frente a 46 836), con la estrategia del pago por contenidos de *El País* la primacía corresponde ahora a *El Mundo*, con casi 28 millones de visitas en el mes de noviembre de 2004. En dos años, el crecimiento ha sido espectacular, desde los 19 millones de visitas de enero de 2003 hasta esos 28 millones de finales de 2004. Le seguían, de entre los medios de información general, *Libertad Digital* –un medio, recordemos, que nunca ha tenido versión impresa, y que es originario de la Web, por lo tanto–, con 3 679 000 visitas, y *Abc*, con 3 555 000 visitas en noviembre de 2004. Le seguían, lo cual es significativo, un confidencial: *Confidencial Digital*, con más de 1 200 000 visitas a finales de 2004. Sin embargo, después de *El Mundo.es* los diarios más visitados en Internet no son de información general, sino deportivos, claro reflejo de lo que ocurre igualmente en la prensa impresa: *Marca* tuvo, a finales de 2004, más de 20 millones de visitas, mientras que *As*, su principal competidor, tiene la mitad: 10 359 000 visitas en el mismo periodo.

Lejos, en todo caso, de las visitas de algunas entidades bancarias: en el mismo período, y según siempre la OJD, La Caixa tuvo 12 800 000 visitas. No en vano, las entidades financieras han sido siempre muy conscientes del poder de tener una red telemática a su servicio, y antes de la WWW: cualquier usuario de cajeros automáticos sabe hasta qué punto esas redes bancarias son eficaces.

4 CONCLUSIONES

1. Es posible, y conveniente, acometer la tarea de realizar un análisis historiográfico de los nuevos medios digitales, de los lenguajes, las empresas, los profesionales y, en definitiva, todos los aspectos que arrojen luz sobre una visión social –y cultural– de esa nueva manera de transmisión del conocimiento.

2. La transdisciplinariedad es necesaria también en este campo. Las herramientas de la sociología (cuantitativas o cualitativas), de la lingüística y la filología en sus diferentes ramas, del derecho y de la antropología nos ayudarán a comprender un fenómeno y un sistema comunicativo aún más complejo si cabe (por global, por romper las barreras geográficas y temporales, por renovar la manera en que se vehicula y se decodifica la información), del que es preciso dar una visión no fragmentaria sino poliédrica.

3. El positivismo propio de la fase heurística –sin descuidar, por supuesto, una interpretación tan completa como nos sea posible– no debe rechazarse. La recogida y puesta a disposición de todo tipo de datos, en un fenómeno todavía reciente, es una tarea indispensable para nuestra propia labor y para la de los historiadores que nos sucedan. Una labor hemerográfica seria y exhaustiva es una tarea básica. Catálogos, archivos digitales, bases de datos con criterios unificados se hacen indispensables, con todas las ventajas y los problemas que la digitalización trae consigo.

4. Puede ya ensayarse una historia del periodismo en Internet con una periodización propia, aunque no definitiva, naturalmente revisable, que intente ya trazar tendencias, rasgos definitivos y características que expliquen suficientemente la génesis y el desarrollo de esta nueva forma de comunicación.

BIBLIOGRAFÍA

- Almiron, Núria (2001). *De Vannovar Bush a la www. Una genealogía de la humanització de les tecnologies de la informació: els pares de la interfície humana*. València: Eliseu Climent.
- Aneiros Díaz, Rosa; López García, Xosé (2005). «Investigar a historia da comunicación. A interdisciplinabilidade necesaria: achegamento ao estudo do protoxornalismo galego». En: López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé; Villanueva Rey, Xosé (eds.). *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 101-118.
- Armañanzas, Emy; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo (1996). *El periodismo electrónico. Información y servicios en la era del ciberespacio*. Barcelona: Ariel.
- Barrera, Carlos (coord.) (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel, 2004.
- Berners-Lee, Tim (2000). *Tejiendo la red. El inventor del World Wide Web nos descubre su origen*. Madrid: Siglo XXI.
- Birkerts, Sven (1999). *Elegía a Gutenberg. El futuro de la lectura en la era electrónica*. Madrid: Alianza.
- Briggs, Asa; Burke, Peter (2002). *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus.
- Burke, Peter (1992). *History and social theory*. Cambridge: Polity Press.
- Burke, Peter (2002). *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot*. Barcelona: Paidós.
- Cabrera, María Ángeles (2004). «Periodismo digital y nuevas tecnologías». En: Barrera, Carlos (coord.) (2004). *Historia del periodismo universal*. Barcelona: Ariel, 2004.

- Castells Oliván, Manuel (2002). «Un nuevo medio de comunicación: Internet». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 5-21.
- Cavallo, Guglielmo; Chartier, Roger (dir.) (1998). *Historia de la lectura en el mundo occidental*. Madrid: Taurus.
- Codina, Lluís (2000). «Digitalització d'hemeroteques». *Treballs de Comunicació*, vol. 13-14. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 197-202.
- Codina, Lluís (2001). «Hemeroteques digitals: experiències». *Treballs de Comunicació*, vol. 16. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 75-83.
- Darnton, Robert (1999). «La nueva era del libro». *Letra Internacional*, n.º 62, mayo-junio. Madrid: ARCE, p. 21-26.
- Deegan, Marilyn; Steinvel, Emil; King, Edmund (2002). «Digitizing historic newspapers: progress and projects.» En: rlg DigiNews, vol. 6, n.º 4 < <http://www.rlg.org/preserv/digi-news/index.html>>.
- Díaz Noci, Javier (1994). «El nuevo periódico electrónico. Redefinición del mensaje periodístico tradicional como producto interactivo y multimedia». En *IX Jornadas Internacionales de Ciencias de la Información, La Revolución de las audiencias*, organizadas por la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, Pamplona, 10 y 11 de noviembre de 1994.
- Díaz Noci, Javier (1999a). Digital publishing: Electronic books, journals and newspapers on the Internet. Workshop on Digital Publishing and Education, Department for Continuing Education, University of Oxford, 14th May, 1999. <<http://www.ehu.es/diaz-noci/Conf/C18.pdf>>
- Díaz Noci, Javier (1999b). «La edición electrónica en Internet. Libros, revistas académicas y periódicos digitales». *Euskonews & Media*. N.º 33, mayo. San Sebastián = Donostia: Sociedad

- de Estudios Vascos = Eusko Ikaskuntza, 1999. (ISSN 1139-3629. Accesible en Internet, en <http://www.euskonews.com> y en el CD-ROM Euskonews & Media, 98-99, 1-44).
- Díaz Noci, Javier (1999c). «La biblioteca virtual, ¿de la biblioteca de Alejandría a la biblioteca de Babel? Producción, transmisión y almacenamiento de la información en la era digital». *Bidebarrieta. Anuario de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*, V-1999. Bilbao: Bidebarrieta Kulturgunea, 1999, p. 123-136 <<http://www.ehu.es/diaz-noci/Arts/a23.pdf>>.
- Díaz Noci, Javier (2005). «Periodismo en Internet: Investigar los nuevos medios». En: López García, Xosé; Pereira Fariña, Xosé; Villanueva Rey, Xosé (eds.). *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 74-100.
- Díaz Noci, Javier; Meso Ayerdi, Koldo (1997). *Medios de comunicación en Internet*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Díez, Mercè (2003). «Reflexions a l'entorn d'una vella tecnologia: el videotext». *Treballs de Comunicació*, vol. 18. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, 2003, p. 55-64.
- Domingo, David (2004). *Periodisme digital a Catalunya. Radiografia de 445 webs informatius*. Barcelona: Diputació de Barcelona; Col.legi de Periodistes de Catalunya.
- Estévez, Jaime (2002). *Periodismo en la Red*. Madrid: Anaya Multimedia.
- Fernández, Amelia (2002). «Los nuevos lectores». *Tonos Digital. Revista electrónica de estudios filológicos*, 4, noviembre <<http://www.um.es/tonosdigital/znum4/estudios/Ameliafernandez.htm>>.
- Fortuny, Jordi (dir.) (2003). *Guia de mitjans de comunicació en català*. Barcelona: APPEC.

- García Gutiérrez, Antonio (2002). *La memoria subrogada. Mediación, cultura y conciencia en la red digital*. Granada: Universidad de Granada.
- Garton Ash, Timothy (2000). *Historia del presente*. Barcelona: Tusquets.
- Gómez Mompарт, Josep Lluís (coord.) (1996). *Metodologías para la historia de la comunicación social*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Gómez Mompарт, Josep Lluís; Marín Otto, Enric (eds.) (1999). *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis.
- Gracia Cárcamo, Juan (2005). «Medios y formas de comunicación en el Bilbao contemporáneo (siglos XIX-XX). Reflexiones desde la historia sociocultural». *Medios y empresas de comunicación. Bidebarrieta. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, p. 29-86.
- Guillamet, Jaume (2002). «Factors de progrés i de retard en la evolució del periodisme. El cas d'Espanya en un context d'història comparada». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 121-136.
- Guillamet, Jaume (2003). *Història del periodisme. Notícies, periodistes i mitjans de comunicació*. Barcelona: Universitat Autònoma de Barcelona.
- Higgs, Edward (ed.) (1998). *History and electronic artefacts*. Oxford: Clarendon Press.
- Hunt, Lynn (ed.). (1989). *The new cultural history*. Berkeley: University of California Press.
- Lange, André (2001). «The history of television through the Internet: A few notes on the project www.histv.net». En: Roberts, Graham; Taylor, Philip M. (eds.): *The historian, television and television history*. Luton: University of Luton Press.

- Limia, Moisés *et al.* (2005). «Medios digitales de Galicia ¿versiones de los diarios impresos o cibermedios?». *Investigar sobre periodismo. Reunión Científica de la Sociedad Española de Periodística (SEP), Santiago de Compostela, 27-28 de mayo de 2005*. Santiago de Compostela: Universidade de Santiago de Compostela, p. 616-636.
- López Poza, Sagrario (2003). «Una base de datos en Internet con información bibliográfica y archivo digital de imágenes de relaciones de sucesos españolas». En: Paba, Antonia (ed.). *Encuentro de civilizaciones (1500-1750). Informar, narrar, celebrar. Actas del Tercer Coloquio Internacional sobre relaciones de sucesos, Cagliari, 5-8 de septiembre de 2001*. Alcalá de Henares; Cagliari: Universidad de Alcalá; Università degli Studi di Cagliari, p. 21-32.
- Meso, Koldo (2004). «Los diarios electrónicos de provincias: el caso vasco». *Mediatika*, n.º 10. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, p. 135-195.
- Meso, Koldo (2005). «De Bilbao al ciberespacio. Evolución de los medios de comunicación bilbaínos en Internet». *Medios y empresas de comunicación. Bidebarrieta. Revista de Humanidades y Ciencias Sociales de Bilbao*. Bilbao: Ayuntamiento de Bilbao, 2005, p. 29-86.
- Meso, Koldo; Cantalapiedra González, María José (2004). «Presencia de los medios de comunicación vascos en Internet». *Mediatika*, n.º 10. San Sebastián: Sociedad de Estudios Vascos, p. 9-76.
- Montero Díaz, Julio; Rueda, J. C. (2001). *Introducción a la historia de la comunicación social*. Ariel: Barcelona.
- Mühlberger, Günter (1999). «Digitisation of newspaper clippings: The laurin project.» En: rlg DigiNews, vol. 3, n.º 6, 1999 <<http://www.rlg.org/preserv/diginews/index.html>>.
- Parra Valcarce, David; Álvarez Marcos, José (2004). *Ciberperiodismo*. Madrid: Síntesis.

- Porrini, Glòria (2003). «Les col·leccions de premsa i el seu ús en investigació». *Treballs de Comunicació*, vol. 18. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 183-191.
- Ribes i Guàrdia, Xavier (2002). «Evolució de la producció multimedia a la Xarxa: del model editorial al model interactiu». *Treballs de Comunicació*, vol. 17. Barcelona: Societat Catalana de Comunicació, p. 49-59.
- Salaverría, Ramón (2004). «An immature medium. Strengths and weaknesses of online newspapers on September 11». *Gazette. The International Journal for Communication Studies*, vol. 67 (1). London: Sage, 69-86.
- Salaverría, Ramón; Cores, Rafael; Díaz Noci, Javier; Meso, Koldo; Larrondo, Ainara (2004). «Evaluación de los cibermedios en las comunidades vasca y Navarra». *Comunicación y Sociedad*, vol. XVII, n.º 1. Navarra: Universidad de Navarra, p. 161-189.
- Smith, Anthony (1980). *Goodbye Gutenberg. The Newspaper Revolution of the 1980s*, Oxford-New York: Oxford University Press, 1980 (Traducción castellana (1983): *Goodbye Gutenberg. La revolución del periodismo electrónico*. Barcelona: Gustavo Gili).
- Stevens, Michael E.; Burg, Steven B. (1997). *Editing historical documents. A handbook of practice*. London: Altamira.
- Townsend, Sean; Chappell, Cressida; Struijvé, Oscar (1999). *Digitising history. A guide to creating digital resources from historical documents*. Oxford: Oxbow Books.
- Vidal Beneyto, José (dir.) (2002). *La ventana global. Ciberespacio, esfera pública mundial y universo mediático*. Madrid: Taurus.
- Wolton, Dominique (2000). *Internet, ¿y después?* Barcelona: Gedisa.

LOS SOPORTES A LO LARGO DEL TIEMPO
Y SU INVESTIGACIÓN: EL PAPEL

Miquel Rodrigo Alsina
Universitat Autònoma de Barcelona

I LOS PROYECTOS INICIALES

La investigación en comunicación mediada empieza por la prensa. Aunque hay que recordar que en la retórica de Aristóteles ya tenemos un modelo de la comunicación con el orador, el discurso y el auditorio.

¿Cuándo empieza la investigación de la prensa? La revista *Periodística* (1990) recoge lo que, en la actualidad, vendrían a ser las conclusiones de la primera Tesis de doctorado sobre periodismo. Dicha Tesis lleva por título *De relationibus novellis*, que ha sido traducido por «Sobre los relatos periodísticos». El autor es Tobias Peucery y dicha investigación se defendió en Leipzig en 1690. Efectivamente, nos encontramos ante un hecho precursor, pero no creo que se pueda pensar que a finales del siglo xvii se inicia, propiamente dicha, la investigación de la prensa de forma institucionalizada.

Damos un salto en la historia, pero seguimos en Alemania. Ahora estamos en Francfort en 1910. Es el I Congreso de la Asociación de Sociólogos Alemanes. Supongo que se intuyen que voy a recordar la comunicación de Max Weber «Para una sociología de la prensa». Este texto, más que una investigación propiamente dicha, lo que hace es establecer las bases de lo que podría ser la investigación en comunicación. Nos encontramos, aquí sí, ante un texto fundador. Se me va a permitir, por consiguiente, detenerme en él porque me parece muy esclarecedor.

En primer lugar, Weber (1992: 252) reconoce la enorme importancia de la prensa, a principios del siglo xx, y nos propone el siguiente ejercicio: «imagínense que la prensa no existe, piensen en cómo sería entonces la vida moderna...». En segundo lugar, todo objeto de estudio académico nace por causas sociales y políticas. La importancia de la nueva realidad social es la que le va a dar carta de naturaleza como objeto de investigación interesante o relevante. Lo mismo que una disciplina nace por la necesidad social de su existencia. A principios del siglo xx se establece un objeto de estudio relevante para la sociología, aunque todavía no una nueva disciplina. Sin ánimo de hacer una exégesis profunda del texto de Weber recojo algunas de las líneas de investigación que se apuntan en el mismo.

a) La estructura de la prensa.

Weber (1992: 253) constata que la prensa es una empresa capitalista y privada, aunque con una característica especial: tiene dos clientes. Por un lado están los compradores de periódicos y por el otro los anunciantes. En este campo apunta distintos objetos de estudio, por ejemplo el papel de los anunciantes, la inserción de la prensa en el sistema capitalista o la propiedad de la prensa.

b) La producción de la información.

Es muy interesante cómo Weber se plantea la necesidad de estudiar la construcción de la noticia. Así, reconoce como elementos importantes de la producción informativa tanto la selección de las noticias como el papel de las fuentes. Pero tampoco olvida la influencia de las agencias de noticias y sus interrelaciones internacionales.

c) El contenido de los periódicos.

En mi opinión éste va a ser uno de los objetos de estudio privilegiados de la investigación sobre la prensa. Seguramente por la facilidad que implica el trabajar con los textos impresos.

d) La formación de la opinión pública.

Históricamente se ha visto la prensa como el lugar privilegiado de formación de la opinión pública. Weber (1992: 254-255) nos recuerda, al respecto, las interconexiones entre el capital y la formación de la opinión pública.

e) La influencia de la prensa sobre el cerebro:

«...debemos orientar la investigación sobre la prensa en el siguiente sentido. Preguntando: Primero: ¿Qué aporta la prensa a la conformación del hombre moderno? Segundo: ¿Qué influencias ejerce sobre los elementos culturales objetivos supra-individuales?, ¿qué desplazamientos se producen en ellos?, ¿qué se destruye o es nuevamente creado en el ámbito de la fe y de las esperanzas colectivas, de la ‘sensación de vivir’ –como se dice hoy en día?, ¿qué posibles actitudes se destruyen para siempre, qué nuevas actitudes se crean?» (Weber 1992: 258).

f) La formación de los periodistas.

Como puede apreciarse, éste es un tema de permanente actualidad y más ahora que, precisamente, estamos en la discusión de la convergencia europea. Aunque me temo que se va a hacer mucho caso al mercado y a las empresas, que lo dominan, y se van a hacer oídos sordos a la sociedad y a la responsabilidad social y cultural de los periodistas.

Para finalizar, el propio Weber reconoce las diferencias culturales entre los países y entre las distintas tradiciones periodísticas. La diversidad cultural, *avant la lettre*, se muestra claramente. En mi opinión, la cultura y más concretamente la diversidad cultural están tomando una importancia investigadora indudable.

Obviamente las primeras investigaciones fueron sobre la prensa, pero ¿con la aparición de los otros medios se siguió investigando sobre ella? Ahora viajamos a España.

2 LA INVESTIGACIÓN EN ESPAÑA

Un indicador sobre la investigación en comunicación pueden ser las tesis doctorales. Recojo un estudio sobre las tesis doctorales sobre comunicación en España de 1926 a 1998 (Jones et al., 2000). Ya sé que esto es sólo un indicio, pero nos puede servir para tener una visión general.

Recojo dos cuadros de esta investigación:

Evolución de la lectura de tesis según periodos

Periodos	Tesis
1926- 1929	1
1930-1939	1
1940-1949	2
1950-1959	5
1960-1969	11
1970-1979	77
1980-1989	460
1990-199	993
Total de tesis	1550

Fuente: Jones et al. (2000: 23)

Como puede apreciarse, las tesis doctorales sobre comunicación en España dan un gran salto en los años 80. La fundación de las Facultades de Ciencias de la Información de Madrid y Barcelona a principios de los 70 seguramente es una de las causas de este espectacular aumento.

Distribución de tesis según los medios

Prensa	404
Televisión	138
Cinematografía	117
Documentación	78
Radiodifusión	63
Publicidad	54

Fuente: Jones et al. (2000: 26)

Se ha investigado mucho sobre la prensa, muchísimo más que sobre los otros soportes. Si se me permite aventurar un par de causas yo diría que, en primer lugar, la prensa tenía el prestigio de la palabra impresa y una mayor tradición investigadora. En segundo lugar, quizás el estudio de la prensa se veía más fácil.

Para reforzar estos datos demos otro indicador más. Se trata del *Directorio Español de Investigación en Comunicación 1995* que publicó el Centre d'Investigació de la Comunicació (1995) de la Generalitat de Catalunya. Los resultados (como en la tabla anterior sólo recojo los seis primeros soportes) de las investigaciones españolas a partir de los soportes que investigan las 1344 personas censadas en este directorio son los siguientes:

Distribución de aportaciones según los medios

Prensa	235
Televisión	180
Cine	163
Publicidad	135
Radio	94
Medios de comunicación en general	79

Fuente: C.I.C. (1995: 25)

Como puede apreciarse de nuevo, la prensa es el soporte que suscita una mayor atención por parte de los investigadores. Yo pienso que la investigación del texto impreso sigue siendo una de las líneas de investigación importantes en los estudios de comunicación. Lo que no estoy tan seguro es cuáles son los tipos de investigación dominantes de este soporte. Aquí se me va a permitir pasar de los indicadores a la intuición. Tengo la impresión de que, sobre todo, los estudios dominantes hacen referencia al contenido del discurso periodístico impreso, ya sea los estudios sobre la representación de determinados colectivos o sobre el tratamiento de un tema concreto, ya sea los análisis de la opinión o de la información, ya sean aproximación a partir del análisis crítico del discurso o del análisis de contenido. La investigación de los relatos periodísticos, tengo la intuición, constituyen la mayoría de las investigaciones de la prensa.

Hay que tener en cuenta las facilidades que supone el disponer del texto ya escrito para el análisis.

3 ¿HACIA DÓNDE VAMOS?

En la tercera y última parte de mi exposición debo reconocer que no está claro si tengo algún sesgo, más o menos inconsciente, a la hora de escoger el indicador. Lo que me planteé es hasta qué punto la investigación sobre la prensa sigue siendo la más importante en el estudio de la comunicación. Así pues, decidí adentrarme en el siglo XXI de la mano de la ICA (*The International Communication Association*). Se trataba de ver, siguiendo mi viaje por el tiempo y el espacio, si en la producción de investigación internacional en comunicación, la prensa seguía ocupando un papel preponderante. Para ello lo que hice es un vaciado de los artículos publicados en los volúmenes del 24 al 28 de su publicación *Communication Yearbook*. Estas cinco publicaciones van del año 2000 al 2004. Hay que hacer algunas precisiones. Los dos volúmenes más recientes (Kalbfleisch 2003 y 2004) tratan temas monográficos. En el 2003 el tema fue «comunicación y apoderamiento» y el de 2004 era «comunicación y comunidad». El resto de los volúmenes (Gudykunst 2000, 2001 y 2002) recogen una miscelánea de artículos.

El total de artículos es de 63, de éstos su gran mayoría son artículos teóricos o metateóricos. He encontrado 23 artículos teóricos y 23 metateóricos. El resto son investigaciones sobre comunicación interpersonal (6 artículos), sobre comunicación grupal (4 artículos), nuevas tecnologías (3 artículos), sobre televisión (2 artículos) y sobre relaciones públicas (1 artículo). Sobre prensa propiamente dicha no hay ningún artículo.

Permítanme volver a la intuición. ¿Significa esto que ya no se investiga en el siglo XXI sobre la prensa? No creo que se pueda contestar afirmativamente. Seguramente este indicador estaría sesgado por las propias características de la ICA. Sin embargo, con gran prudencia, sí que podríamos apuntar algunas ideas.

En primer lugar, parece claro que la aparición de nuevos soportes implica, como no podría ser de otro modo, la aparición de nuevos objetos de investigación. En segundo lugar, la investigación en comunicación no se limita a la comunicación difundi-

da a partir de medios tecnológicos, es más amplia y se refiere a cualquier tipo de experiencia comunicativa. En tercer lugar, la comunicación como tal es un objeto de estudio transdisciplinar, no siendo «propiedad» de ninguna disciplina en concreto. En cuarto lugar, intuyo que el estudio de la prensa sigue siendo importante aunque hay una gran diversificación. En quinto lugar, tengo la convicción, no probada, de que las investigaciones de la prensa se centran, sobre todo, en el estudio de su contenido, algo menos sobre la producción y mucho menos sobre su influencia, con excepción de los estudios de opinión pública. En sexto lugar, las nuevas propuestas epistemológicas apuntan:

a. Se toma conciencia de las complejas sinergias comunicativas que se producen en la vida cotidiana.

b. Como corolario del anterior punto, se toma conciencia de la parcialidad de muchos estudios. Es decir, cada investigación marca los límites de su propio análisis y por ello las conclusiones se vuelven mucho más prudentes.

c. Las propuestas universalistas y ahistóricas de la modernidad entran en un periodo de convalecencia. Este conocimiento desubicado da paso a un conocimiento acotado y contextualizado.

En mi opinión, nos encontramos ante nuevas situaciones y esto nos lleva a lo que Castells (1998: 392) denominada «una perplejidad informada». Pienso que el paso de la investigación de la prensa a los medios de comunicación, en general, fue mucho menos desconcertante que el paso del estudio de los medios de comunicación a la sociedad de la información.

Una última intuición: tengo la impresión de que en la investigación de la prensa el medio no es el mensaje ni el masaje. El medio es simplemente el soporte.

Para finalizar, me gustaría parafrasear a Max Weber: «imáginense que la prensa en papel no existe, piensen en cómo sería entonces la vida posmoderna...».

BIBLIOGRAFÍA

- Castells, Manuel (1998) *La era de la información. Sociedad, Economía y Cultura. Vol. 3. Fin de milenio*. Madrid: Alianza.
- Centre d'Investigació de la Comunicació (1995) *Directorio Español de Investigación en Comunicación*. Barcelona: Centre d'Investigació de la Comunicació (Generalitat de Catalunya).
- Gudykunst, B. William. (ed.) (2000) *Communication Yearbook* n.º 24. Londres: Sage.
- Gudykunst, B. William. (ed.) (2001) *Communication Yearbook* n.º 25. Londres: Lawrence Erlbaum.
- Gudykunst, B. William. (ed.) (2002) *Communication Yearbook* n.º 26. Londres: Lawrence Erlbaum.
- Jones, Daniel, E. et al. (2000) *Investigación sobre Comunicación en España. Aproximación bibliométrica a las tesis doctorales (1926-1998)*. Barcelona: Comcat.
- Kalbfleisch, Pamela J. (ed.) (2003) *Communication Yearbook* n.º 27. Londres: Lawrence Erlbaum.
- Kalbfleisch, Pamela J. (ed.) (2004) *Communication Yearbook* n.º 28. Londres: Lawrence Erlbaum.
- Periodística (1992) «La primera tesi doctoral sobre periodisme (Leipzig 1690)», *Periodística* n.º 3.
- Weber, Max (1992) «Para una sociología de la prensa», *Reis* n.º 57, enero-marzo, pp. 251-259.

HISTORIOGRAFÍA DA PRENSA GALEGA
E ALGUNHAS POSIBLES LIÑAS
DE INVESTIGACIÓN AO RESPECTO

Marcos Valcárcel

I ESTADO ACTUAL DA HISTORIOGRAFÍA DA PRENSA
GALEGA (APUNTAMENTOS)

Son moitos os posibles enfoques de investigación na historia da prensa e na historia da comunicación: o achegamento aos medios ben como fonte principal ou secundaria para a realización doutros traballos historiográficos, ben como obxecto central de investigación, en función do seu propio interese como proxecto comunicativo.

Para o caso galego, hai que dicir que seguen sendo dominantes (máis numerosos e diversificados) os traballos que parten da prensa como fonte, particularmente nalgunhas parcelas das ciencias humanísticas, como a historia e a historia da literatura, ademais de constituír unha fonte secundaria fundamental en esculcas dos campos da antropoloxía, a socioloxía ou a historia artística, por exemplo.

Estes traballos recibiron un pulo fundamental dende os anos 80, con escasos precedentes ao respecto (agás os traballos de eruditos do século XIX e do período 1900-1960). Cabe, en todo caso, salientar o papel pioneiro, en condicións ben difíciles (arquivos sen catalogar, sen medios informáticos, etc.), dos traballos de catalogación de bibliófilos como Antonio Odriozola (sobre todo na provincia de Pontevedra), José Altabella (para Ourense) e o volume *Prensa galega e galeguismo. Da prensa galega do XIX ao*

primeiro periódico galego nacionalista. 20 anos de «A Nosa Terra» (1916-1936), de Margarita Ledo Andiñón (Ed. Castro, 1982), que estuda a fondo a evolución de ANT no seu período de preguerra, cunha ampla introdución sobre a prensa galega do século XIX e os sectores sociais que a sostiveron e alimentaron.

1.1 Traballos xerais

Ademais do catálogo xeral de Enrique Santos Gayoso (*Historia de la prensa gallega, 1800-1986*, Ed. do Castro), ampliado no seu segundo tomo, ata o ano 1993 (Ed. do Castro, 1995), obra loxicamente ambiciosa e irregular, existen diversos balances de conxunto que se poden encontrar en diversas historias contemporáneas de Galiza, así nas asinadas por Xosé R. Barreiro Fernández, particularmente no seu traballo «A prensa galega na Idade Contemporánea» (*Galicia. Historia. Tomo VI. Historia Contemporánea. Ensino e Cultura*, Ed. Hércules, 1991, pp. 299-392), que aborda nun cento de páxinas o conxunto da historia da prensa galega nas súas diferentes cronoloxías, temáticas e particularidades, así como os principais xornais actuais do país e a presenza da prensa galega en América e Madrid. Presta especial atención ás orientacións políticas dos diferentes medios e a súa incidencia na andaina histórica de cada período cronolóxico.

1.2 Traballos parciais

1.2.1 Estudos de ámbitos xeográficos

É o caso dos estudos locais e comarcais, tanto da prensa urbana como da vilega ou da prensa de ámbito agrario. Nos últimos anos procedeuse á elaboración de catálogos de prensa de diferentes ámbitos: provincial (Marcos Valcárcel, *A prensa en Ourense e a súa provincia*, 1987); ou en cidades e núcleos máis próximos (Guillermo Llorca, *Historia da prensa ferrolá*, Ed. Castro, 1993). Hai estudos tamén en vilas como Chantada, Tui, Viveiro, Verín,

O Carballiño, Ortigueira e Negreira e para cidades como Vigo e Santiago, entre outras. Queremos engadir tamén as achegas de Ramón Villares sobre as características da prensa local no período 1900-1936, momento de maior apoxeo deste xénero («Notas sobre a prensa local gallega no primeiro tercio do século XX», *Cuadernos de Estudios Gallegos*, t. XXXV, Santiago 1984-1985).

Pola súa banda, Xosé López contribuíu co estudo *A prensa local e comarcal en Galicia* (Santiago, Ed. Lea, 1992), que analiza polo miúdo este fenómeno e tamén a comarcalización dos grandes diarios galegos e que ofrece un avance (anexo I) para un catálogo de publicacións comarcais en Galiza na década dos 90 sobre a recolleita das cabeceiras vivas nese momento histórico.

Especial mención merece igualmente o *Repertorio da prensa galega da emigración*, publicado polo Consello da Cultura Galega en 1998 e dirixido por Vicente Peña Saavedra, con Marcelino Xulio Fernández Santiago como coordinador do proxecto. A partir dunha inicial *Base bibliográfica da emigración galega*, editada en CD-ROM en 1997 e doutros traballos monográficos (algún publicado polo CCG como *A prensa galega de inmigración en Uruguai*, de Carlos Zubillaga Barrera, 1996), elaborouse unha moi ampla base de documentación arredor do Arquivo da Emigración Galega e accedeuse directamente ás fontes ata chegar a un total de 550 referencias hemerográficas de publicacións de variada tipoloxía: boletíns, revistas e voceiros internos de sociedades, periódicos de información xeral, revistas culturais, prensa política, publicacións institucionais, etc. A inmensa maioría das cabeceiras (366) corresponden a países americanos fronte a un número menor de títulos doutras comunidades de España (121) ou de Europa (54). A ficha escollida de cada publicación inclúe máis de 20 entradas de carácter técnico e de contido e faise constar os números localizados de cada unha delas, así como os números consultados e os arquivos públicos ou privados onde que están accesibles.

1.2.2 Estudos temáticos

- Prensa galeguista:

Recibiu maior atención, derivada das liñas de investigación historiográfica nos últimos anos e á relevancia da historia do galeguismo, como elemento referencial nun momento de recuperación da democracia e da identidade galega. Tras os pasos iniciais de Margarita Ledo, diversos autores afondaron nesta parcela con traballos diversos (J. Beramendi, X. M. Núñez Seixas, Xavier Castro, etc.).

- Prensa política:

Ofrece unha grande irregularidade nas diferentes liñas de investigación, segundo épocas e adscricións políticas. Cabe anotar os traballos para a prensa liberal do século XIX de Xosé R. Barreiro Fernández; a *Memoria-Catálogo das publicacións galegas antifranquistas*, de Bernardo Maiz (Ed. do Castro, 1989), con fichas excesivamente concisas, aínda que acompañe imaxes das principais portadas; etc.

- Prensa movementos sociais:

Basicamente mereceu atención a prensa agraria e a prensa obreira de finais do século XIX e primeiras décadas do XX. Cómpre subliñar o papel precursor dos estudos de José A. Durán coa súa serie de *Crónicas* (que tamén atendeu á prensa preagraria de Lamas Carvajal) e logo os traballos sobre cabeceiras anarquistas e socialistas (Dionisio Pereira, Alberte Martínez, Manuel G. Probados, etc.) e as esculcas sobre o conxunto da prensa agrarista (Miguel Cabo, en DiendeBux).

- Prensa cultural:

Neste caso contamos con dous traballos referenciais a cargo de Modesto Hermida (*As revistas literarias en Galicia na segunda república* (Ed. do Castro, 1987) e César Antonio Molina (*Prensa literaria en Galicia, 1809-1920; 1920-1960*, dous tomos, Xerais, 1989), que seguen sendo básicos para este apartado. Unha visión breve do conxunto da prensa cultural ata a guerra civil témola en M. Valcárcel, «A prensa cultural e literaria no período 1916-1936», en *Galicia. Literatura*, tomo XXII, Ed. Hércules.

Outra obra capital foi o *Diccionario de Literatura Galega. Publicacións Periódicas*, tomo II, Galaxia, 1997, coordinado por Dolores Vilavedra. Escolleuse un formato de redacción tradicional, que omite o esqueleto da ficha previa de cada cabeceira. Inclúe unha moi útil listaxe onomástica final de escritores que asinaron nas cabeceiras de prensa recollidas no tomo.

Igualmente valiosos son os estudos que acompañan as reedicións de revistas culturais históricas elaboradas polo Centro Ramón Piñeiro, en xeral coordinados por Luís Alonso Girgado, con traballos diversos sobre cabeceiras concretas e tamén sobre o conxunto de publicacións aparecidas en cada período histórico.

Finalmente, habería que facer notar a escaseza de traballos sobre outros campos, como a prensa profesional, sectorial, deportiva, etc. (en calquera caso de menor relevancia e número de cabeceiras).

1.2.3 Estudos cronolóxicos

Polo xeral foron inseridos nos traballos de catalogación xa citados ou nos estudos provinciais e comarcais. Un dos períodos máis traballados foi, loxicamente, o da Segunda República, por exemplo na tese de María do Carme Pérez Pais. Pero non existe unha análise correspondente, que saibamos, para a etapa da Restauración ou para outras posteriores.

1.2.4 Os grandes diarios

Combinanse aquí traballos de erudición e mesmo de anecdotario social ou de hemeroteca seleccionada. Dos grandes diarios existen achegas conmemorativas, de autores diversos, para varios deles (*Faro de Vigo*, con Leal Insúa, e *La Voz de Galicia*, especialmente). Hai, ademais, os volumes realizados por Carlos Fernández sobre *La Voz de Galicia* (1993) e sobre *El Ideal Gallego. 75 años de historia, 1917-1992* (Ed. do Castro, 1993), ademais dos de Luis Blanco Vila sobre *El Correo Gallego* e os de Arturo Lezcano

(*Ferrol Diario-El Norte de Galicia (1969-1981)*). *Agonía para unha expresión de seu*, redactado por quen foi redactor xefe e director dese diario nos seus últimos anos).

Outros estudos, mesmo encargados polas empresas, nunca chegaron a ver a luz (por exemplo, o que sobre *La Voz de Galicia* realizou o historiador José A. Durán).

Achegas de interese, non en formato libro, son as realizadas por Xosé Ramón Quintana sobre *Galicia. Diario de Vigo (1922-1926)*, publicada polo Instituto de Estudos Vigueses (2002) e outras achegas de autores como Alfonso Magariños...

Eu mesmo ocupeime en diversas ocasións da historia de cabeceiras fundamentais da nosa cultura como *La Zarpa*, no período republicano, ou *La Noche*, fundamental nas xeracións da posguerra.

O propio Consello da Cultura Galega, a través da súa Sección de Comunicación, publicou en 2004 un traballo colectivo, coordinado por Xosé López e Rosa Aneiros, sobre *O xornal Galicia (1922-1926). O alento da modernidade*, que agrupa un total de dezaseis traballos sobre este diario e o seu tempo e detense en moi diversos aspectos desta cabeceira e a súa evolución: o modelo de xornal, a liña editorial, a presentación visual e a imaxe, a publicidade, os contidos temáticos, o papel do director e dos seus responsables profesionais, etc., con colaboracións, ademais dos xa citados, de Tucho Calvo, Roberto Ribao, Marta Pérez Pereiro, Montse Calvo Sánchez e Alfonso Paz-Andrade.

1.2.5 Estudos de contido máis específicos

Neste apartado incluímos traballos de gran relevo como *Noticias de América. O relato da grande emigración americana na prensa de Galicia e de ultramar*, de Gustavo Luca de Tena (1993), que esculca non só no papel da emigración na prensa galega, senón nos fortes condicionantes que as empresas vencelladas a ela exerceron sobre algúns medios informativos de preguerra, tal como amosa a experiencia de xornalistas como Roberto Blanco Torres e outros.

Tamén mereceu atención específica o xornal *O Tío Marcos d'a Portela*, aínda que non toda a necesaria (merecería, sen dúbida, unha tese dun especialista en xornalismo). Pero hai achegas sobre o seu modelo do humorismo e sátira nas súas orixes: Marcos Valcárcel, «As claves do xornalismo de Valentín Lamas Carvajal»; Xesús Alonso Montero, «*O Tío Marcos d'a Portela*, caracterización dunha experiencia periodística singular e estudio das súas estratexias e da súa eficacia»; e Anxo Gómez Sánchez, «Lamas xornalista: a contribución de *O Tío Marcos d'a Portela* á divulgación da literatura galega decimonónica»; todos eles en *Xornadas sobre Lamas Carvajal*, Xunta de Galicia, 2001.

Como xa dixemos antes, foi dominante no contexto galego a utilización da prensa como fonte secundaria, especialmente dende a perspectiva cultural e literaria. Un bo exemplo deste tipo de esculcas é o traballo de María Xosé Rodríguez Valcárcel, *Lingua e literatura galegas en El Regional* (Ed. Lea).

1.2.6 Xornalistas

Este é un dos apartados máis deficitarios do conxunto da historia da prensa galega. Cómpre referirse, en calquera caso, aos diversos estudos de Xosé Ramón Barreiro Fernández, sobre todo de autores do s. XIX e a un traballo colectivo, impulsado polo Consello da Cultura Galega, sobre algúns dos máis destacados xornalistas galegos.

No resto dos casos, o labor dos xornalistas-escritores ou dos colaboradores dos xornais foi esculcado como faceta complementaria da súa análise literaria, sobre todo naqueles autores conmemorados con motivo do día das Letras Galegas ou de homenaxes semellantes. Así, en revistas especializadas, edicións de xornadas e congresos, etc., existe un bo número de entregas sobre escritores que tiveron forte presenza na prensa ou que exerceron, nalgunha etapa da súa vida, como xornalistas ou mesmo directores de diarios. Velaí os casos, entre moitos outros, de Álvaro Cunqueiro, Castelao, Luís Seoane, Antón Villar Ponte, etc. No meu caso, só a xeito de exemplo deste tipo de entregas conmemorati-

vas, téñome ocupado particularmente do xornalismo de moitos autores galegos: Lamas Carvajal, Curros Enríquez, Vicente Risco, Otero Pedrayo, Blanco Amor, Xesús Ferro Couselo, Ánxel Fole, Manuel Murguía, Roberto Blanco Torres, Carlos Casares, etc.

Quero subliñar tamén o déficit de traballos memorialísticos ou de propia reflexión dos xornalistas (agás casos excepcionais como os «Anacos» de Borobó).

A edición de escolmas amplas de artigos de moitos dos autores citados facilitará a súa correcta avaliación no futuro e a apertura de novas vías de investigación sobre o xornalismo contemporáneo. En calquera caso, a publicación de escolmas de artigos de escritores clásicos galegos (xa falecidos) é aínda moi incompleta: velaí, en clave positiva, as recolleitas da obra xornalística de escritores como Álvaro Cunqueiro, Víctor Casas, Luís Seoane, Blanco Amor, Manuel María, Celso Emilio Ferreiro ou Carlos Casares, ademais dos tamén xornalistas Antón Villar Ponte e Roberto Blanco Torres, entre moitos outros. Pero a nómina de escolmas aínda hoxe segue a ser menor en autores tan fundamentais para a nosa cultura como Otero Pedrayo, Vicente Risco, Ben-Cho-Shey, Johan Carballeira ou Basilio Álvarez, por exemplo.

1.3 A publicación de fontes en forma de reedicións facsímiles

Algunhas institucións galegas (Consello da Cultura Galega, Centro Ramón Piñeiro) e certas editoriais e entidades privadas levan xa algún tempo a ofrecer un abano moi variado de reedicións facsímiles das máis importantes publicacións periódicas galegas de todos os tempos, entre elas as de máis nidio valor histórico (*El Catón Compostelano*, CCG) e tamén aquelas que polas súas características –revistas culturais galeguistas, por exemplo– foron máis demandadas polos lectores. É este un fenómeno novo que non pode retrotraerse máis aló dos inicios da transición política e que tivo un excelente precedente na reedición da histórica revista *Nós* (1920-1936). Por desgraza, non todas as iniciativas posterior-

res tiveron a mesma calidade na formulación das súas reedicións e publicáronse, nalgúns casos, coleccións incompletas, mal ordenadas ou en condicións defectuosas de reprodución.

Ten interese, en calquera caso, anotar os campos de maior atención por parte das entidades públicas e privadas neste proceso de recuperación:

- Prensa galeguista do Rexurdimento e do século XIX en xeral: *O Tío Marcos d'a Portela* (primeiro xornal monolingüe galego), *A Monteira*.
- Prensa galeguista do século XX: cabeceiras como *A Nosa Terra*, *Alento*, *Logos*, *Guieiro*, *Céltiga*, etc., ademais das publicacións culturais que se citan noutros apartados.
- Prensa galeguista do exilio: *Vieiros*, «Revista do Padroado da Cultura Galega de México», 1959-1968; *Galicia Emigrante*, a gloriosa empresa de Luís Seoane en Bos Aires (1954-1959), reeditada en tres tomos por Ed. do Castro; *A Fouce*, dos arredistas da Sociedade Nazionalista Pondal, etc.
- Prensa republicana e antifascista da Guerra Civil: *Nueva Galicia*. «Portavoz de los antifascistas gallegos» (Madrid, maio 1937 - Barcelona, decembro 1938); *Nova Galiza*, a revista fundada por Castelao en 1937; ou *Correo Literario*, Bos Aires, 1943-1945 (recuperadas todas por Ed. do Castro en 1997, 1990, 1994, respectivamente).
- Os grandes diarios do período 1900-1936: *Galicia. Diario de Vigo* (1922-1926); *Nós. Páxinas gallegas do diario da Cruña el Noroeste* (1918-1919).
- Revistas culturais das décadas dos anos 20 e 30 (republicanas e progresistas): ademais de *Nós*, entrarían neste apartado cabeceiras como a coruñesa *Alfar*; *Alborada*, de Pontevedra (1922); *Ronsel*, de Lugo (1924); *Resol. Hojilla volandera del pueblo* (1932-1926), que incluíu tamén a edición dos números do exilio de Bos Aires (1937-1938); *Galiza* (Mondoñedo, 1930-1933); *Cristal* (Pontevedra, 1932-1933); *Yunque*, de Lugo, etc. A máis antiga de todas elas, *La Centuria*, Ourense, 1917, foi

curiosamente unha das primeiras recuperadas (Sotelo Blanco, 1981). A celebración do 17 de maio dedicado a un escritor galego concreto en cada ano permite a recuperación, sobre todo dende o Centro Ramón Piñeiro, dalgunha das publicacións máis emblemáticas en que ese autor tivo especial presenza.

- Revistas culturais da posguerra: *Posío* (1945-1946), e *Posío. Arte y Letras*, de Ourense; *Gelmírez. Hojas de otoño a primavera* (Santiago, 1945-1946); *Aturuxo. Revista de poesía e crítica* (Ferrol, 1952-1960); etc.
- Prensa da emigración: *Álbum Literario*, A Habana, 1907, Asociación Iniciadora e Protectora da Real Academia Galega; *La Tierra Gallega*, A Habana, 1915; *La Alborada*, A Habana, 1912; *Galicia Moderna. Semanario de Intereses Generales*, A Habana, 1885-1890; *Tierra Gallega. Semanario regional ilustrado*, Montevideo, 1917-1918; *Centro Gallego*, Montevideo, 1917-1918 (n.º 1-13); *La Tierra Gallega*, a mítica publicación americana de Curros Enríquez, A Habana 1894-1896, etc.
- Prensa local de especial interese cultural ou social: *El Barbero Municipal*, de Rianxo (1910-1914), o mítico xornal que deu a coñecer a Castelao.

2 OS SUPLEMENTOS LITERARIOS E A INFORMACIÓN SOBRE LIBROS NAS REVISTAS DE INFORMACIÓN XERAL (1975-2000)

2.1 A información sobre os libros nas revistas de información xeral (1975-2000)

Nesta segunda parte, farei unha breve catalogación e peiodización esquemática dos principais medios escritos que se ocuparon da información cultural entre os anos 1975 e 2000, basicamente revistas de información xeral, xornais diarios e suplementos culturais destes mesmos xornais. Na práctica, case todos eles están a esperar un estudo polo miúdo das súas características,

que será moi valioso para coñecer o contexto sociopolítico e cultural en que xurdiron estes medios. Incluímos estas notas como unha apelación a favorecer os traballos monográficos sobre este apartado da nosa historia informativa recente.

Anos 1975-1977: a etapa da pretransición democrática

- *El Ideal Gallego*. Contou nestes anos co suplemento cultural «Arco da vella», monolingüe galego, unha páxina semanal. Estaba coordinado pola Agrupación Cultural O Facho e contou coas primeiras colaboracións de autores como Manuel Rivas («Rebulidoiro», 1976-1977, a súa estrea como xornalista), Xavier Seoane, Xosé M.^a Monterroso Devesa e os humoristas Siro López e Xaquín Marín. Presentaba información de libros galegos e notas sobre os nosos escritores.
- O mesmo xornal acolleu suplementos extraordinarios sobre escritores galegos ou de carácter cultural xeral como «Sempre en Galiza» (29-IV-1973), «25 aniversario da morte de Castelao» (5-I-1975) ou «A Galicia do mañán» (22-V-1975), con entregas de escritores da Xeración Galaxia e outros máis novos como Alonso Montero, Xosé M. Beiras e Xosé R. Barreiro Fernández. Na mesma época mantiña unha tribuna de Opinión (na páxina 3 do xornal), que deu cabida, de xeito reiterado, ás principais opinións democráticas daquela hora, cunha presenza habitual do nacionalismo (Camilo Nogueira, Ramón L. Suevos, Méndez Ferrín, etc.).
- Nas mesmas datas o xornal *El Progreso* mantiña o suplemento «Táboa redonda», da man de Ánxel Fole, no que publican autores novos como Claudio Rodríguez Fer, Miguel A. Fernán-Vello, Xesús e Xulio López Valcárcel, Darío Xohan Cabana, Xesús Rábade Paredes, ademais de Alonso Montero (co pseudónimo A. de Ventosela). De

carácter bilingüe, tiña seccións en galego como «Refolando» e outras dedicadas a recuperar a personalidade e obra dos poetas lugueses do século xx.

- *La Región* contribúe neste período inicial cunha última páxina de grandes firmas de escritores galegos: Otero Pedrayo, Ben-Cho-Shey, Taboada Chivite, Ferro Couselo, Eduardo Blanco Amor, Matilde Lloria, Xaquín Lorenzo, José Luís López Cid, Antón Tovar... e autores máis novos como Carlos Casares («Con esta lupa», con caricaturas de Siro), Xosé Fernández Ferreiro, Felipe Senén, etc. Ademais, entre xullo de 1974 e xaneiro de 1975 publicou o suplemento xuvenil «Axóuxere» (na liña do que logo sería *Vagalume*), con colaboracións fixas dos escritores Xesús Alonso Montero («Escola de lingua galega») e Xosé Neira Vilas («Cantarola dos nenos»), un esforzo a prol da normalización da lingua moi meritorio naquel contexto histórico-social, sobre todo por dirixirse ao público infantil-xuvenil e dar cabida a xéneros daquela inéditos na prensa galega (banda deseñada, encruceados e pasatempos, literatura popular, etc.).
- No ano 1977 aparece «Domingo Letras» de *Faro de Vigo*, suplemento dirixido por don Francisco Fernández del Riego, escrito na súa maioría en galego, con comentarios de libros asinados por Salvador Lorenzana (FFR), Xaime Isla Couto e Xosé María Álvarez Blázquez, entre outros. Destaca a atención prestada nas súas páxinas a autores europeos, sobre todo franceses (Claudel, Cocteau, Anouilh...).
- *Teima*, primeira revista monolingüe galega da transición democrática, aparecida en novembro de 1976 e que sobreviviu ata agosto de 1977 (35 números). Dirixida por Ánxel Vence, incorporou no seu consello de administración nomes do galeguismo histórico e no seu abano de redactores os principais xornalistas dunha liña democrática e galeguista nesa hora (entre eles, Víctor Freixanes, Manuel Rivas, Luís Álvarez Pousa, Xavier Navaza,

etc.). Revista de información xeral, moi mediatizada polo momento político e a gran carga ideolóxica da actualidade, dedicou aos temas culturais un 17 % dos seus espazos, pero con escasa atención á crítica literaria, reducida a unha ou dúas páxinas como moito. Nelas deuse conta de autores como Méndez Ferrín, Rey Ballesteros, Ben-Cho-Shey ou Silvio Santiago, mentres os escritores Xavier Seoane e Salvador García-Bodaño facían traballos de crítica de arte galega para esta revista. Maior atención prestaron á lingua e á normativización do idioma, con seccións específicas de Francisco Fernández Rei e Rosario Álvarez Blanco («A nosa lingua»).

Anos 1978-1989: aséntanse as iniciativas culturais galeguistas nalgúns medios de prensa

- En xaneiro de 1978 empeza a publicarse, en Compostela, o semanario nacionalista *A Nosa Terra*, dirixido por Margarita Ledo Andión. Aínda hoxe en curso, tivo diferentes etapas e directores, consolidou un equipo fixo dende finais de 1983 con Afonso Eiré como director e pasou a redacción a Vigo. Revista de información xeral, vencellada tamén aos debates ideolóxicos do seu momento, a información e crítica literaria aparece nas páxinas culturais («Guieiro») e mantén, ao longo dos anos, unha certa estabilidade. O crítico máis asiduo foi Xesús González Gómez, acompañado de Xosé M. Eiré, Xosé M.^a de Castro, Xosé M. Varela, Lupe Gómez, Gustavo Luca de Tena, Miro Villar, Ramón Caride, Eduardo Estévez ou Olga Novo, entre outros. Máis ocasionalmente asinaron críticas literarias Román Raña, Xosé M. Millán Otero, Víctor Vaqueiro, Xosé Ramón Pena, Antón Baamonde e Manuel Forcadela. Na súa longa andaina case todos os escritores galegos pasaron polas súas páxinas, pero entre os máis habituais están Manuel María, Xosé M.^a Dobarro, Pilar García Negro, Cesáreo Sánchez Igle-

sias, Darío Xohan Cabana e Manuel López Foxo, todos vencellados ao nacionalismo organizado. Tamén tiveron seccións fixas, durante un tempo, Méndez Ferrín (tamén como Dosinda Areses) e Manuel Rivas. Cabe subliñar ademais as entrevistas a escritores galegos da primeira etapa (moitas realizadas por Margarita Ledo) e a publicación, dende 1984, dunha ambiciosa colección de monográficos de carácter literario, en formato revista-libro e moi ben ilustrados, cun amplísimo abano de colaboradores literarios, máis plural que o habitual das páxinas da revista (editou xa 16 números, o último deles sobre Manuel Antonio no ano 1996. Tamén coeditou, coa Asociación Sociopedagóxica Galega (AS-PG), unha *Historia da Literatura Galega* en 50 fascículos.

- En maio de 1980 aparece na Coruña *Man Común*, subtitulada «Revista galega mensual de información xeral» e dirixida por Xosé A. Gaciño arredor dun proxecto de Edicións do Rueiro. Recolle parte do equipo da desaparecida *Teima* (de novo Fernández Rei e Rosario Álvarez na sección de «Lingua») e incorpora redactores como Manuel Rivas e Santiago Romero, repartindo os seus espazos entre a información política (o debate do Estatuto) e a cultural. A nivel literario cabe subliñar unha serie de traballos de Carlos Paulo Martínez-Pereiro sobre Otero Pedrayo, Cunqueiro, Rosalía, Risco, Blanco Amor, etc. e as recensións críticas de Luciano Rodríguez, Xavier Seoane, Claudio Rodríguez Fer, Víctor Freixanes e Xavier Alcalá. Publicáronse entrevistas con Celso Emilio Ferreiro (de Miguel Castelo), R. Carballo Calero e Ramón Martínez López (de Xoel Gómez). Tamén escribiron sobre os nosos escritores Xosé M. Martínez Oca, Xavier Seoane, Miguel Pérez Romero, Antonio Gil Hernández, Luísa Villalta, Miguel Anxo Murado, etc. Asinan tamén nomes do galeguismo histórico (R. Piñeiro, Fernández del Riego) e inclúense estudos sobre autores foráneos como Borges, T. S. Eliot ou Henry Miller.

- En maio de 1980 inicia a súa andaina o suplemento titulado «Caderno de Cultura» de *La Voz de Galicia* baixo a coordinación de Luís Álvarez Pousa (estudo posterior).
- Tamén no ano 1980 se amplía a páxina cultural do *Faro de Vigo*, agora como «Suplemento cultural do Faro de Vigo», de catro a seis páxinas dirixidas por don Francisco Fernández del Riego e numeración propia (máis de 100 números ata 1983). Ten seccións fixas como «Recanto de librería», de Xesús Franco; e «A eira das palabras», de Alonso Montero. Escriben, entre outros, Xosé M.^a Álvarez Cáccamo, Eliseo Alonso, Xosé M.^a Álvarez Blázquez, Manuel Vilanova, Filgueira Valverde, Manuel Roldán, Xosé R. Pena, Modesto Hermida, Arturo Benito Silva, Bernardo Villarrazo, etc. Prestou especial atención á literatura portuguesa e dedicou monográficos a Cunqueiro, Luís Amado Carballo e ao xograr Mendiño. Del Riego, tamén cos nomes de Salvador Lorenzana e Cosme Barreiros, publicou abundantes artigos sobre escritores non galegos e Xesús González Gómez fixo traducións ao galego de poetas surrealistas franceses.
- *Hoja del Lunes de Vigo*, dende o ano 1981 dirixida por Gustavo Luca de Tena. Este semanario merece ser citado aquí por agrupar un bo número de firmas literarias de gran calidade. Entre outras, Dosinda Areses (Méndez Ferrín), Antón Reixa, Anxo Tarrío, Amado Valterra, Marilar Aleixandre, Alfonso Pexegueiro, etc.

* A comezos do ano 1983 o *Faro de Vigo* reconverte o seu histórico suplemento nun novo, «Artes e Letras», coordinado por Xosé A. Perozo, con saída os venres e cunha extensión de entre 4 e 6 páxinas, con seccións fixas de creación, tanto de poesía como de banda deseñada. Recóllense os colaboradores da etapa de don Francisco Fernández del Riego (1977-1982) e tamén outros novos, entre os que destacan firmas como Méndez Ferrín, Alberto Avendaño, Xavier Carro, Xosé Cermeño, Margarita Ledo, Miguel Anxo Murado, Camiño Noia, Isaac Otero, Valentín Paz Andrade, Román Raña, Luís Rei Núñez, Antón Reixa, Anxo Tarrío, Fiz Ver-

gara Vilariño, etc. Neste suplemento publicáronse monográficos, coordinados por Alonso Montero, dedicados a Cunqueiro, Valle-Inclán, Castelao, Carlos Marx, os nacionalismos, o humorismo galego, etc. Con diversas interrupcións publicáronse uns 200 números de «Artes e Letras» entre 1983 e 1986.

* O 12 de marzo de 1988 aparece *Diario de Galicia*, con sede en Vigo e dirixido por Xosé A. Gaciño (logo A. Ojea), con Manuel Rivas como subdirector. Durou menos dun ano, ata o 4 de febreiro de 1989, e caracterizouse por espallar un modelo de novo xornalismo, con introdución progresiva do galego en diferentes seccións, espazos editoriais definidos e máxima atención á información cultural e ás tribunas de opinión. Non tivo suplemento cultural específico, pero acolleu nas súas páxinas entregas de Méndez Ferrín, Xavier Alcalá, Carmen Blanco, Darío Xoán Cabana, Manuel Forcadela, Bieito Iglesias, Manuel María, Neira Vilas, Xosé Ramón Pena, Claudio Rodríguez Fer, Suso de Toro, etc. Cómpre subliñar, ademais, as entrevistas do xornalista Manuel Outeiriño a escritores galegos e foráneos. Varios destes colaboradores pasaron logo, desaparecido o *Diario de Galicia*, ás columnas de opinión de xornais como *La Voz de Galicia* e *Faro de Vigo*.

- No ano 1991 inicia a súa andaina en *El Correo Gallego* o suplemento «Revista das Letras» (estudo posterior).
- No ano 1993 comeza así mesmo o «Faro das Letras» como suplemento do *Faro de Vigo* (estudo posterior).
- No ano 1995 aparece *Galicia Internacional*, revista de información xeral monolingüe galega, dirixida por Luís Álvarez Pousa, con Xosé A. Neira Cruz e Xesús Losada na redacción. Esta publicación transfórmase, en abril de 1997, na revista mensual *Tempos Novos*, con 41 números publicados en outubro de 2000. Contén espazos fixos de crítica de libros e teatro, a cargo de Xesús González Gómez, Armando Requeixo, Iolanda Ogando, Olga Novo, Noemí Pazó, Xosé M. Núñez Seixas, Teresa Seara, Dolores Vilavedra, Carmen Blanco, Marcos Valcárcel, etc. Ademais asinan na mesma escritores como

Bieito Iglesias, Ramiro Fonte, Eduardo Alonso, Camilo Franco, Aníbal Malvar, Miguel Anxo Murado, Manuel Rivas, Suso de Toro, Euloxio Ruibal, etc.

2.2 Os suplementos culturais no noso país: tres modelos

«Caderno de Cultura», de *La Voz de Galicia*

O xornal *La Voz de Galicia*, o de máxima difusión no país, non tivo suplementos literarios ou culturais específicos antes dos anos 80. Antes cumpría ese papel, de xeito indirecto, o suplemento dominical «Los Domingos de la Voz» que nos anos 60 e 70 acollía a maioría das colaboracións literarias do xornal. Entre elas, cabe citar como as máis asiduas os artigos (semanais) do poeta Miguel González Garcés e as recensións dos escritores Miguel Álvarez Torneiro e Xosé Fernández Ferreiro, ambos os dous xornalistas do propio medio. Outras firmas habituais eran Benito Seoane Sanjuán, Tomás Barros, Manuel Lueiro Rey, Bernardino Graña, Domingo García-Sabell, Álvaro Paradela e as irmás Pura e Dora Vázquez. dende 1971 incorpóranse autores como Luís Seoane (serie «Figuracións») e Eduardo Blanco Amor (dende xullo de 1972).

Mediados os 70 eran firmas habituais de *LVG*, asinando artigos de tema literario, as dos escritores Ricardo Carballo Calero e Francisco Fernández del Riego, a carón da presenza máis ocasional doutros membros da Xeración Galaxia. Tamén neses anos se incorpora Carlos Casares con «A ledicia de ler», breve comentario de novidades, referido só a libros galegos e que foi, no seu conxunto, a sección de crítica literaria máis regular e numerosa nas súas entregas nesta época.

O 8 de maio de 1980 inicia a súa andaina o «Caderno de Cultura» da *Voz*, baixo a dirección do xornalista Luís Álvarez Pousa. Subtitulábase «Ciencia, arte y pensamiento» e compúñase dun mínimo de catro páxinas. A súa lingua maioritaria era o galego e reuniu no seu seo as firmas máis destacadas do abano cultural do país.

Posteriormente, entre xaneiro de 1984 e 1988, este suplemento pasou a estar coordinado polo xornalista-escritor Arturo Lezcano; ata o 7 de xullo de 1988 publicou un total de 374 números. *LVG* pasou logo un breve período de certa confusión, durante o que devolveu as páxinas culturais á edición do domingo, nun caderno xeral, ata que recuperou o suplemento, agora coa cabeceira «Cultura», en marzo de 1995, en formato folio, con 16 páxinas a color; nesta etapa, como caderno independente, chegou a editar 81 números. En outubro de 1996 o suplemento volveu ao formato orixinal, pero mantivo a numeración anterior.

Na súa última etapa, o suplemento pasa a chamarse «Culturas», en plural, co subtítulo «Creación. Artes Plásticas. Música. Literatura. Cine. Teatro. Poesía. Fotografía. Danzas. Vídeo. Ideas». Está agora coordinado polo xornalista e escritor Tucho Calvo e ten como crítico literario principal ao profesor Ramón Nicolás. No conxunto do suplemento diminuíu a importancia dedicada á literatura galega, ás veces escurecida nunha información abafante sobre as letras non galegas e as principais novidades das editoriais españolas.

Fixarei agora unhas características xerais, a grandes trazos, deste suplemento cultural na etapa en que o dirixiron Luís Álvarez Pousa e Arturo Lezcano, sucesivamente, entre os anos 1980 e 1988:

- Presta especial atención aos monográficos sobre escritores clásicos das nosas letras: velaí os especiais sobre Eduardo Blanco Amor, Ánxel Fole, Álvaro Cunqueiro, Ramón Otero Pedrayo, Vicente Risco, Antón Losada Diéguez, Manuel Murguía, entre outros.
- A estrutura do suplemento vén definida pola súa pluralidade temática. Os seus principais contidos están sintetizados nos índices publicados en xuño de 1981 con respecto a este esquema:
 1. Artigos: (a) Literatura. (b) Ensaio. (c) Comunicación. (d) Lingua.
 2. Letras: (a) Autores. (b) Creación.

3. Artes: (a) Cine. (b) Música. (c) Teatro. (d) Artes Plásticas. (e) Arquitectura e Urbanismo.

4. Crónica.

- Publica habitualmente entrevistas con escritores galegos e recupera outras realizadas con autores xa falecidos (por exemplo, Otero Pedrayo).
- Mostra pluralidade de grupos xeracionais, tanto poéticos como literarios en xeral: presenza dos autores da Xeración dos 80 e dos novos críticos literarios formados na Facultade de Filoloxía Galega de Compostela.
- Ten presenza, máis ou menos regular, dos autores da Xeración Galaxia (nados 1905-1915), como Carballo Calero, Del Riego, R. Piñeiro, Filgueira Valverde, A. Fraguas, e críticos coetáneos como José Luís López Cid (1916).

* Colaboradores da Xeración do 36: Miguel González Garcés (1916).

* Escritores da Xeración das Festas Minervais (nados entre 1930-1940): Xosé Fdez. Ferreiro (1931), Manuel Álvarez Torneiro (1932), Salvador García-Bodaño (1935), etc. Prosa ensaística: Basilio Losada (1930), Carlos Casares (1941), Xesús Alonso Montero (1928), Franco Grande (1936).

* Xeracións que publican a partir de 1975 (nados entre 1940-1960).

«Revista das Letras»

Suplemento literario vencellado, en dúas épocas, aos xornais *El Correo Gallego* e *O Correo Galego*, ambos os dous do mesmo grupo editorial.

Coordinado polo escritor e xornalista Antón Rodríguez López, viu a luz por vez primeira o 2 de febreiro de 1991 e editou, nesta primeira etapa, ata decembro de 1993, un total de 35 números.

En xaneiro de 1994 pasaría ás páxinas do xornal irmán *O Correo Galego*, con periodicidade semanal, onde segue a aparecer cada xoves, nun formato habitual de oito páxinas. En outubro de 2000 levaba 335 números publicados, o que o converte nun dos suplementos de maior continuidade en Galicia.

Inicialmente o suplemento era mensual e levaba como subtítulo «Publicación mensual de ECG da cultura desde a escrita». Contaba na súa redacción cos nomes habituais de Carne Botana, Xurxo Fernández, Miguel Anxo Seixas e Flora Santiso. Incorporado a OCG, figuran como coordinadores A. R. López, Rosa Navia e Soedade Noia. O deseño é de Antón Lopo e Carne Botana, responsable tamén da maquetación. Figuran tamén os responsables de infografía (Teresa Tojo, Fran Domínguez e Alberto Rivadulla) e de revisión de textos (Andrés Tarrío).

No seu primeiro número convivían artigos sobre Cunqueiro, unha achega ao fotógrafo americano Mapplethorpe, un debate sobre sociobioloxía e reseñas críticas de libros. No n.º 4 (maio 1991) facíase un amplo balance do momento literario nos diferentes xéneros, con traballos de Vicente Araguas e Dolores Vilavedra. Na súa primeira etapa publicou estudos sobre o fenómeno artístico Atlántica, a poesía de Ezra Pound, o erotismo, as mulleres nas letras, literaturas portuguesas e angolanas, o Seminario de Estudos Galegos, a banda deseñada, Ramón Suárez Picallo e Eduardo Blanco Amor. Ademais, celebrouse o centenario de Arthur Rimbaud con versións bilingües (galego/francés) dos seus poemas e dedicouse un monográfico (n.º 6, xullo 1991) aos «novos narradores», con textos de 22 escritores, entre eles Darío Xohán Cabana, Suso de Toro, Ramiro Fonte, Manuel Outeiriño, Manuel Guede, Camilo Franco, Román Raña, Manuel Forcadela e Xavier Queipo.

O 6 de xaneiro de 1994 nace *O Correo Galego*, primeiro diario monolingüe na historia de Galicia, dirixido por Xosé Manuel Rey Nóvoa. Na súa redacción figura o escritor Antón R. López, animador do suplemento cultural. Alí traslada o suplemento cultural e amplía a súa aparición, agora semanal, aínda que reduce as páxinas. O propio suplemento mantén un monográfico

mensual de creación, dende o 1 de xuño de 1995, dedicado especialmente á publicación de poesía e autores novos. Nesta etapa «Revista das Letras» conta cun consello de proxectos composto por Ana Romaní, Anxo Quintela, Rafa e Miro Villar, Carlos Amado, Robert Bass e Fran Domínguez. Da crítica de libros encárganse, entre outros, Vicente Araguas, Francisco Martínez Bouzas, Carlos Quiroga e Dolores Vilavedra.

No seu amplo abano de colaboradores, pódense destacar os nomes de Xavier Seoane, Antón Patiño, Xosé Díaz, Román Peireiro, Lino Braxe, Xosé Luís Axeitos, Euloxio Ruibal, Pilar Pallarés, Suso de Toro, Martín Veiga, Ramón Caride Ogando, Francisco Pillado, Luísa Rodríguez, Miguel Sande, Carme Vidal, Isabel Bugallal, Paulino Pereiro, Uxío Novoneyra, Xosé A. Castro, Xelís de Toro, Xosé M. Salgado, Darío X. Cabana, Manuel Outeiriño, Camilo Franco, Xavier Queipo, Román Raña, Carme Hermida, Manuel María, Xosé Cid Cabido, Marcos Valcárcel, Manuel Oliveira, Fermín Bouza, Lois Sandoval, Xabier Cordal, Francisco Martínez Bouzas, Antón Capelán, Anxo Angueira, Carlos Amado, etc. (No n.º 100 do suplemento, do 21 de marzo de 1996, figura unha longa listaxe de colaboradores ata esa data).

Sen dúbida é o suplemento máis orixinal dos hoxe existentes na prensa galega, sempre aberto ás propostas experimentais tanto no campo das letras como das artes plásticas ou do deseño gráfico. Recolle así a herdanza de publicacións punteiras no ámbito das revistas (*Escrita, Nó, Luzes de Galiza...*), coas que ademais compartiu bo número de colaboradores.

Outra das súas características fundamentais é a atención ás novas voces poéticas e narrativas, que contrasta coas moi escasas colaboracións de autores das xeracións de posguerra (Manuel María, Novoneyra, Neira Vilas...). Nesa liña hai que subliñar a presenza destacada das novas poetas galegas, mesmo con entregas semanais (como no caso de Lupe Gómez), e un abundante abano de colaboradoras femininas como Chus Pato, Ana Romaní, Luz Pozo Garza, María do Cebreiro, Teresa Bermúdez, Helena González, Alicia Pascual, Elva Otero, Zoé Noia, Carina Regueiro, Cris López, etc.

Caracteriza tamén a «Revista das Letras» o ser na práctica a única alternativa cultural que hoxe en Galicia pode reservar amplos espazos, ás veces todo o suplemento, á creación literaria, sexa lírica ou narrativa. Por exemplo, nos anos 2000-2001 revisouse, nunha serie de monográficos, a obra de autores como Xohana Torres, María García Yáñez, Chus Pato, Luísa Villalta, Xelís de Toro, Germán Sierra, Antón Riveiro Coello, Xosé Carlos Caneiro, etc. Tamén se publicaron, nesas datas, monográficos dedicados á obra de Xosé Luís Méndez Ferrín (n.º 312), O compromiso do artista-Castelao (n.º 295), os sonos na literatura (n.º 300), poetas do Brasil (n.º 313), poetas galegos en Madrid (n.º 296), Brais Pinto (decembro 1998), etc. Igualmente, amosou sempre unha especial atención ás mostras de fotografía (universal) e ás culturas e relixións orientais.

Abórdanse, así mesmo, temas non estritamente literarios, como estes que se citan, entre outros moitos: as guerras no mundo; a obra de Brañas; pobreza, globalización e desertización; a arte africana (n.º 316); Warhol, arte e mercado (n.º 310); Patrimonio perdido (n.º 304); Apocalipse e morte do mundo (n.º 297); Dor, poder e tortura (n.º 308); etc.

Bótase en falta a publicación de índices de autores, moi escasos nas súas etapas posteriores (do n.º 100 en diante).

Unhas notas finais sobre os suplementos literarios da prensa e crítica de obras

- Carácter irregular, en xeral, e continuidade vencellada a motivos extraliterarios: financiamento, falta de publicidade, etc. (Peche do «Faro das Letras»). Do mesmo xeito que a sección cultural de cada xornal (onde se inclúen as críticas) é a menos estable dende 1975 en adiante, con continuos movementos de espazo e extensión ao longo do diario: diferentes formatos, etapas en branco continuadas, etc. Existe unha maior regularidade cando é un xornalista-escritor ou alguén cunha importante sensibilidade cultural o que se responsabiliza do produ-

to: Antón Rodríguez en «Revista das Letras», Luís Álvarez Pousa en «Caderno de Cultura» (sucedido tamén por escritores: Arturo Lezcano, Tucho Calvo). Facilita esa continuidade que o responsable do suplemento sexa un xornalista incluído no cadro de persoal do medio.

- Son todos os suplementos, polo xeral, bilingües, agás «Revista das Letras» e «Faro das Letras». O monolingüismo non significa, por suposto, atención só á literatura galega. Cando son bilingües, como regra xeral, o galego restrínxese aos libros galegos e o castelán, por norma, para as letras castelás e universais (agás Francisco Fernández del Riego e poucas excepcións máis).
- A abundancia de contidos das letras castelás, en función da promoción editorial ou outros criterios, converte ás veces en secundario e marxinal o papel da literatura galega reflectido nos medios.
- Hai unha certa variedade nos modelos de suplemento cultural ou literario: dende o modelo máis clásico do «Domingo Letras» de *Faro de Vigo* con Francisco Fernández del Riego ao máis experimental e vangardista da «Revista das Letras» de OCG con Antón Rodríguez.
- Os colaboradores máis asiduos están moitas veces vencellados profesionalmente a cada medio concreto: Xosé Fernández Ferreiro, M. Álvarez Torneiro, Camilo Franco, Antón Rodríguez... Tamén hai colaboradores moi constantes ao longo de décadas no mesmo medio (Miguel González Garcés ou Carlos Casares). Noutras ocasións, os mesmos colaboradores pasan dun a outro proxecto en función da adaptabilidade e apertura de cada medio nun momento dado: por exemplo, moitos colaboradores do «Faro das Letras» (FV) recuncaron despois en «Revista das Letras» (OCG).
- Hai tres grupos promotores claros na aparición de suplementos culturais: o núcleo vigués, o núcleo coruñés e un núcleo compostelán. Vencellados polo xeral por motivos xeracionais, con predominio de profesorado

dedicado ao ensino da literatura. Cómpre subliñar tamén nestes anos a escaseza de propostas xurdidas dende as cidades de Ourense e Lugo.

- Escasas entrevistas (excepcións etapa *Diario de Galicia* de Vigo ou «Cultura» de LVG, semanal).
- Os defectos máis habituais que se apuntan na crítica literaria son de dous tipos: (1) o amiguismo, que deriva en críticas excesivamente gabanciosas; (2) a crítica ideolóxica e comprometida, nacida á calor da coincidencia política co escritor. Podería engadirse unha (3): a falta de continuidade do labor dos críticos (cando non teñen espazos fixos no medio) deriva ás veces, de forma inevitable e non desexada, en arbitrariedade á hora de emitir as súas opinións públicas.

3 UNHA SUXESTIÓN PARA FUTURAS INVESTIGACIÓNS HEMEROGRÁFICAS: A CATALOGACIÓN DOS ESCRITORES GALEGOS NA PRENSA

Dedicarei esta terceira parte da miña comunicación a destacar a relevancia, no que respecta á catalogación de escritores, da presenza dos autores nos medios de comunicación e, sobre todo, na prensa escrita, un feito que, dadas as peculiares características do sistema literario galego, cremos que debe ser estudado en profundidade e integrado nas relacións de produción literaria do país.

Por razóns históricas, os escritores galegos tiveron sempre unha presenza fundamental na prensa escrita que, nalgunhas etapas da nosa historia, foi mesmo determinante. É o caso das primeiras décadas do século XIX, da época dos Precursores e aínda do propio Rexurdimento, como destacan xa diversos estudos (Carne Hermida, Ramón Mariño, Henrique Monteagudo, etc.).

O Consello da Cultura Galega, dende a Comisión Técnica de Prensa Histórica, está a facer unha recolleita dos primeiros textos escritos en galego, na primeira metade do século XIX, que será definitiva para avanzar nesta liña de investigación.

Este fenómeno vaise acrecentar dende a aparición de publicacións monolingües en galego e, moi especialmente, co nacemento de *O Tío Marcos d'a Portela* en Ourense, a primeira publicación periódica íntegra en galego, impulsada por don Valentín Lamas Carvajal, que ademais creará escola noutras cabeceiras contemporáneas ou debedoras do seu estilo (*A Monteiro, A Tía Catuxa*, etc.). Polos estudos realizados ata agora, e moi especialmente polos traballos de Modesto Hermida e as recuperacións de textos do século XIX impulsadas dende o Centro Ramón Piñeiro, sabemos que boa parte do noso tesouro literario para todo ese século está aínda por recoller, en gran medida, nos xornais e revistas daquela hora. O propio cómputo de escritores galegos e en galego medrará de forma moi significativa cando sexamos quen de identificar a todos os autores que asinan neses xornais, moitos deles con pseudónimos literarios (non sempre recoñecibles).

Esta realidade, que foi determinante para o século XIX, non é menos intensa no período que vai de 1900 a 1936, sobre todo porque será entre 1910 e 1936 cando se intensifique a aparición de cabeceiras culturais, literarias, agrarias e de todo tipo nas vilas, cidades e aldeas galegas. A ditadura franquista provocou unha ruptura fundamental a partir de 1936, o que non impedirá a aparición dalgunhas valiosas cabeceiras culturais nos anos 50 e 60, e haberá que esperar ata mediados dos anos 70 para asistir, de novo, a un auténtico rebulir espectacular de novos medios de prensa, moitos deles en galego, como vehículo de opcións políticas, culturais e sociais moi diversas. O mesmo sucede, por suposto, nos medios das cidades da prensa diaria (ou prensa de información xeral), sobre todo no que se refire á aparición de suplementos culturais, monográficos literarios, etc.

Como amosei no estudo «As revistas en galego (1975-1991), a difícil supervivencia», publicado no *Informe da Comunicación* do Consello da Cultura Galega (1993), só para ese período hai que contabilizar máis de 140 títulos diferentes de xornais e revistas en galego, sen ter en conta as publicacións políticas partidarias, que se engloban nun grande abano de categorías temáticas: prensa cultural, científica e literaria, prensa profesional, prensa institucio-

nal, prensa política, prensa local e prensa de información xeral. Ademais, unha análise axeitada do fenómeno da prensa en galego debe transcender os criterios cuantitativos para achegarse a unha análise cualitativa deste, que poida, na medida do posible, expresar coa maior fidelidade o seu impacto real na opinión pública e na sociedade do momento.

Creo que unha consideración axeitada da presenza dos escritores galegos na prensa nos permitiría ter unha visión moito máis acaída da realidade da literatura galega a través dos tempos contemporáneos. No mesmo sentido pronúnciase o *Diccionario da Literatura Galega. 2. Publicacións Periódicas* Dolores Vilavedra (1997, p. 9) cando chama a «certificar ata que punto o desenvolvemento do discurso literario galego non só dependeu do xornalístico, senón que mesmo existiu (sobre todo en determinadas etapas como o primeiro Rexurdimento ou a posguerra) grazas a el. Unha visión da historia da literatura galega que ignore esta realidade será, simplemente, unha visión limitada non só no que atinxe á cantidade de textos producidos, ou os nomes dos seus produtores, senón que mesmo ofrecería unha falsa visión de normalidade». Debemos, pois, recoller «a outra cara da moeda, é dicir, a produción fragmentaria, espallada en xornais e revistas, pero non sempre necesariamente inferior dende un punto de vista cualitativo».

Hoxe ese estudo é xa posible e debería ser sistematizado dende o traballo en equipo e a organización dalgunha institución cultural. Hai valiosos traballos hemerográficos en diferentes niveis (catálogos xerais, estudos sobre áreas xeográficas concretas, estudos da prensa cultural e literaria, etc.) que axudan a ordenar e organizar un tan extenso continente de documentación. Existen xa, ademais, facsímiles de moitas publicacións e a posibilidade de acceder a outras dende medios informáticos, con acceso a coleccións completas ou abondo representativas. Nesta liña existe, ademais, un proxecto de investigación, dirixido pola doutora Rosario Álvarez, da Universidade de Santiago (1993-1994), titulado «Escritos en galego (repertorio cronolóxico): 1550-1963».

A amplitude dun proxecto deste tipo pode levar á necesidade de acoutar o seu marco temporal, pero isto pode facerse dende categorías hoxe aceptadas por todos: por exemplo a análise de etapas como (a) a prensa galega do período 1910-1936; (b) a prensa galega no franquismo; (c) a prensa galega na transición democrática e nos inicios da autonomía galega (1975-2005); (d) a prensa galega en América, Europa e no mundo (nas súas diferentes etapas): prensa da emigración e do exilio.

Un estudo da presenza dos escritores galegos na prensa permite, á súa vez, un abundante número de diferentes estratexias. Queremos citar agora varias delas que, ademais, non son contrapostas, senón complementarias: unhas alimentan as outras e todas poden ofrecer novas perspectivas na avaliación do fenómeno literario nos medios de comunicación:

- (1) Elaboración dun dicionario de escritores na prensa galega, na liña dos traballos fundacionais de Antonio Couceiro Freijomil e doutros autores posteriores (Dolores Vilavedra, etc.). Iso permitiría ampliar, de forma substantiva e moi significativa nalgúns casos, a cantidade de produción literaria da maioría dos escritores.
- (2) Un estudo sincrónico dunha determinada etapa do periodismo en Galicia, centrado na achega dos escritores, case sempre cinguida ás páxinas de opinión e de cultura dos diarios. Este labor pode, así mesmo, afrontarse dende a esculca detallada de cada xornal ou, de forma moito máis eficaz pero máis traballosa, na análise comparativa dos diferentes medios para un período cronolóxico dado. Por exemplo, o estudo dos escritores galegos na prensa escrita para o período 1989-1991 a través destes medios, todos eles de periodicidade diaria: *La Voz de Galicia*, *Diario de Galicia*, *Faro de Vigo*, *La Región*, *El Progreso*, *El Correo Gallego*, *O Correo Galego*, *El Mundo de Galicia*, *Diario 16 de Galicia*. A interrelación dos resultados obtidos nos diferentes medios permitiría

chegar a algunhas conclusións posibles sobre a presenza do feito literario e cultural, en xeral, nos medios de comunicación.

- (3) A análise crítica minuciosa dos suplementos culturais dos diarios galegos. En concreto, cremos que sería de maior interese o estudo dos tres suplementos literarios, que constituíron paradigmas para este período: os titulados «Culturas» de *La Voz de Galicia* (etapa de Luís Álvarez Pousa); «Faro das Letras», en *Faro de Vigo* (1993-1996); e «Revista das Letras» (1991-en curso), de *El Correo Gallego* e (dende xaneiro 1994) *O Correo Galego*.
- (4) Os artigos dos escritores recollidos en formato libro. Estudo dos principais escritores galegos que viron recollida boa parte do seu xornalismo (nunca a totalidade) en formato de libro, ás veces con moitas décadas de posterioridade: Otero Pedrayo, Álvaro Cunqueiro, Blanco Amor, Rafael Dieste, Filgueira Valverde, Carballo Calero, Carlos Casares, Constantino García, Suso de Toro, Luís Seoane, Méndez Ferrín, Bieito Iglesias, etc. Como é lóxico, a primeira liña de investigación que apuntamos (diccionario de escritores na prensa) englobaría necesariamente este apartado nas respectivas entradas de cada autor.

LA REPRESENTACIÓN DE MUJERES Y HOMBRES
EN LA PRENSA (1974-2004). CRÍTICA
AL ANDROCENTRISMO DE LOS MEDIOS
DE COMUNICACIÓN

Amparo Moreno Sardà y Núria Simelio Solà

Feminari Dona i Cultura de Masses
Universitat Autònoma de Barcelona

I PRESENTACIÓN

Desde el año 2001, el equipo de trabajo dirigido por Amparo Moreno Sardà, e integrado por Natividad Abril Vargas, Manel López López, Isabel Alonso Dávila, Núria Simelio Solà, Soledad Vargas Carrillo, Patricia Laura Gómez y Gloria Quinayás Medina, lleva adelante una investigación titulada *La representación de las relaciones entre mujeres y hombres y del recambio generacional en la prensa, de 1974 a 2004*¹.

Nuestro punto de partida han sido las aportaciones de la crítica al androcentrismo de los medios de comunicación, que proporcionan una metodología sistemática para analizar la representación en la prensa de los modelos femeninos y masculinos, articulados con otras variables, como la edad, la etnia, la clase social y el origen geográfico. Además, este método permite relacionar los protagonistas con sus actuaciones y con los espacios sociales y realizar estudios comparativos entre las informaciones, la publicidad y los contextos históricos.

1. Proyecto RS/MS/07/01, con sede en el Departament de Periodisme de la UAB, cuenta con el financiamiento del Instituto de Mujer del Ministerio de Asuntos Sociales. Inicio: diciembre 2001; finalización: noviembre 2004.

Los objetivos principales de la investigación son:

- *Analizar* en forma comparativa, sistemática y longitudinal, las pervivencias y los cambios en la representación de las relaciones sociales difundidas por la prensa durante los últimos treinta años.
- *Elaborar pautas* para la producción de mensajes que fomenten una visión positiva y atractiva de una sociedad con igualdad de oportunidades.

2 MARCO TEÓRICO

El marco teórico del que parten estas investigaciones se deriva de distintas aportaciones realizadas en los ochenta sobre el análisis de los medios de comunicación y, en especial, de la teoría feminista. Concretamente, hablamos de la crítica al androcentrismo del discurso académico y de los medios de comunicación² que se sistematizó en la obra *La mirada informativa*³.

2. Sobre la crítica al orden androcéntrico del discurso académico ver Moreno Sardà, Amparo, *Las raíces históricas de la problemática actual de la comunicación social. Elementos para una Historia de la comunicación social no androcéntrica*, Tesis doctoral, Facultad de Historia de la Universidad de Barcelona, 1984; *El arquetipo Viril protagonista de la Historia. Ejercicios de lectura no-androcéntrica*, LaSal, Barcelona, 1986; y *La otra política de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del arquetipo viril*, Icaria, Barcelona, 1988. Las repercusiones del androcentrismo académico en el análisis de los medios de comunicación de masas y la necesidad de adoptar un enfoque no-androcéntrico para comprender el tratamiento que hacen de las relaciones sociales pueden verse en «En torno a la comprensión histórica de la cultura de masas. Y, el orden androcéntrico del saber académico», *Analisi*, UAB, n.º 14, 1989, pp. 9-31; en «Los inicios de la cultura de masas (algunas observaciones no-androcéntricas)», *Analisi*, UAB, n.º 13, 1990, pp. 137-143; en «Prensa de successos: models de marginació i integració social en els processos de mobilitat social», *Analisi*, UAB, n.º 16, 1994, pp. 35-54, y en otras publicaciones. Esta orientación la han tenido en cuenta otras investigaciones y se aplicó a la investigación realizada por el Feminari Dona i Cultura de Masses del Departamento de Periodismo de la UAB, financiada por el Instituto de la Mujer en 1987-1988 y publicada en *Prensa para mujeres o el discurso de lo privado: el caso del grupo HYMSA*, 1990; en Garitaonandia, C. y otros (ed.), *Comunicación, cultura y política durante la II República y la Guerra Civil*, UPV, Bilbao, 1990, pp. 223-233. La metodología no-androcéntrica para analizar los medios de comunicación se ha expuesto en diversos trabajos y de forma sistemática en Moreno Sardà, Amparo, *La mirada informativa*, Bosch, Barcelona, 1998.

3. Moreno Sardà, Amparo, *La mirada informativa*, op. cit.

Consideramos que el análisis de los textos periodísticos obliga a diferenciar entre los seres humanos y los estereotipos: entre las mujeres y hombres reales, cuyas vidas dependen de las distintas condiciones en las que viven según las posiciones que ocupan en la sociedad; y los modelos de comportamiento que se derivan de estas divisiones sociales, que aparecen definidos en la prensa de acuerdo con un sistema de clasificación social complejo que no se refiere sólo al *género*, sino, al mismo tiempo, a la edad, la clase social, la etnia... Y la valoración positiva o negativa de estos depende de cómo se relacionan sus actuaciones con modelos de comportamiento arquetípicos.

Diversas investigaciones han utilizado este mismo marco teórico y metodológico llegando a conclusiones similares⁴. La reiteración de este repertorio complejo de modelos nos lleva a considerar los textos periodísticos como un conjunto de propuestas de lectura de la realidad social que los medios hacen a los lectores;

4. Sopeña i Nualart, A., *La publicitat com a font documental per a la Història Contemporànea. El Hogar y la Moda, (1913-1931)*, 1991; Alonso Davila, L., *Cine y literatura, como fuente documental y materiales didácticos para la renovación de la Historia de Cataluña*, 1993; Suñé i Balcells, R., *Anàlisi hemerogràfica diacrònica automatitzada: aplicació a EL PAÍS 1976-1991*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 1992; González Escudero, E., *Un asesinato para la historia. Lucrecia Perez, 13 de noviembre de 1992*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 1994; *Redes sociales, comunicación y procesos de movilidad y asentamiento de emigrantes magrebies en Alicante (1985-1995)*, Tesis doctoral, Departamento de Periodismo de la UAB, 2000; Molina, P. M., *Utilización didáctica de la prensa del corazón en la etapa instrumental de la formación básica de adultos*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 1995; Sánchez Menéndez, J., *La representación de realidades sociales marginales en la prensa diaria: la prostitución en las informaciones y la publicidad de EL PERIODICO y LA VANGUARDIA*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 1995; Vega, E., *La construcción del cuerpo andrógino en los videoclips de Michael Jackson y Madonna*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 2001; Simelio, N., *Paper i influència de la premsa diària d'informació general durant la transició espanyola (1973-1983)*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 2001; Quinayás, G., *El Caso, Semanario de Sucesos. Una crónica de los procesos de movilidad social durante la Dictadura de Franco*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 2002; San Martín, L. de, *La mirada informativa del verpertino TAL CUAL sobre la sociedad venezolana (2000-2001)*, Trabajo de doctorado, Departamento de Periodismo de la UAB, 2002.

propuestas que actuarían como programas que el lector o lectora va interiorizando, y a partir de los cuales se habitúan a responder, a su vez, a su entorno social.

Esto se enriquece con la crítica al orden androcéntrico del discurso académico. Se parte de la idea de que la prensa selecciona, de todo lo que sucede día a día, unos pocos acontecimientos y los trata de manera que los convierte en *informaciones*, en hechos que considera significativos según criterios convencionales. En este procedimiento se pone de manifiesto el enfoque y el tratamiento de la realidad que se deriva de *la mirada informativa*. De estos hechos, los historiadores seleccionarán algunos para convertirlos en *hechos históricos*, que, a su vez, ponen en evidencia *la mirada académica*.

La selección de estos textos depende del mayor o menor interés que les atribuyen los respectivos colectivos profesionales y se traduce en los procedimientos que utilizan para elaborar las diferentes versiones de la realidad social. Por tanto, *la noticia* de hoy sirve de base a lo que haya de considerarse *hecho histórico* mañana. En la definición de lo que es este *hecho histórico* influye lo que los periodistas y la prensa *seria* consideran materia prima noticiable, que son por excelencia las actuaciones de los personajes situados en las cúspides de las instituciones. Tales *noticias* son, al mismo tiempo, los *hechos* prototípicos con los que se ha ido construyendo el discurso histórico.

Sin embargo, estas noticias son sólo una parte de las *informaciones* y materiales que publican o transmiten los medios de comunicación de masas. El repertorio de *informaciones* es más amplio y diverso que el repertorio de hechos históricos: sucesos, crónicas de sociedad, crónicas del corazón, anuncios publicitarios, chistes, etc. Todos estos materiales, que también hablan de la realidad social, no suelen ser considerados por la historiografía general como datos significativos para construir sus explicaciones, salvo casos excepcionales, afortunadamente cada día más frecuentes.

Es decir, *la mirada informativa* enfoca un campo más amplio que *la mirada académica*, una mayor diversidad de hombres y mujeres, y lo hace desde distintos ángulos, en una mayor variedad de situaciones, privadas, públicas y marginales, y en actuaciones que remiten tanto a la sentimentalidad como a la racionalidad.

3 MUESTRA Y METODOLOGÍA DE TRABAJO

En nuestras investigaciones hemos aplicado una reelaboración del análisis hemerográfico, diacrónico, automático, expuesto en *La mirada informativa*.

En primer lugar, se realiza una radiografía diacrónica que consiste en evaluar cómo se distribuye la superficie total impresa de los ejemplares analizados entre las distintas unidades comunicativas (administrativas, publicitarias y redaccionales), teniendo en cuenta variables relativas a aspectos formales (los titulares, la ilustración y el texto) y aspectos relacionados con los rasgos de los protagonistas de los que se habla, los escenarios en los que se les presenta y las actuaciones con las que se les relaciona.

En segundo lugar, tenemos un análisis cualitativo en el que se explora el resto de la colección a partir de los datos arrojados del primero. En tercer lugar, los resultados del análisis de los textos periodísticos pueden utilizarse como fuente documental para profundizar en el conocimiento de las transformaciones históricas y compararse entonces con datos sobre el contexto histórico y los cambios sociales que se han producido en la sociedad en el periodo examinado.

El instrumento de análisis de la primera etapa está constituido por una serie de fichas que permiten recoger, pormenorizadamente, las características generales de una publicación y su evolución histórica, así como los formatos y datos relativos a las unidades informativas y publicitarias de los ejemplares, para el posterior análisis cuantitativo y cualitativo. Este se aplica a los ejemplares completos que constituyen la muestra seleccionada. Los datos se recopilan en una base de datos y se procesan mediante el programa SPSS.

En el diseño de las fichas mencionadas se han seguido las pautas propuestas por Moreno Sardà. Sin embargo, cada una de las investigaciones ha incorporado algunas nuevas variables para la recogida de datos que resultaban indispensables a los fines de corroboración / refutación de las hipótesis. Este proceso dio lugar a una serie de fructíferas discusiones que, en una primera etapa, se concentraron en las variables que debían ser incluidas en la base de datos y, posteriormente, en la categorización de dichas variables, así como en las formas de tratamiento informático.

- FICHA 1: recopila los *datos generales de identificación de la publicación* de la que se trata, siguiendo básicamente la propuesta de Kayser (1966), en lo que se refiere al registro de identificación y al expediente de identidad. Pueden incluirse, por ejemplo, datos referentes a los cambios en las denominaciones a lo largo de un período, las posibles suspensiones en la publicación, el precio y las formas de venta, los datos de propiedad y consejo de administración, la bibliografía sobre la historia de la publicación, etc.
- FICHA 2⁵: recopila los *datos generales de identificación del ejemplar analizado de la publicación*. Da cuenta, entre otras variables, del número del ejemplar, la fecha de publicación, la cantidad de páginas, la inclusión de coleccionables, la dimensión de la página, etc.
- FICHA 3⁶: recopila los *datos sobre la representación de la realidad social que hace cada unidad comunicativa del ejemplar analizado de la publicación*. Está subdividida en dos partes:
 - *Características de la unidad comunicativa*: tipo de unidad, autoría, fuente, lengua, página en la que se ubica, etc.

5. Ver ficha detallada en el anexo.

6. Ver ficha detallada en el anexo.

- *Características de los protagonistas de la unidad comunicativa*: denominación, rasgos sociodemográficos (sexo, edad, etc.) y profesionales –institucionales–, relaciones entre protagonistas, acciones que realizan y escenarios en los que las desarrollan, etc.

En cuanto a la explotación de los datos se presenta para cada conjunto de los ejemplares analizados de modo que puedan compararse. Los comentarios y conclusiones no pueden ser extrapoladas al conjunto del universo de análisis por las características de las mismas, aunque pueden establecerse algunas tendencias.

La muestra definitiva de publicaciones que utilizamos en la investigación quedó conformada por:

- Los ejemplares completos de cuatro diarios (*El País*, *ABC*, *La Vanguardia*, *El Correo Español / El Pueblo Vasco*) correspondientes al 3 de febrero de 1974⁷, al 3 de febrero de 1979 y al 3 de febrero de 1984.
- Los ejemplares completos de los suplementos dominicales de *El País*, *ABC* y *La Vanguardia*, correspondientes a la primera semana de febrero de 1974⁸, 1979, 1984, 1989, 1994, 1989 y 2004.
- Los ejemplares completos de las revistas *Interviú* y *Lecturas*, correspondientes a la primera semana de febrero de 1976, 1979, 1984, 1989, 1994, 1989 y 2004.

4 HIPÓTESIS Y PRINCIPALES RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

Durante los últimos treinta años ¿ha registrado la prensa las transformaciones de las relaciones entre mujeres y hombres de diferentes clases sociales, que han estado impulsadas por múltiples decisiones personales y colectivas? ¿Ha dado cuenta de

7. Para este año no fue incluido *El País* porque no había hecho su aparición en el mercado editorial.

8. Para este año no fue incluido *El País Semanal (EPS)* porque no había hecho su aparición en el mercado editorial.

los cambios que hemos protagonizado con nuestras actuaciones cotidianas, tanto en los espacios domésticos como en los escenarios públicos? ¿La prensa de información general ha sido más fidedigna que la prensa considerada frívola? ¿Qué periódicos han sido más permeables a estas transformaciones, han ofrecido unas imágenes más positivas y atractivas y han fomentado así los cambios hacia una sociedad más equitativa y justa o, al contrario, las han dificultado?

Estas fueron las preguntas que nos realizamos al iniciar nuestra investigación. Los primeros resultados muestran que la representación de la transformación de las relaciones entre mujeres y hombres de distintas edades y condiciones sociales, a lo largo de los últimos treinta años, no ha sido uniforme sino variada e incluso contradictoria: unos periódicos y productos periodísticos han sido más sensibles y permeables a los cambios y han ofrecido imágenes más atractivas de estos, mientras que otros han manifestado más resistencia, han sido más impermeables y han ofrecido imágenes menos atractivas de las transformaciones sociales.

Para comenzar, cuestionamos la valoración androcéntrica académica que atribuye a la llamada «prensa de información general» una mayor capacidad de intervención en los cambios sociales y planteamientos más progresistas y que menosprecia la prensa dirigida a las mujeres como insignificante.

La mirada informativa de los diarios de información general es androcéntrica. Todos ellos, independientemente de su línea editorial, enfocan de forma preferente a un colectivo reducido de hombres, varones adultos identificados individualmente con nombre y apellidos, situados en los centros del poder político, económico, cultural, militar... Al mismo tiempo, son presentados como sujetos con actuaciones trascendentales que repercuten al resto de la sociedad. La presencia de las mujeres es muy reducida y no se ha incrementado a medida que se han incorporado a los espacios públicos, de los cuales antes habían estado excluidas. La prensa se presenta impermeable a estos cambios y presenta a las mujeres como insignificantes para el ámbito público y social. A

lo largo de los últimos treinta años, las mujeres ocupan menos de un 10% de la superficie redaccional, mientras que los hombres han pasado de más del 60% hasta un 25% de la superficie redaccional. Sin embargo, esta disminución no ha favorecido una mayor atención hacia los grupos sociales que no aparecen identificados de forma individual, ya que se ha reducido también la presencia de la sociedad civil. En definitiva, el enfoque informativo de los diarios continúa hacia los centros de poder, si bien ahora atribuye el papel de sujeto activo a las instituciones, las entidades y a diversos temas abstractos de perfil estadístico o tecnológico.

La ciudadanía resulta así expulsada del debate público que aparece como algo restringido a un grupo cada vez más reducido de barones y a alguna mujer, encerrados en unas instituciones lejanas y omnipresentes, relacionadas con datos y términos abstractos. Estos se alejan de la vida real de las personas y mayoritariamente resultan incomprensibles. Se ha acentuado la mirada androcéntrica sobre la sociedad, a la vez que la información se ha deshumanizado, y las vivencias humanas han quedado relegadas en buena medida a los anuncios de contactos, donde las mujeres sí tienen un papel destacado.

Por tanto, consideramos que cada diario ofrece, por un lado, una representación cartográfica de la realidad que enfoca determinados aspectos sociales y deja fuera del campo de visión muchos otros. La presentación de algunos hombres y mujeres como protagonistas valorados positivamente, las acciones de los cuales aportan status, poder y bienestar, o bien la presentación negativa de otros, como transgresores de las normas o víctimas que sufren situaciones de marginación, fomentan la aceptación o el rechazo de unos y otros modelos de comportamiento. De esta manera, los periódicos se convierten en guías para el conocimiento, el debate público y el comportamiento individual y en unos medios de identificación entre los diferentes colectivos que los leen habitualmente.

Por otro lado, los resultados nos muestran que los dominicales de estos mismos diarios, durante los últimos 30 años, han jugado un papel fundamental en el desarrollo y consolidación

de la sociedad de consumo en España; estableciendo modelos de conducta y estilos de vida, dirigidos principalmente a las elites dominantes y, posteriormente, a la sociedad en general. Así, se han construido *en positivo* o dramatizando las diferentes pautas de comportamiento para ser imitadas por la ciudadanía y consumidores, centrando *la mirada* en protagonistas que pertenecen mayoritariamente a las clases dominantes y que transitan por unos escenarios privilegiados. Cuando los dominicales amplían *la mirada* lo hacen en una faceta más íntima (sentimientos privados) de estos personajes y si se desplazan a *otros* grupos que conforman la sociedad que, muchas veces, han permanecido en el margen, se hace con un fin moral como de advertencia de lo que les puede suceder a aquellos que no se enmarquen dentro de las normas del juego que ha establecido el sistema.

Sin embargo, en los dominicales encontramos un abanico más amplio de protagonistas que en la *prensa seria*: mujeres, ancianos, jóvenes, niños, países del Tercer Mundo, entre otros. No obstante, su presencia cumple con la finalidad encubierta de instaurarse como modelos de vida, es decir, aparecen allí con el fin de ser imitados o rechazados. Además, el peso de la publicidad en los dominicales es decisivo y construye rasgos conductuales femeninos y masculinos que corresponden a las relaciones privadas y que están marcadas por una sentimentalidad, una ética y una estética vinculadas a la propiedad y a la posesión de bienes... y, en consecuencia también, por el temor a la desposesión.

En el caso de los semanarios *Interviú* y *Lecturas*, la representación de la realidad ha sido más permeable a las transformaciones sociales entre mujeres y hombres. La mirada informativa de *Interviú* también es androcéntrica, pero al menos lo es de forma explícita, y los acentos machistas de los primeros tiempos se han difuminado. También *Lecturas* enfoca los espacios centrales de la sociedad, pese a que sean privados. En cualquier caso, en estos semanarios aparecen los seres humanos, y esta puede ser la razón por la que despiertan un mayor interés entre la población.

Finalmente, la investigación ha permitido constatar que el tratamiento de mujeres y hombres en los medios de comunicación no es sólo una cuestión de «género». La división social en razón del sexo se articula siempre con otras como la clase social, la edad y el origen geográfico. Estas repercuten en las diferentes valoraciones que se hacen de las personas de acuerdo con las posibilidades que tienen de beneficiarse de los recursos según las posiciones que ocupan en los centros de poder o en las periferias, ya sea en los espacios privados o en los públicos. Es necesario ampliar el análisis y tener en cuenta al conjunto de mujeres y hombres para que la prensa juegue el papel que le corresponde en la construcción de un humanismo plural.

5 PALABRAS FINALES

Las investigaciones realizadas nos han demostrado que es necesario modificar el enfoque que se hace de la realidad social y las pautas mediante las cuales se seleccionan y tratan las informaciones. La crítica al discurso androcéntrico permite advertir que el problema no está tan sólo en el enfoque preferente a una parte de la población, sino en las valoraciones de las acciones que se hacen de esta minoría, en que su comportamiento se valora como un modelo superior, y este modelo implica un sistema de valores que naturaliza las formas de dominio expansivo de unos colectivos humanos sobre otros.

En este tratamiento de la información es importante tener en cuenta el papel de los profesionales del periodismo. La investigación nos hizo pensar que la clase periodística se adaptó a la nueva situación, practicando la autocensura: la contundencia de los datos analizados muestra que el enfoque que se hace de las informaciones no puede ser causada, tan sólo, por un censor exterior.

Evaluar la mayor o menor sensibilidad de los distintos tipos de publicaciones para dar cuenta de la transformación de las relaciones entre mujeres y hombres de distintas edades y condiciones sociales, y para presentar estos cambios de forma más

atractiva o dramática, ha de permitir elaborar unas pautas para la lectura crítica de la prensa adecuadas a la diversidad de representaciones que ofrece.

Además, esta evaluación ha de permitir definir nuevas pautas para la producción de mensajes que fomenten una visión positiva y atractiva de las ventajas de una sociedad con relaciones equitativas y en la que impere la igualdad de oportunidades. Pautas que se basarán en los procedimientos que utilizan los distintos periódicos para representar la realidad y que se orientarán a proponer enfoques y tratamientos de la realidad más plurales y equitativos y más acordes con una sociedad democrática.

ANEXO

PRINCIPALES VARIABLES CONTENIDAS EN BASE DE DATOS
PARA ANÁLISIS HEMEROGRÁFICO DIACRÓNICO

FICHA 2: Datos generales de la publicación y del ejemplar

1	Nombre de la publicación	
FECHA DE PUBLICACIÓN DEL EJEMPLAR		
2	Fecha de publicación. Nombre, día de la semana	
3	Fecha de publicación. Número, día	
4	Fecha de publicación. Mes	
5	Fecha de publicación. Año	
DIMENSIONES DEL EJEMPLAR		
6	Cantidad de páginas del ejemplar	Se incluyen portada y contraportada
7	Medida base página (mm)	
8	Medida altura página (mm)	
9	Superficie página (mm ²)	Resultado automático de la multiplicación de la base por la altura de la página
10	Superficie ejemplar (mm ²)	Resultado automático de la multiplicación de la superficie de la página por la cantidad de páginas

FICHA 3: Datos sobre la representación que hace el ejemplar
de la realidad social en cada Unidad Comunicativa (UC)

SITUACIÓN Y REALCE DE LA UC		
11	N.º de página donde se ubica la UC	
12	Cantidad de páginas en que aparece la UC	Se utiliza en los casos en que la UC ocupa más de una página
CARACTERÍSTICAS DE LA UNIDAD COMUNICATIVA (UC)		
13	Número de identificación de la UC	Numeración correlativa
14	Tipo de la UC	Indica si se trata de una unidad administrativa, publicitaria o redaccional
15	Ubicación de la UC	Indica si se encuentra en el cuerpo del ejemplar o en suplementos habituales
16	Sección en la que se publica la UC	Indica la sección del periódico
17	¿Constituye una macrounidad comunicativa?	Indica si la UC forma parte de una macrounidad comunicativa. Por ésta se entiende el conjunto de UCs que aparecen bajo un epígrafe genérico
18	Título de la UC	Se copia textualmente como aparece en la UC. En el caso de UCs publicitarias se describe en líneas generales lo que ahí se muestra
19	Autoría de la UC	Indica QUIÉN elabora la UC (persona, agencia, redacción, etc.)
20	Lugar de la autoría	Indica DESDE DÓNDE se elabora la UC
21	Sexo de la autoría	Indica el sexo del autor de la UC. En el caso de las UCs publicitarias se registra como «No pertinente»
22	Lengua de la UC	Indica la lengua en que está escrita la UC
TAMAÑO DE LA UNIDAD COMUNICATIVA		
23	Superficie del titular de la UC (mm ²)	Indica la superficie total del titular de la UC (títulos y subtítulos)
24	Superficie del texto de la UC (mm ²)	Indica la superficie total del texto de una UC
25	Superficie de la imagen de la UC (mm ²)	Indica la superficie total de las imágenes de una UC
26	Superficie total de la UC (mm ²)	Resultado automático de la suma de las superficies del titular, el texto y la imagen de la UC

IMÁGENES		
27	<i>Existencia de imágenes en la UC</i>	Indica la existencia o no de imágenes en la UC
28	<i>Cantidad de imágenes en la UC</i>	Indica el número de imágenes en la UC
29	<i>Tipo de imágenes incluidas en la UC</i>	Indica el tipo de imágenes que se incluyen en una UC: fotografías, dibujo, caricatura, etc.
30	<i>Protagonista de la imagen incluida en la UC</i>	Indica quién es el protagonista principal de la imagen
31	<i>Texto pie de imagen incluida en la UC</i>	Se copia textualmente tal como aparece en la UC
32	<i>Distribución texto e imagen en la UC</i>	Sólo para las UCs publicitarias, indica cómo se distribuye el texto y la imagen
PROTAGONISTAS A LOS QUE ENFOCA LA MIRADA INFORMATIVA		
33	<i>Cantidad de protagonistas en el texto de la UC</i>	
34	<i>Designación del protagonista de la UC</i>	Se copia textualmente el nombre de la persona, institución, empresa comercial...
35	<i>Identificación del protagonista de la UC</i>	Indica la identificación del protagonista de la UC (humano identificado, no humano...)
36	<i>Fuente citada del protagonista de la UC</i>	Indica la fuente primaria explícita que aparece en la UC
37	<i>Relación entre protagonista y fuente citada</i>	Indica la relación entre el protagonista y la fuente primaria (afinidad, antagónica, etc.)
38	<i>Relaciones entre los protagonistas</i>	Indica el número y relaciones que se dan entre los protagonistas
INDICACIONES QUE APARECEN EN LA UC SOBRE LOS PROTAGONISTAS		
39	<i>Edad del protagonista</i>	Indica la edad explícita del protagonista
40	<i>Sexo del protagonista</i>	Indicación explícita sobre el sexo del protagonista
41	<i>Origen geográfico del protagonista</i>	Indicación explícita sobre el origen geográfico del protagonista
42	<i>Etnia o color de piel del protagonista</i>	Indicación explícita sobre la etnia o el color de piel del protagonista
43	<i>Religión del protagonista</i>	Indicación explícita sobre la religión del protagonista
44	<i>Nivel de vida del protagonista</i>	Indicación explícita sobre los medios y el nivel de vida del protagonista

45	<i>Profesión o rol social del protagonista</i>	Indicación explícita sobre la profesión o rol social del protagonista
46	<i>Referencia institucional del protagonista</i>	Indicación explícita sobre la pertenencia institucional del protagonista
47	<i>Posición jerárquica institucional del protagonista</i>	Indicación explícita sobre la posición jerárquica institucional del protagonista
INDICACIONES SOBRE LAS ACTUACIONES QUE REALIZAN LOS PROTAGONISTAS		
48	<i>Acciones del protagonista</i>	Indica qué hace el protagonista, con qué actividades humanas se relaciona lo que hace o de qué acción es sujeto paciente
49	<i>Repercusión de las acciones del protagonista</i>	Indica la repercusión principal de la acción del protagonista y que normalmente son los complementos directos, indirectos o circunstanciales
50	<i>Lugar geográfico donde se produce la acción</i>	Indicación explícita del lugar geográfico donde se produce la acción
51	<i>Escenario donde se produce la acción</i>	Indicación explícita sobre el escenario donde se produce la acción

PROPUESTAS PARA AVANZAR EN LA
INVESTIGACIÓN DE LA HISTORIA
DE LA COMUNICACIÓN

Antonio Checa Godoy
Universidad de Sevilla

Muchas son las preguntas previas que podríamos formularnos a la hora de configurar unas propuestas para avanzar, es decir, para seguir y mejorar en la tarea de construir la historia de la Comunicación. ¿Qué vale, qué se ha hecho mal, qué mantiene vigencia de lo que hasta ahora se ha hecho? ¿Qué sería preciso hacer, qué resulta más urgente? ¿En qué sentido avanzar? ¿Es la misma o es similar la situación en los distintos medios? ¿Hay fuentes suficientes para investigar? ¿Qué cambia la sociedad de la información, la de los recursos electrónicos, a quienes han enfocado su actividad investigadora al análisis del pasado, aunque sea un pasado tan reciente como el de la Comunicación?...

Para responder en lo posible a esas y tantas otras cuestiones plantearemos este trabajo en cuatro capítulos. El primero, sobre la situación de las fuentes y las posibilidades de su ampliación y mejora. El segundo, en torno al lugar y el rango actual de la historia de la comunicación en el seno de los estudios históricos. El tercero, el análisis de algunas carencias y vicios adquiridos en la construcción reciente de la historia de la comunicación y, finalmente, un capítulo de conclusiones y propuestas concretas.

I LAS FUENTES Y SU MEJORA

En las dos últimas décadas el investigador en historia de la Comunicación ha visto como aumentaba sensiblemente la disponibilidad de fuentes para su trabajo, aunque el incremento se ha producido de forma harto desigual, en función tanto de los medios a estudiar como –en el caso español, fácilmente trasladable a otros países– de las comunidades o territorios. Entre aquéllos, los medios, los más beneficiados han sido desde luego los investigadores en prensa, fotografía y en cine; éstos han visto como la mayoría de las flamantes comunidades autónomas, por seguir con el ejemplo español, han creado filmotecas y como, en general, la conservación de películas, cortos o documentales ha mejorado notoriamente, además de generalizarse procesos de restauración y conservación¹. Todo ello sin olvidar como la multiplicación de los canales de televisión, y de los contenidos cinematográficos en ellos, y el fácil acceso a otras posibilidades de grabación y conservación – VHS, DVD, incluso Internet– han facilitado notoriamente la consulta y visionado de películas, sin necesidad en muchos casos de acudir a filmotecas.

Los investigadores de prensa, mucho mejor situados tradicionalmente, han visto también cómo se doblaba el número de hemerotecas, hoy más de 70 en toda España², cómo mejoraban las técnicas de reproducción y la calidad de la conservación y en general cómo ayuntamientos, diputaciones, organismos autóno-

1. Bajo la denominación de filmoteca se incluyen realidades muy distintas, en número además creciente. Contabilizan filmoteca propiamente dicha, con tareas muy heterogéneas –conservación y restauración, publicaciones, proyecciones...– la mayoría de las comunidades autónomas: Andalucía, Aragón, Cantabria, Canarias, Castilla y León, Cataluña, Euskadi, Extremadura, Galicia, Murcia, Valencia..., además de la estatal madrileña, pero existen filmotecas provinciales, como la de Albacete, o incluso locales, como Vilanova i la Geltrú (Cataluña) o Adeje (Canarias), y no faltan las de instituciones, como la Filmoteca de Caja España. Estas se orientan en especial a la exhibición, pero suelen ofrecer también publicaciones.

2. Para una evaluación de las hemerotecas españolas, véase nuestra comunicación: Checa Godoy, Antonio (2004), «Nuevas fuentes para la Historia de la Comunicación. Hemerotecas, bibliotecas y catálogos en red», en *Actas del VII Congreso de la Asociación de Historiadores de la Comunicación*, Universitat Pompeu Fabra, Barcelona (CD).

mos, fundaciones... se deciden a conservar periódicos y revistas. Son irreparables ya las elevadas pérdidas de colecciones que registra, por poner el caso más grave, la prensa española del XIX, aunque de vez en cuando alguna donación o alguna localización de nuevos fondos incrementa los recursos disponibles, pero sirve de consuelo que se está conservando aceptablemente toda la prensa que aparece desde la transición, aunque en menor grado aquélla –escolar, ecologista, de pequeños partidos o minorías– que no tiene acceso a quioscos o circuitos de distribución. Aparece desde luego el problema de la falta de espacio para muchas pequeñas bibliotecas-hemerotecas, ante el crecimiento vertiginoso de las colecciones en papel, pero es un problema comparativamente menor. Y aparece, como realidad incipiente y esperanzadora, la posibilidad de la hemeroteca en red, que va a facilitar de manera extraordinaria el trabajo del investigador en prensa.

En paralelo a la generalización de las hemerotecas –ya no hay provincia española o gran ciudad que no la tenga, muchas ofrecen distintas posibilidades, con hemerotecas especializadas– surgen las fototecas, que recuperan y conservan fondos antiguos, datan y clasifican muchas obras anónimas y, en algunos casos, captan fondos modernos. También la red de redes aporta recursos y en conjunto hoy la investigación sobre historia de la fotografía, que tradicionalmente ha tenido que acudir a colecciones privadas raramente accesibles y que ha trabajado con múltiples condicionantes, ve multiplicadas sus posibilidades. Sin olvidar el propio cambio de mentalidad, que hace más asequible, con excepciones, aquella consulta de fondos privados. Queda mucho por hacer en el camino de la recuperación de las fuentes de la fotografía, pero también aquí el avance es esperanzador y el fruto visible las muchas historias locales de la fotografía que se están editando, que, aunque de desigual calidad, suponen en conjunto un muy notable aporte para el conocimiento de la evolución del medio y ha permitido que en las últimas décadas afloren centenares de nombres, de protagonistas, apenas conocidos y menos valorados.

No han tenido la misma suerte otros investigadores de la Comunicación, por el momento. Así aunque comienzan a surgir «museos de la publicidad», la conservación de los materiales publicitarios y propagandísticos sigue siendo muy escasa y dispersa salvo, en algunos casos, el cartel publicitario, beneficiado de su mayor prestigio artístico. Pueden verse materiales publicitarios en lugares heterogéneos, como museos de artes populares, y no faltan aportes en instalaciones de algunas veteranas empresas, pero en general la ingente producción publicitaria, tan precedera en si misma, tan frágil, se pierde continuamente, sin recipiente donde guardarse aunque poco a poco crezca el interés hacia ella como material relevante para el historiador de la Comunicación, pero también para el historiador digamos generalista.

Tampoco los investigadores en historia de la radio y de la televisión han visto surgir archivos públicos de programas de esos medios, con escasas excepciones, y han de recurrir como norma a los archivos audiovisuales privados, muy deficientes en múltiples casos y además con tendencia a concentrarse en cabeceras de cadenas –caso muy evidente en la radio. Hoy la conservación de programas de radio y televisión, vitales para el historiador, está en manos prácticamente de las propias empresas. RNE distribuye copias de toda su programación a diversas facultades de Comunicación españolas y algo similar realizan algunos entes autónomos de radiotelevisión en sus respectivas comunidades. Pero son la excepción, no la regla. Además, la conservación privada atiende –y resulta inevitable– a criterios puramente utilitaristas. Basta un problema de falta de espacio, un traslado, un cambio de propiedad, para que se pierdan o inutilicen determinados archivos.

La aparición de instituciones como los consejos audiovisuales, en algunas comunidades, abre una esperanza en ese objetivo de institucionalizar y sistematizar la conservación de programas. El Consell de l'Audiovisual de Catalunya, por ejemplo, graba diariamente los contenidos de 12 canales de televisión, estatales y autonómicos, los más relevantes, y de seis emisoras de radio –con criterios rotatorios–, y esas grabaciones se archivan, en principio por tiempo indefinido. Es, sin duda, un avance, aún así deja al

margen a la casi totalidad de las emisoras de radio y a los canales locales y comarcales de televisión. Pero en la mayoría de las comunidades no se ha conseguido algo siquiera similar.

Porque, otro aspecto que hay que considerar, el panorama es muy diferente de unas a otras comunidades autónomas españolas. Algunas, como Catalunya y Galicia, están realizando una amplia labor de catalogación y conservación de recursos, aunque mucho más orientada, como hemos visto, a los medios impresos y los dos medios, fotografía y cine, que tienen reconocida la categoría de arte. En muchas otras comunidades esa labor sistemática no se está realizando o se hace con mucha precariedad. Hay comunidades con criterios digamos centralizadores, en el sentido de que tienden a ofrecer la posibilidad de consultar hemerotecas o archivos con fondos de todo su territorio, en otras, la mayoría, domina aún la estructura meramente provincial, que en el caso de comunidades extensas, con muchas provincias, caso de Andalucía o Castilla y León, hace compleja la investigación. No faltan fórmulas mixtas, comunidades donde coexisten archivos centrales y archivos provinciales e incluso comarcales. La irrupción de la digitalización y de las hemerotecas, fototecas y fonotecas en red puede paliar en el futuro muchos de estos problemas de diseminación de fuentes al posibilitar al investigador acceder con comodidad y bajo coste a archivos ubicados fuera de su lugar de residencia. Sin duda, la formación de una buena hemeroteca y su digitalización, la creación de archivos audiovisuales, de fototecas, la colocación en Internet, todo implica un esfuerzo económico, pero no mucho más oneroso que tantos otros que en el campo de la cultura están realizando el gobierno central y las comunidades autónomas, y mucho más rentable a medio y largo plazo. Y que admite además la posibilidad de colaboración con fundaciones o empresas privadas.

Queda, pues, mucho que avanzar en materia de conservación y acceso a fondos de comunicación, sobre todo audiovisuales, y es urgente arbitrar fórmulas para que no se sigan perdiendo esos materiales. Debe hacerse además con criterios amplios. No todo es útil o necesario para el historiador, ciertamente, pero la

experiencia muestra como lo que los contemporáneos no valoran generaciones posteriores lo consideran representativo y digno por ello de interés y estudio.

2 EL RANGO DE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN

En paralelo a todo lo anterior puede afirmarse, en principio, que la Historia de la Comunicación ha ganado en presencia y en acogida dentro del común caudal de la historia en las últimas décadas, dentro y fuera de España. Es evidente que se valora más el papel y representatividad de los medios y se acude mucho más a ellos para construir cualquier tipo de historia, además se suelen incluir ya capítulos específicos dedicados a la Comunicación dentro de enciclopedias, diccionarios o historias generales.

Pero estamos aún muy lejos de que la Historia de la Comunicación tenga el rango que a nuestro juicio merece. El recurso a los medios suele limitarse a los impresos, diarios o publicaciones especializadas. Ciertamente como hemos indicado el acceso a los medios audiovisuales es mucho más difícil, pero aun con este hándicap, es evidente que hay una perspectiva reductora, se citan o se discuten editoriales, artículos, datos procedentes de reportajes o informes de investigación de los diarios, pero en ello queda todo para el historiador generalista, que, por ejemplo, muy raramente utiliza la foto –que en muchos libros de historia es un mero «encarte», unas páginas gráficas con pies livianos y algo de antología pintoresca– y mucho menos programas o informativos de radio-televisión. El cine, desde luego, es hoy caso aparte, recibe una credibilidad como arte –también la fotografía–, y apasiona la historia del cine –pioneros, escuelas, directores, géneros...–, sobre la que cada año aparecen en cualquier país europeo docenas de títulos, pero ¿cuántos historiadores de la posguerra italiana han dedicado capítulos específicos al cine neorrealista? ¿Cuántos franceses han ubicado la *nouvelle vague* en la crisis de su país en los años sesenta?

Es patente, insistimos, el aumento del interés del historiador que venimos llamando generalista por las fuentes que suponen los medios, por ese inmenso caudal que aporta la Comunicación. No se puede escribir, pongamos por caso, una historia completa de la transición española sin analizar el decisivo papel de los medios en ella y desde finales del franquismo, y no sólo la prensa, legal o clandestina, diarios, revistas y periódicos locales: cine, fotografía, radio e incluso televisión son necesarios; ya en nuestro tiempo se hace obligado el recurso a Internet. Todos los medios crecientemente complejos e influyentes devienen en fuentes relevantes y en muchos aspectos imprescindibles, aunque sean muchos los recelos en el historiador sobre su uso. El miedo, pongamos por caso, a la fotografía, fan fácil de trucar en nuestros días, puede ser comprensible; también el recelo ante un medio tan carente de *control de calidad* como es Internet. Además, es palpable la ausencia de la televisión como fuente en nuestros historiadores, aunque probablemente los inmediatos historiadores que quieran reflejar con fidelidad lo que ha sido, por ejemplo, la España de los noventa, de la última década del siglo xx, la de la privatización de la televisión, tendrá que recurrir en muchos momentos a ella si quiere conocer y quiere reflejar con equidad esa historia reciente y rápida evolución de la propia sociedad.

Sin duda, hay elementos importantes que van a llevar a un cambio, acaso una mutación, en los próximos años. Es evidente que hoy se publican más libros de Historia que nunca y también que entre ellos los vinculados al mundo de la Comunicación tienden a ganar número e importancia. Pero igualmente llama la atención que disminuye el número de alumnos en las facultades clásicas de Historia, mientras aumenta –y con ellos el de profesores– en las de Comunicación. En el futuro, de forma inevitable, gran parte de la historia se escribirá a través de las facultades de Comunicación y de los profesionales formados en ellas. Algo que ya se está produciendo, porque el historiador, y el profesional de la Comunicación, tiene menos recelo o menos miedo a la historia presente o reciente. Pueden y suelen hacer un buen libro sobre un político vivo, sobre un problema latente, sobre una situación

cambiante. En tiempos de historia presente, el comunicador y el historiador de la comunicación tienen sus bazas, aunque el historiador clásico tienda a veces a reducir muchas de estas obras a «grandes reportajes», no libros propiamente de historia.

Otro aspecto no menos relevante es el hasta ahora imparable ascenso de los medios como poder en la sociedad contemporánea. Si en el *xix* el artículo de un diario podía hacer caer o tambalearse un gobierno y en el *xx* se consolida como cuarto poder, capaz de obligar a dimitir al presidente del país más poderoso de la tierra, hoy, a inicios del *siglo xxi*, cabe preguntarse si para el historiador el sistema comunicativo de un país no es ya un poder a la altura y acaso en algunos aspectos por delante de los demás poderes, sumamente complejo e inestable y de cuyo estudio a fondo, de cuyas entretelas por tanto, no se puede prescindir.

Creo que los obstáculos para elevar el rango y la consideración de la historia de la Comunicación y de la historia hecha por comunicadores son aún muchos –y bien explicables, debemos reconocerlo, en razón de que no siempre la calidad y el rigor, como veremos en seguida, han sido los denominadores en los estudios publicados–, pero las actitudes están cambiando, con rapidez y en profundidad.

La historia de la Comunicación se acomoda, muy bien, por ejemplo a aquellos conocidos tres niveles, corto, medio y largo plazo, de que hablaba Fernand Braudel. Y se puede realizar la historia de un diario de larga vida, o la de una etapa relevante en existencia de ese diario, o la de una coyuntura crítica en su trayectoria. La historia de la Comunicación es hoy un generoso abanico de posibilidades para el historiador. Para todo tipo de historiadores: el interesado en la historia cultural o de las mentalidades, para el que busca la historia política, para el que le gusta la historia social o económica y desde el luego para el que simplemente aspira a reflejar la vida cotidiana en determinado lugar o coyuntura. La microhistoria, que en las últimas décadas han impulsado muchos historiadores italianos, es, por ejemplo, una metodología muy apta –bien aplicada– para estudios de comunicación locales,

un diario o un periódico comarcal con muchos años de vida es, sin duda, la columna vertebral de su comunidad y su estudio puede serlo a un tiempo de esa comarca o ciudad.

Crece internacionalmente el número de historiadores de la Comunicación, gana enteros la calidad media de sus trabajos, gana en relieve la propia Comunicación, resulta inevitable, en definitiva, que cada día sean estudios más necesarios, ambiciosos y valorados.

3 CARENCIAS Y VICIOS ADQUIRIDOS

Podía pensarse, así las cosas, que el panorama, aun con sus carencias o problemas, es halagüeño para el investigador en Historia de la Comunicación. Hay que ratificar que lo recorrido en relativamente pocos años es mucho, pero insistir en que lo que queda es, posiblemente, más. Y, en parte, por carencias o fallos internos, que cumple reconocer y superar.

En principio, el investigador en historia de la Comunicación lo hace sobre una parcela, un medio, raramente sobre el conjunto de la Comunicación, lo cual puede ser explicable por la complejidad que en nuestro tiempo presenta el intentar abordar todo el caudal de la Comunicación, pero resulta empobrecedor que el investigador de prensa, por ejemplo, carezca por lo general de una visión de la publicidad que esa misma prensa inserta, o que ignore el paralelo papel de la radio y silencio o minusvalore el papel de la fotografía en sus páginas, o que el historiador del cine relegue en sus estudios los aspectos relacionados con la televisión. Escasea la visión global de la Comunicación, que aparece tímidamente en algunos estudios, normalmente colectivos, pero está ausente en la mayoría, incluidos los más ambiciosos.

La intensidad que ha alcanzado en nuestros días el estudio de la Comunicación, y en especial de su historia, favorecida por la continua ampliación del número de facultades, hace más exigible un mayor rigor en muchos estudios. Ya no vale todo. Si nos centramos, por ejemplo, en la más cultivada, la historia de la prensa, podemos ver como siguen resultando útiles por su aporte

de datos fiables, por ejemplo sobre títulos de los que no se han conservado ejemplares, algunos estudios del XIX, como el conocido Catálogo de periódicos madrileños de Hartzzenbusch o como la historia del periodismo sevillano de Manuel Chaves Rey, obras hechas con rigor en su tiempo –las dos, significativamente, han merecido una reimpresión reciente–, y algunos otros catálogos, pero la mayoría de lo que se publicó con anterioridad a nuestra guerra civil es por lo general escasamente útil.

Cabe afirmar que la historia de la prensa ha superado ya una fase de catalogación, de saber qué periódicos se han publicado y dónde, la fase del erudito local o del documentalista, obligada, sin duda, y necesita entrar decididamente en las de estudios más ambiciosos, que relacionen unos títulos con otros y con todas las circunstancias externas –políticas, económicas, jurídicas, sociales, culturales–, que influyen en los medios, que dominen los recursos de la historiografía más actual, sin negarle por ello especificidad a la historia de la Comunicación, que tenga en cuenta a los protagonistas de la comunicación, a los periodistas, a los comunicadores. Historiadores que no renuncien a realizar investigación directa, que permita detectar muchos errores comúnmente aceptados o transmitidos de manera acrítica.

Situación acaso más grave, en ese contexto, es la que presentan radio y televisión, medios a los que el acercamiento de los verdaderos historiadores es muy reciente y donde desde los primeros tiempos tiende a dominar una historia superficial, acomodaticia, que prescinde de archivos y datos contrastados y se articula en torno a una serie de declaraciones de protagonistas vivos –pero sin el rigor que impone la historia oral bien concebida– y abundantes anécdotas, vicio del que han participado desde profesionales que edulcoran la memoria a sociólogos devenidos en cómodos historiadores del presente. Poco a poco, sin embargo, van apareciendo nuevas obras más sistemáticas, más documentadas, que, no sin dificultades, van restableciendo verdades y derribando esas falsedades transmitidas, tantos tópicos. No digamos el

problema planteado en el campo de la historia de la publicidad, tanto o más proclive a quedarse en la anécdota simpática pero irrelevante.

La relación, lógicamente estrecha, entre medios y facultades e historiadores de la Comunicación lleva al contacto de dos formas muy distintas de trabajo. La urgencia del periodismo no es el ritmo del historiador, del investigador en Comunicación. Pero no debe verse como exclusivamente negativa una influencia de las formas de trabajo en los medios sobre los investigadores. El buen profesional de la Comunicación utiliza fuentes múltiples, contactos heterogéneos, consigue acceso a documentos, en una palabra: investiga, y esa forma de trabajo puede ser útil para el historiador de la Comunicación. El profesional debe valorar, por su parte, que solo el conocimiento de la historia de la Comunicación permite explicar el complejo presente de esa Comunicación. No se puede comprender la televisión actual y la lucha por las audiencias sin conocer todo el proceso de privatización del medio y las dependencias publicitarias.

En paralelo, es importante asimismo que el historiador de la Comunicación no vea a ésta como un mundo al margen del resto. La Comunicación influye en la evolución histórica, pero a su vez es decisivamente influida por el avatar histórico general. Siendo tan poderosa la televisión, el sistema televisivo de cualquier país europeo es hoy fruto, antes que de cualquier otro aspecto, del sistema de autorizaciones gubernativas, de las alianzas facilitadas o dificultadas por el poder político, de decisiones y presiones de ese mismo poder. Por ende, el historiador de la Comunicación no puede ignorar ni prescindir de los avances y los requisitos de la historiografía moderna, ésta es hoy lo suficientemente heterogénea y rica para que el historiador de la Comunicación pueda encontrar acomodo, de acuerdo con sus ideas y preferencias, en algunas de las escuelas o tendencias desplegadas ante él.

Por otro lado, aunque pueda parecer una cuestión recurrente, se hace imprescindible un mayor contacto entre los propios investigadores de la Comunicación en general y de la historia de la comunicación en particular, cuyo número tanto crece para

contrastar experiencias y técnicas. Es un campo, no obstante, en el que el avance reciente parece muy positivo y la cultura digital en que hemos entrado o el alto número de revistas especializadas, entre otros factores, lo favorece.

4 CONCLUSIONES Y PROPUESTAS

Para concluir este sucinto repaso, señalaríamos como tareas o recomendaciones para los investigadores en historia de la Comunicación, a modo de decálogo para avanzar, las siguientes, casi todas complementarias entre sí:

- 1. Prestar mucha más atención a las relaciones e influencias entre los distintos medios, hoy muy relegadas en los estudios sobre Comunicación.
- 2. Ejercer una presión firme e inteligente sobre las autoridades para el fomento de la mejora, ampliación y diversificación de las fuentes públicas para la investigación en Historia de la Comunicación, muy especialmente para la formación de archivos audiovisuales.
- 3. Fomentar la utilización de los medios audiovisuales, fotografía incluida, como fuente tanto para muchos tipos de estudios históricos, como para el adecuado estudio de la historia de la Comunicación.
- 4. Impulsar un mayor conocimiento –y utilización– de las nuevas corrientes historiográficas. Trabajar en la línea de acercar esas corrientes a la Historia de la Comunicación y de divulgar su idoneidad.
- 5. Saber utilizar, pero de manera limitada y controlada, las técnicas de trabajo de los profesionales de la Comunicación.
- 6. Intensificar los contactos entre investigadores en historia de la comunicación, para contrastar experiencias pero, sobre todo, para establecer metodologías.

- 7. En paralelo, fomentar las relaciones entre historiadores de la Comunicación e historiadores generales, para un mejor conocimiento mutuo, establecimiento de líneas de colaboración y discusión asimismo de aspectos historiográficos.
- 8. Desplegar una mayor capacidad autocrítica sobre la calidad y el rigor de los trabajos en historia de la Comunicación, que ya han superado –o debido superar– la etapa amateurista, bienintencionada pero insuficiente.
- 9. Desarrollar una atención permanente a los cambios y novedades, hoy continuos y rápidos, en el mundo de la Comunicación, que obligan también a una permanente alerta en el historiador, muchos ofrecen posibilidades nuevas, no exentas de riesgos, como se ha visto en Internet.
- 10. Y última consideración, pero no por ello menor: la defensa de la historia de la Comunicación como elemento básico para el conocimiento y la valoración adecuada del presente no solo del sistema comunicativo, sino de la sociedad misma.

A VERTEBRACIÓN DUN DISCURSO
COGNOSCITIVO DOS MEDIA
E DA CULTURA: DA TRIANGULACIÓN
METODOLÓXICA AO POLÍGONO
MULTIFUNCIONAL

Rosa Aneiros Díaz
Consello da Cultura Galega

A investigación en comunicación e cultura é unha das claves do futuro. Non debería sorprendernos. Estudar dende o punto de vista interdisciplinar e multiobxectivo as causas e consecuencias, os procesos e os efectos da cultura e do consumo de medios nesta chamada sociedade da información, resulta fundamental para entender o estado actual e facer prospeccións futuras. Así, a investigación de mercado funciona ante calquera produto, independentemente da súa natureza. Dende o ámbito público e privado todas as empresas queren saber os efectos dos seus produtos, como chegar mellor aos seus consumidores, como vender a súa mercadoría, sexa ideolóxica ou material. A Escola de Frankfurt alertounos da hexemonía dos medios, dos perigos da reproducibilidade técnica, da submisión do individuo fronte á orde establecida polos medios, do deterioro cultural, da ideoloxía escravizadora, da diversión como causa da frustración da masa... Pola súa banda, os funcionalistas –que estudaron os efectos dos medios como contribución á maximización do impacto propagandístico e publicístico– acusaríanos de temor *fantasmal* ante a ubicuidade e poderío potencial dos medios¹. O certo é que

1. «Moitos temen, en primeiro lugar, a súa ubicuidade e poderío potencial. Xa dixemos que este é algo así como un medo indiscriminado a un fantasmón abstracto, medo que deriva da inseguridade na posición social e en valores feblemente sostidos.

o control e manexo, segundo os intereses dos diversos promotores, da resposta da audiencia vén sendo unha teima constante na historia do home como animal social e, por tanto, con natureza comunicativa. Uns teóricos decantáronse pola alerta de cara a esta influencia «nociva» dos medios e outros turraron por indagar nos propios efectos para saber como amplificalos numericamente e como valoralos cualitativamente. Entre apocalípticos e integrados seguimos avanzando, con pasos ás veces inestables por mor de non basearnos nas teorías primixenias e quedarnos coas segundas ou terceiras interpretacións que o paso dos anos e das correntes foi deixando no estudo das teorías da comunicación. Con todo, o posmodernismo deixounos unha aprendizaxe clara anunciando a conmoción que leva á perda das referencias e ao escepticismo cara ás grandes narrativas do progreso humano, a incoherencia, a perda de significado e a falta de unidade que conducen a un carácter fragmentado e heteroxéneo da realidade. A desaparición das diferenzas entre a alta cultura e a cultura de masas; o gusto do degradado, o *kitsch*, a publicidade, a cultura comercial son outras das marcas do posmodernismo que enarbora a bandeira do *pastiche* como forma típica da cultura actual. Fronte a esta nova realidade, a investigación debe optar pola interdisciplinabilidade e o enfoque múltiple para entender os froitos –e tamén alicerces– do capitalismo serodio que substitúe as tradicionais marcas de identidade colectiva por comunidades de afecto vinculadas polo consumo de determinados produtos.

A propaganda parece ameazante» dinos Lazarsfeld. E advírtenos dos que alertan sobre as cifras formidables de consumo mediático: «Trátase simplemente de cifras sobre aprovisionamento e consumo, non de cifras que rexistren o efecto dos medios masivos de comunicación. Atinxen unicamente ao que a xente fai, non ao impacto social e psicolóxico dos medios masivos de comunicación. Saber cantas horas mantén alguén a radio acesa non dá ningún indicio sobre o efecto que nel se exerce o que escoita. O coñecemento de datos sobre consumo no campo dos medios masivos de comunicación está aínda moi lonxe dunha demostración do seu efecto neto sobre a conduta, a actitude e os puntos de vista». Era o tempo da Mass Communication Research. (Lazarsfeld, Paul F. e Merton, Robert K.: *Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada*).

DIVERSAS CONCEPCIÓNS DA CULTURA

A investigación en historia da comunicación e da cultura é, baixo a epiderme dunha intención comunicativa máis ou menos inocente, a investigación da loita de diversos intereses por dominar a vontade e a acción dos outros. Fronte á perversión coa que adoito se etiqueta a vontade de control informativo de grupos económicos e políticos (particularmente a partir do século xx) encontramos as estratexias comunicativas de líderes políticos, ideolóxicos e sociais destinadas a convencer a masa da bondade das súas propostas dende que o home é home. Dende que existimos empregamos a ferramenta da palabra para disuadir, para convencer, para invocar, para condicionar a opinión pública. Así como utilizamos a palabra para orar, para pregar o favor da Divindade, empregamos o Verbo –aquele divino que se fixo Home– para convencer e convivir. Tamén para dominar o medio.

Non podemos esquecer que o termo cultura, no seu sentido xeral, se refire «ás crenzas, valores ou outros marcos de referencia a través dos cales aprendemos a darlle sentido ás nosas experiencias diarias». Ademais, as definicións de cultura normalmente inclúen as diversas maneiras a través das cales a xente se comunica ou articula un sentido de si mesmo e das situacións. Para as ciencias sociais, o concepto de cultura é comunmente precisado en varias definicións particulares que expresen o que se entende por cultura dende as necesidades e elaboracións de disciplinas específicas. Raymond Williams clasifícaa como a acepción sociolóxica, antropolóxica e estética –chamada humanista por G. N. Fischer– e psicanalítica². Dende esta óptica, para a Antropoloxía, a cultura é o substantivo común «que indica unha forma particular de vida, de xente, dun período, ou dun grupo humano»; para a Estética é un nome que describe «traballos e práctica de actividades intelectuais e especificamente artísticas como en cultura musical, literatura, pintura e escultura, teatro e cine»; para a psicanálise e segundo Freud, «a cultura humana (...) comprende, por unha parte, todo saber e o poder adquirido polos homes para dominar as forzas da natureza; e por

2. G. N. Fischer: *Campos de intervención en psicoloxía social*, Narcea, 1992, p. 16 e ss.

outra, todas as organizacións necesarias para fixar as relacións entre eles»; e, finalmente, para a socioloxía é o «progreso intelectual e social do home en xeral, das colectividades, da humanidade». Non nos debería estrañar a multiplicidade de definicións. En 1952 Kroeber e Cluckhoholm revisaron todas as definicións que se escribiran ata o seu momento (só en inglés) e detectaron nada menos que 160 definicións³ do termo cultura. Independentemente da acepción en que inscribamos o noso discurso, a cultura como vontade de entender e influír no noso contorno queda fóra de toda dúbida. Cabería pensar tamén se actualmente podemos substituír o termo cultura por consumo sen ningún tipo de matización.

Sería imposible actualmente entender a cultura sen atender ao papel dos media. Os medios modernos xogaron un papel significativo e indiscutible na divulgación e formación da cultura. Segundo Edgar Morin «a cultura de masas é un conxunto de símbolos, mitos e representacións que fan referencia tanto á vida práctica como á imaxinación, trátase dun sistema de proxeccións e identificacións específicas». Estas proxeccións e identificacións específicas amplificadas polos medios de comunicación conforman a nosa propia concepción de nós mesmos. Repite Víctor F. Freixanes que quen nomea o mundo, domínalo. A palabra, a maneira que cada pobo ten de nomear e, con ela, dominar o seu contorno sérvenos para viaxar ao longo das intencións comunicativas e explicativas do home de cada momento. É a maxia da comunicación, da retórica, do poder que xa os antigos entenderon como máis forte que as propias armas. Con todo, non podemos esquecer que, en palabras de Beynon, «na cultura posmoderna poden coexistir, no mesmo espazo, mundos incompatibles» ou, segundo Baudrillard, asistimos á aparición de simulacros e da hiperrealidade como substitución da propia realidade. Xorde a dúbida entón de se analizamos fenómenos existentes ou a metáfora icónica de si mesmos. Como a proxección dun canón de vídeo sen fonte de alimentación.

3. Kroeber e Cluckhoholm: «Cultura: una revisión crítica de conceptos y definiciones» en *Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology*, vol. 47, n.º 1, 1952, p. 283 e ss.

OS MEDIOS COMO CONSTRUTORES DA REALIDADE
SOCIAL

Que ocorre cos medios? Dende unha perspectiva actual, se os medios de comunicación son espello, construtores ou intérpretes da realidade social (Gomis, Lorenzo: 1991) é un debate que vén de vello na historia da comunicación. Luckman e Berger afirman que a realidade se constrúe socialmente e parten da idea de que se trata dun concepto fundamentalmente dual: ten unha existencia autónoma, inaprensible e, á vez, existe a través dun proceso cognitivo (Luckman e Berger: 1984:10). Se a realidade se constrúe colectivamente, é incuestionable que os medios de comunicación social xogan un papel importante neste proceso. As noticias non son, pois, un espello, tal e como xa indicou Tuchman (1983:10), xa que esnaquizan, xerarquizan e recompoñen a realidade segundo uns denominados criterios xornalísticos que, se ben queren guiarse polo interese social, acaban converténdose en guieiros da demanda da opinión pública. Así, o enmarcamento interpretativo («framing») da realidade que fornecen os medios é o resultado dun proceso de interpretación, escollo e xerarquización que condiciona a percepción da audiencia. A acción social está orientada polos medios ao significaren eses marcos interpretativos unhas pautas persistentes de cognición, de dotación de senso e de interpretación. Para Van Dijk non existe ningunha dúbida do rol de diagnóstico, avaliación e descrición asumido polos marcos, aínda que sexa de xeito sutil e implícito. Vasilachis (1997) reivindica o rol activo dos medios de comunicación na realidade que eles mesmos axudan a construír e insiste en que desempeñan un papel prioritario no que denominou representacións sociais entendidas como

construcciones simbólicas individuales y/o colectivas a las que los sujetos apelan o las que crean para interpretar el mundo, para reflexionar sobre su propia situación y la de los demás, y para determinar el alcance y la posibilidad de su acción histórica. Dentro de esas representaciones encontramos estructuras y procesos cognitivos, tales como, entre otros, patrones y modelos interpretativos, categorías, esquemas conceptuales, definiciones, jerarquizaciones, estereotipos,

nociones de primer y segundo grado –desde la perspectiva de la doble hermenéutica– que median entre los actores sociales y la realidad y que se les ofrecen como recurso: a) para poder interpretarla, conjuntamente con su experiencia, b) para referirse a ella discursivamente, y c) para orientar el sentido de su acción social.

Esta definición que a autora argentina ofreceu para o papel dos medios podería ser válida, polo menos parcialmente, para o termo cultura.

Se nos baseamos na cultura dende o punto de vista antropolóxico como comprensión do mundo e nos medios como construtores da realidade social, cal é a relación que establecemos entre ambos os conceptos? A resposta é evidente: existe unha gran simbiose mutua (segundo coa metáfora, habería quen mesmo arriscaría a cualificalo de parasitismo). As relacións establecidas entre os dous ámbitos conflúen e diverxen para dar aos cidadáns unha perspectiva global do mundo en que habitan. Mesmo cando falamos de contracultura, todas as expresións artísticas diríxense cara á comunicación, sexa por provocación, por reflexión, por rebelión, por adulación. Buscan dicir algo a alguén. Incluso a ausencia de certas expresións culturais nos medios de comunicación amosa unha maneira de comprender e criticar a realidade actual. Por poñer un exemplo: as manifestacións culturais centradas na parodia do mercado publicitario –emerxentes no posmodernismo– evidencian que o poder dos medios de comunicación pode ser sacudido ou adorado, nunca ignorado.

Sen comprender o papel dos medios non seríamos capaces de entender a cultura. Sen saber da práctica inexistencia de medios escritos en lingua galega resultaría difícil explicar algunhas carencias e lagoas actuais. A cultura sofre os envites e loas dos media nunha relación ambigua, de mutua dependencia para a construción do discurso da propia identidade. Os intereses encontrados, no plano ideolóxico e económico, tecen unha complexa rede de interferencias e froitos que debemos abordar con coñecemento de causa. Por iso, e cada vez máis, a globalización apre(he)ndida aquí xa como *glocalización*, nun termo que agradecemos ao profesor Xosé López, preséntanos retos que nos deben abrir a ollada

dos fenómenos do presente, pero tamén do pasado e do futuro. Se actualmente, e dada a intrincada malla económica que soporta o discurso mediático e cultural –talvez máis do que nos gustaría mesmo recoñecer–, resulta prioritario atender que ou quen se atopa atrás das palabras, antes non o era menos.

NOVOS RETOS INVESTIGADORES

Como afrontar os novos retos investigadores que presentan as novas formas comunicativas e culturais? Cales son as propostas? A resposta é tan ampla, interdisciplinar, plurimetodolóxica, cambiante e complexa como o propio momento axitado en que vivimos. Non obstante, podemos atopala na propia investigación da historia da comunicación. Acabamos de volver ao inicio da cuestión. A interdisciplinariedade e triangulación metodolóxica confirmanse como os grandes fitos actuais para a investigación en historia da comunicación e da cultura pero tamén para a investigación da comunicación e da cultura actuais. Así se vén poñendo de manifesto nos últimos encontros de expertos que anuncian a necesidade de combinar técnicas e teorías para chegar a un maior coñecemento da historia dos medios de comunicación. As perspectivas histórica, profesional, lingüística, económica e social deben articularse para obter unha visión holística dos fenómenos comunicativos. Ao igual que a pluralidade de olladas nas teorías e nas metodoloxías é determinante a pluralidade nos ámbitos de estudo. A posta en relación dos fenómenos locais con fenómenos producidos noutros espazos permite explicar dunha maneira global todos os chanzos que asentan o avance na historia da comunicación.

Pero, a que nos referimos coa triangulación metodolóxica? En que termos establecemos a interdisciplinariedade? O concepto de triangulación ten o seu raizame noutros ámbitos de coñecemento diferentes ao da investigación social, como a topografía ou a navegación. En todos estes ámbitos, o termo de triangulación adquire o mesmo significado: a utilización de múltiples puntos de referencia para lograr a posición exacta dun obxecto no espazo. Deste xeito, logramos unha maior precisión que a acadada

mediante a aplicación dun único punto de referencia. Nas ciencias sociais o termo triangulación adquire un significado similar: triangulación implica a aplicación de distintas metodoloxías na análise dunha mesma realidade social. Denzin⁴ indícanos en 1975 catro tipos básicos de triangulación posibles:

- 1. Triangulación de datos. Este tipo é o máis habitual na práctica da investigación social. Consiste na utilización de varias e variadas fontes de información sobre un mesmo obxecto de coñecemento, co propósito de contrastar a información recabada.
- 2. Triangulación de investigadores. É o que actualmente coñecemos como equipos interdisciplinarios, é dicir, conformados por investigadores procedentes de distintas áreas do coñecemento ou especialistas en diferentes metodoloxías que observan un mesmo obxecto de estudo dende diferentes puntos de vista, en función da disciplina á que pertencen.
- 3. Triangulación teórica. En opinión do propio Denzin, este é o máis difícil de lograr xa que implica abarcar o maior número de perspectivas de análise posible, é dicir, considerar todas as hipóteses que poidan extraerse dun mesmo problema.
- 4. Triangulación metodolóxica. Representa a última forma xenérica de triangulación e pode ser intramétodo ou entre métodos. Consideramos unha triangulación intramétodo cando o investigador escolle un único método de investigación pero aplica distintas técnicas de recollida e análise de datos. O obxectivo reside en comprobar a validez e fiabilidade da información que primeiramente se obtivera. A triangulación intermétodo é a máis satisfactoria de todas xa que combina diferentes métodos –por exemplo cuantitativos e cualitativos– para a mesma unidade de análise. É unha sorte de validación cruzada porque elimina as posibles eivas de cada método.

4. En Ruiz Olabuénaga, J. I. (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*. Bilbao, Universidad de Deusto, pp. 109-117.

Como investigadores deberíamos atrevernos coa triangulación múltiple, afrontar a ruptura dos tres vértices da figura xeométrica e compoñermos un poliedro multifuncional adaptable segundo o obxecto de investigación que abordemos. A realidade só se pode entender a través dun prisma plural xa que, como acontece cos caleidoscopios, a realidade constituída cos mesmos obxectos pode mudar segundo o enfoque en que se olle. Namentres a triangulación metodolóxica está cada vez máis asentada (a ruptura da dicotomía cuantitativo-cualitativo obrígonos a sacar a mellor partida de cada unha das opcións e mesturalas), a triangulación de datos considérase inescusable e a triangulación teórica asúmese como máis complexa pero determinante; a triangulación de investigadores debe asumirse dun xeito efectivo e inmediato. Os equipos de investigadores interdisciplinares, non só nos créditos senón (tamén) no labor do día a día, enriquecen o discurso ata o punto de facelos imprescindibles para entender a totalidade dos fenómenos. A comunicación e a cultura nótrense, enténdense, explícanse e defínense non só por si mesmos, senón (tamén) en relación á sociedade que os crea, os nutre, os entende, os explica e os define. Mesmo podemos afirmar que unha investigación sobre comunicación ou cultura en que se manteñan compartimentos estancos está abocada ao fracaso. Os límites entre ambas as disciplinas diluíronse nidiamente na cultura de masas. Antes os termos parecían divididos, pero a clave do seu estudo actual reside tamén na interrelación mutua. Entender os axentes, os intereses económicos, os soportes empregados, a educación ou o nivel cultural dunha sociedade resulta imprescindible para entender os discursos creados. Onte e mais hoxe.

A INVESTIGACIÓN EN HISTORIA DA COMUNICACIÓN

Investigar a historia da comunicación e da cultura implica investigar tamén aquelas persoas que loitaron por defenderen as súas respectivas causas. Entender os seus obxectivos é entender tamén a evolución das mensaxes. Saber das súas necesidades políticas, ideolóxicas e empresariais posibilita avanzarmos no

discurso. Non é válido, pois, un estudo histórico cinguido aos medios de comunicación con análises de contido, senón que é preciso a contextualización histórica e política. Unha contextualización cultural. Así mesmo, non poderíamos avanzar no coñecemento da historia da cultura sen atender e entender o papel que desempeñaron os medios de comunicación. No caso galego, a obra *Historia da educación e da cultura en Galicia* de Antón Costa Rico salienta o que podemos entender como unha xustificación metodolóxica e teórica:

Procedimos, así, a realizar unha elaboración intelectual, de carácter científico, mediante a que procuramos construír narrativamente unha visión global do pasado (unha unidade de sentido) relativa á historia educativa e cultural de Galicia, isto é, unha concreción do coñecemento histórico, a través do que se describen e explican feitos históricos (acontecementos, que acotamos), situándoos nunha trama interrelacionada de fenómenos e procesos sociais máis complexos, na que interveñen antecedentes e causas diversas e que teñen consecuencias dinámicas que poden mobilizar o cambio social. (...)

Procuramos construír un texto a través do que podamos observar a interrelación histórica entre mentalidades (se ben é un concepto difuso), ideoloxías, discursos (posicións intelectuais concretas) e prácticas no campo educativo e cultural. Un texto que toma en consideración a historia política (para favorecer a síntese), con acontecementos e con actores múltiples, uns sociolóxicos e colectivos e outros individuais, dando así lugar á historia biográfica e á micro-historia⁵.

A historia da comunicación que nos resta por abordar en Galicia podería ben asumir este prólogo, situando os medios como elemento fundamental na configuración desa visión global do pasado. A interrelación de procesos e fenómenos sociais complexos para ollar o pasado debe ser a mesma ferramenta empregada para analizar o presente e sermos capaces de elaborar proxeccións futuras. A investigación do xornalismo, construtor ou espello da realidade, non se debe realizar de costas a esta rea-

5. Costa Rico, Antón: *Historia da educación e da cultura en Galicia*, Vigo, Xerais, 2004, pp. 28-29.

lidade. A súa dinámica, procesos e fenómenos, debe ser analizada dende a lingüística á socioloxía, da psicoloxía á economía, da política á educación. Sen todas as olladas, a explicación será sempre reducionista e obrigadamente equívoca. A vontade de comunicar, de influír, de incidir áchase atrás de calquera discurso xornalístico; a cuestión reside en saber quen di que, en que canle, a quen e con que efecto. Velaquí a sociedade, a empresa ou promotores, os emisores, as mensaxes, os destinatarios, os soportes, as razóns ideolóxicas ou económicas... Os referentes de Laswell de 1948 non quedan tan vellos como ás veces pensamos. O paso cara ao futuro consiste, talvez, en que cada pregunta debe ser respondida por un equipo interdisciplinar que multiplique o perspectivismo tanto de ámbitos de estudo como da posta en relación con fenómenos semellantes producidos noutros espazos xeográficos. O contrario é o reduccionismo. O contrario é a cegueira. A globalización debe entrar na investigación da comunicación como posta en común de fenómenos locais para chegar a unha explicación global, nunca como negación das realidades existentes por pequenas que sexan. É a *glocalización*, que debe vir da man de estudosos de distintas disciplinas e espazos para sermos capaces de explicar de onde vimos e, tamén, cara a onde pretendemos dirixirnos.

PAPÉS D'EMPRESA CONDENADA. A ESCRITA EN
GALEGO ENTRE 1797 E 1846

De acordo con isto –con este desexo de avanzarmos cara á configuración dunha historia da comunicación en Galicia e directamente relacionado co coñecemento cultural– a Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega puxo, no ano 2003 e a partir da constitución da Comisión Técnica de Prensa Histórica, as bases para unha nova investigación centrada no estudo das orixes do xornalismo en lingua galega dende a interdisciplinariedade. A propia configuración da comisión explicaba os piares en que se asentaría esta visión plural. O ámbito comunicativo (Víctor Fernández Freixanes e Xosé María Palmeiro), lingüístico (Rosario Álvarez, Henrique Monteagudo e Ernesto González Seoane) e his-

tórico (Ramón Villares e Xosé Ramón Barreiro Fernández) baixo a coordinación de Xosé López García conxugaríanse para dar unha explicación poliédrica das manifestacións textuais de inicios do século XIX. Entendíase que unha dimensión global do fenómeno sería de máis proveito que unha visión reduccionista dende calquera dos ámbitos citados. Cómpre indicar que a súa localización dos exemplares –en Galicia carecemos aínda dunha hemeroteca central e o proceso de dixitalización do Centro Superior Bibliográfico de Galicia non está acabado– é froito dun arduo proceso que nos levou por fundacións, fondos particulares, museos, academias e bibliotecas públicas e privadas do país. Esta é unha das grandes eivas que atrasan e dificultan enormemente o traballo dos investigadores de prensa histórica, xa que o acceso e o estado de moitos fondos é aínda precario. A dixitalización e libre acceso ás hemerotecas virtuais parece a mellor solución a un excesivo «localismo» das institucións que impide a centralización física dos fondos. Sen dúbida, o fácil acceso ás fontes motivará a investigadores –non só galegos senón do mundo– a centrar os seus estudos en historia da comunicación, en Galicia aínda desgraciadamente escasos.

Logo desta pequena inflexión, debemos indicar que o establecemento das datas do estudo que lles presentamos veu marcado polos propios textos (1797, primeiro poema en galego de Pardo de Andrade publicado no *Diario de Madrid* titulado «Máis garrida que a rosa no seu leito») ou pola súa significación histórica (1846, alzamento progresista de Solís e fusilamentos de Carral), pero marcada tamén polo cambio comunicativo (podemos situar en 1841 con *El idólatra de Galicia* (Santiago), *El iris de Galicia* –logo *El iris del bello sexo* e *Revista de Galicia*–, *El Noticiero* (A Coruña) o nacemento dun novo período na historia da nosa prensa).

A prensa, que se estreara en Galicia co discurso doutrinal de *El Catón Compostelano* (1800) e pasara xa polas arengas contestatarias da Guerra da Independencia, aséntase nas primeiras décadas do século XIX con mensaxes de opinión onde tiña máis cabida o discurso ideolóxico panfletario que o ámbito noticioso, cinguido a apuntamentos de carácter bélico e político. Aquí

aparecen os primeiros textos en galego na prensa periódica marcando xa a tendencia do que vai ser o desenvolvemento posterior da nosa lingua nos xornais. Por un lado, aparecen os textos de carácter literario, con pequenas mostras poéticas e, polo outro, frases, versos, artigos comunicados, diálogos e mesmo poemas marcados polo carácter político e, as máis das veces, satírico. A importancia destes documentos resulta crucial, xa que se trata dos primeiros textos escritos en que a lingua galega é empregada con certa frecuencia como vehículo de comunicación con clara intención de chegar e condicionar ideoloxicamente a un público na súa práctica totalidade analfabeto e galegofalante. Non só falamos de xornais en estrito sentido (*El Sensato, Gazeta Marcial y Política de Santiago, El Heráclito español y Demócrito Gallego, El fiscal de los jueces ou a Estafeta de Santiago*), senón tamén de poemas, de panfletos e todo tipo de impresos que circulaban de man en man para seren lidos en voz alta ante público numeroso en rúas e prazas.

A propia existencia da prensa neste período tan conflitivo historicamente non podería entenderse sen unha achega que enmarcase cada fenómeno político, cada expresión lingüística e cada cabeceira no seu contexto determinado. Por esta razón resulta tan importante no asentamento dos piares do proxecto o diálogo fluído entre técnicas e investigadores que permitan patentar unha visión holística do fenómeno. Tampouco esta visión local sería comprendida na súa totalidade se non atendésemos aos fenómenos comunicativos que, coetaneamente, tiñan lugar no resto de Europa. Por iso convidouse a participar no proxecto a investigadores doutros espazos xeográficos para que a súa lectura permitise contextualizar os fenómenos aquí rexistrados. En definitiva, só desta maneira entendemos que se pode explicar a comunicación: dende a conformación dun polígono con tantos lados como cada fenómeno comunicativo o precise (canto a técnicas e ámbitos de estudo) e dende a apertura de miras que permita observar os obxectos de estudo como un caleidoscopio con tantas perspectivas como sexa posible. Unha ollada simple só pode empobrecernos.

BIBLIOGRAFÍA

- Austin Millán, Tomás R.: «Para comprender el concepto de cultura», revista *Unap Educación y Desarrollo*, ano 1, n.º 1, marzo 2000, Universidade Arturo Prat (Chile). <http://members.lycos.co.uk/tomaustin/ant/cultura.htm>.
- Costa Rico, Antón: *Historia da educación e da cultura en Galicia*, Vigo, Xerais, 2004.
- Fischer, G. N.: *Campos de intervención en psicoloxía social*, Madrid, Narcea, 1992.
- Gomis, Lorenzo (1991): *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*, Barcelona, Paidós Comunicación.
- López, Xosé (2000): *A prensa do terceiro milenio*, Santiago, Edicións Lea.
- López, Xosé (coord.) (2003): «A información cultural en Galicia»: Informe anual da Sección de Comunicación do Consello da Cultura Galega. Inédito
- Luckman, Th. e Berger, P. (1984): *La construcción social de la realidad*, Bos Aires, Amorrortu.
- Kroeber e Cluckhoholm: «Cultura: una revisión crítica de conceptos y definiciones» en *Papers of the Peabody Museum of American Archeology and Ethnology*, vol. 47, n.º 1, 1952, p. 283.
- Lazarsfeld, Paul F. e Merton, Robert K.: «Comunicación de masas, gusto popular y acción social organizada», en Musaro, Heriberto (comp.): *La comunicación de masas*, Bos Aires, Centro Editor de América Latina, 1977.
- Ruiz Olabuénaga, J. I. (1999): *Metodología de la investigación cualitativa*, Bilbao, Universidad de Deusto.
- Wolf, Mauro: *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Barcelona, Paidós Comunicación, 1994.

Tuchman, Gaye (1983): *La producción de la noticia*, Barcelona Gustavo Gili.

Van Dijk, Teun (1990): *La noticia como discurso*, Barcelona, Paidós Comunicación.

Vasilachis, Irene: *Discurso político y prensa escrita. Un análisis sociológico, jurídico y lingüístico*, Barcelona, Gedisa editorial.

EL PAPEL DE LA MEMORIA COMUNICATIVA.
FORTALEZA Y DEBILIDADES

Josep Maria Figueres i Artigues
Universitat Autònoma de Barcelona

Antes de nada, agradezco al Consello da Cultura Galega y, muy concretamente, al coordinador y amigo doctor Xosé López García la invitación y hospitalidad para hablar de un tema de enorme interés y por hacerlo compartiendo mesa con las otras culturas del estado en una modélica posición de respeto e igualdad.

Los historiadores de la comunicación trabajamos para el conocimiento del pasado, la memoria comunicativa, nuestro eje de investigación vital y a menudo publicamos balances bibliográficos generales. El más reciente nuestro fue en la revista *Tripodos* (URL) en su número inaugural y por ello en vez de una retahila de títulos, fáciles de consultar al estar, como veremos, en internet, me limito a la petición de fijar nuestra atención en nuestra personal experiencia.

Considero que la dimensión del conocimiento histórico es fundamental no solamente para el simple conocimiento académico, uno de los saberes de la colectividad, sino para el mantenimiento, reforzamiento o recreación de la identidad. Me pide la coordinadora Rosa Aneiros que fije mi intervención en función de mi experiencia y trabajos anteriores, atendiendo el objetivo de compartir experiencias investigadores. Ahí va, pues, obediente soy, la mía, en el sentido solicitado.

Empezando por el principio. Mi primer trabajo en forma de libro fue una monografía sobre *La Renaixença*, un periódico que nació el 1881, hijo de una revista homónima de diez años antes. Era 1981 una simple coincidencia que me obligó a dedicar

varios meses a ver este vetusto periódico de hojas sábana y en los que una sola página podría equivaler a todo el contenido de una revista ligera de texto o de un diario gratuito.

Era el fruto de un dramaturgo, el insigne Angel Guimerà, y un periodista, Pere Aldavert, que todavía espera una gran monografía individual a pesar del excelente trabajo de Carola Duran sobre la editorial del citado nombre. La primera consideración es que no sabemos lo que ha habido por falta de censos, monografías de títulos y repertorios de conjunto. El trabajo hecho en estos veinticinco años es extraordinario, es inmenso. Basta ver los estados de la cuestión que ha publicado *Anàlisi*, de mi Departamento, o las otras facultades, como los Estudios de Periodismo de la UPF, que organiza la sesión anual «Aula de història del periodisme *Diari de Barcelona*», en los que se ofrece periódicamente la recopilación sistemática de las novedades bibliográficas y que, quizás, suplen al cerrado, inexplicablemente, modélico CEDIC –Centre d'Investigació de la Comunicació– que tantas recopilaciones de bibliografía ha publicado, que podemos muy bien obviar este apartado por la rigurosa labor que ha efectuado en sus años de vida.

La primera consideración, pues, es que gracias al simple conocimiento de unos títulos sabemos que ha habido diarios culturales o diarios en catalán, y lo mismo podríamos decir de la prensa obrera, femenina, liberal, espiritista o lo que sea. Sin la existencia de los antecedentes el reto deviene insuperable. Conociendo el pasado el ideal puede tocarse. Conocer que han existido cien diarios en lengua catalana de los quinientos en total no puede ser que sea conocido solamente por especialistas. O saber que ha habido momentos en los que se han publicado más diarios en lengua catalana que en lengua castellana, unos 30 a 20 aproximadamente, el dato está en internet también, en la citada revista *Anàlisi*, el número de 1997, en el trabajo dedicado a la prensa catalana durante la guerra civil. ¿A quién le interesa que no se sepa qué obreros dirigieron y editaron diarios de información general o qué catalanistas culturales hicieron lo mismo? A los primeros quizás les podía motivar un simple boletín de sociedad de socorros mutuos o a los segun-

dos una revista de versos juegofloralescos y trasnochados pero que un periódico proletario hable de la revolución mundial en tiempos de pensamiento único o que se publicaron diarios catalanistas que luchaban por unas Españas diferentes no deja de ser una opción social o política, ideológica alejada de la dimensión del centralismo o del totalitarismo.

Conocer, conocer, es factor esencial. Después de la necesidad de implicarse en el conocimiento de lo que existe hay que cubrir lagunas. ¿Sabemos que aparece un diario en francés, editado por la Generalitat de Catalunya, en París durante el momento álgido del pasado conflicto bélico o que la prensa en lengua francesa en el Principado se acerca al centenar de títulos? Del conocimiento en estos no se desprenden opciones específicas sino simples posibilidades de conocimiento. Los matices que enriquecen las versiones y nos alejan de tantos y tantos tópicos que ultrarepetidos alcanzan entidad propia.

La necesidad de elaborar censos e inventarios no va más allá de ser una preocupación personal, que mis colegas catalanes conocen y soportan estoicamente por la paciencia con la que escuchan mis periódicas peticiones sea en la Sociedad Catalana de Comunicació en su revista *Treballs de Comunicació*, también volcada en internet, y en otras tribunas episódicas. Hay que predicar con el ejemplo y simultáneamente a la reivindicación hemos trabajado en los años ochenta el primer diario en lengua catalana, *Diari Català*, que fue mi tesis doctoral a principios de los noventa y publicó el Institut de Estudis Catalans y en la que sin el archivo disecciona lo que realizó este periódico: de editar a Darwin en catalán a tener más de cien corresponsales por las tierras catalanas y otros, como Texeira Bastos en Lisboa, alcanzando notable éxito bajo la batuta de Valentí Almirall.

Posteriormente me ocupé de *La Veu de Catalunya*, encargo del Archivo Histórico de la ciudad de Barcelona y espero que las casi dos mil páginas puedan aparecer próximamente. Ahora ando metido en los hombres de la publicación republicana *La Humanitat* y en tiempos de guerra, Lluís Capdevila, Lluís Companys y del Comissariat de Propaganda, de los que analizo textos. Del pri-

mero en sus crónicas del frente, del segundo de sus discursos de guerra y del tercero de la actividad frenética que realizó. Alguno de estos trabajos seguramente verá la luz en la colección que dirijo de periodismo «Memoria del segle xx» en Cossetània, editorial local, pero que se distribuye por todo el país, y en la que reunimos desde las crónicas periodísticas de los bombardeos franquistas en la ciudad de Tarragona gracias al director del diario local hasta los artículos del erudito Carles Rahola que motivaron, alguna excusa había que dar para destruir lo diferente a lo rancio español, su ejemplar e insólito fusilamiento por los que deshonraron las virtudes castrenses con la felonía de la mentira pública: «No teman los que no tengan las manos manchadas de sangre». Un archivero gerundense, Lluís Costa, explicó esta historia así como la del diario expropiado, prohibido, *L'Autonomista*, con su maquinaria incautada al servicio de la nueva legalidad con un diario nuevo adecuado a los nuevos tiempos.

La bibliografía es, pues, fundamental. Disponemos de notables monografías de las que incluso de un solo título la labor realizada es monumental. Tenemos artículos que explican la bibliografía de una sola cabecera. Así, del *Brusi* recopilamos más de trescientas referencias en un acopio bibliográfico, mientras que el profesor Jaume Guillamet escribió un espléndido ensayo sobre los libros dedicados al *Brusi*. Pero ni de *La Vanguardia* o de *La Publicitat*, ni de *El Diluvio* o de *Treball* disponemos todavía de monografías que los describan y analicen. Vaso medio lleno o vacío, pero lleno cuando hace treinta años había solamente pequeñas incursiones.

Sin los censos apenas podremos balbucear sobre lo que fue la sociedad de un momento determinado. Gracias al repertorio de prensa carlista, o de la Barcelona en la guerra, o al reciente de prensa del exilio o de la prensa clandestina, o al de la trosquista o de la comunista si nos fijamos en la prensa política, alcanzamos a vislumbrar la relativa importancia que podrían tener en un contexto determinado estas publicaciones. El desconocimiento abre la puerta a la substitución, al tópic, a la manipulación, con lo cual aparece la dimensión de qué verdad establecer. Siempre que

paseo por el centro histórico de Perpinyà, la capital del Rosellón, en el sur de Francia, cerca de la antigua Lonja, contemplo con pesar el macdonals que se instaló con la anuencia de las autoridades galas en su interior ocupando todo el noble espacio gótico.

¿Alguien se imagina cual sería la reacción de las autoridades valencianas de instalar una freiduría en su lonja, o de la barcelonesa de autorizar un puesto de papas fritas en su homónima? Solamente el conocimiento abre la puerta al respeto. Las autoridades francesas desean que se olvide una etapa histórica, la de la Perpinyà catalana, ya se sabe que los ancestros galos eran también en el África subsahariana, y digo el chiste desde la admiración porque cada año peregrino a la biblioteca Mitterant para beber la metodología de Pierre Albert y tantos y tantos maestros. Pero el desconocimiento de la población permite que las autoridades realcen su política de substitución. La memoria del pasado sirve para construir un presente. Y los medios, como los monumentos, los documentos, convencionales o los orales, los egodocumentos... son una parte de esta memoria.

Después del conocimiento de los productos periodísticos es fundamental conocer quienes los produjeron. Por esta razón realicé una biografía del fundador y director del primer periódico catalanista citado en la perspectiva de poder ubicar, contextualizar y describir con fundamentos. Los diccionarios colectivos van viendo la luz y artistas, escritores, obreros, etc. van siendo sacados del olvido, pero todavía no poseemos en Cataluña un censo, un diccionario de los periodistas. Tenemos los catalanes del exilio o del mundo religioso, pero no este sector. No cabe duda que gracias a este conocimiento podríamos ver el pasado desde una dimensión más profunda.

Un apartado que toma especial relevancia es la investigación sobre episodios concretos del pasado: puede ser el encarcelamiento o consejo de guerra de 1902 a Prat de la Riba por la publicación de un artículo peligroso a la integridad del Estado o puede ser la edición del diario de cárcel de 1922-1923 del director propietario de un semanario político, Manuel Carrasco i Formiguera, por insertar dibujos ofensivos a la imagen militar en

momentos de derrotas sucesivas ante simples paisanos como sucedía en el Rif alzado. Uno de los aspectos más sugestivos ha sido la recuperación de la memoria de los periodistas republicanos, fue el encargo del Centre d'Investigació de la Comunicació, de conservar pensamiento, recuerdos y voz de treinta periodistas, así se hizo y doce fueron volcados en un libro editado en la colección bibliográfica del Colegio de Periodistas, serie dedicada a la proyección de la historia del periodismo.

No cabe duda que revistas teóricas como las de las facultades de periodismo –*Tripodos, Anàlisi...*– o de sociedades académicas –*Treballs de Comunicació*– o colegiadas como la desaparecida *Annals del Periodisme Català* o el notable, muy notable empuje, editorial que va recopilando biografías, memorias, monografías, etc. se convierte en una contribución fundamental, pero es necesario configurar un orden de prioridades y nunca en Cataluña ha habido tantos historiadores, tantas facultades, tantos organismos de conservación, pero nunca hemos corrido el peligro de la fragilidad y la desaparición en tiempos de normalidad política y social. Por esta razón publicamos un artículo en la *Revista de Catalunya* sobre *L'Hora de Catalunya*, era un diario clandestino, si, diario, con la colaboración de los aliados en la segunda guerra mundial, pero que aparecía de modo regular. Disponemos de una monografía sobre *The Times* y la segunda guerra mundial, pero no tenemos ninguna colección de más allá de media docena de ejemplares de un diario del que sabemos tuvo más de un año de vida, ¿o fueron dos? ¿No se podría ir a los fondos del Foreign Office y microfilmarnos y ofrecerlos a la colectividad? Y lo mismo para la prensa local o especializada, o la clandestina o del exilio, del que se conservan patrimonios personales, pero la operación rescate que los cineastas han realizado con ejemplar perseverancia se requiere todavía para el papel. Sin hablar del mundo digital de los diarios de internet o de la prensa autoeditada o de los boletines radiofónicos o televisivos que no se conservan más allá, sólo estos últimos, de los seis meses. Al menos el papel lo puede conservar el benemérito autor o impresor o colaborador, ¿pero el soporte invisible donde está?

Hemos avanzado con pasos de gigante, pero todavía andamos descalzos pese a que queremos observar los matices de los cerros de Úbeda de la lejanía y no podemos hacer florecer lo que nuestros enormes pies hollan y marginan. Esperemos que tantos organismos nuevos y tantas asociaciones de protección de memoria contribuyan a mejorar la preservación de la memoria documental, el auténtico tesoro de un pueblo: su memoria escrita.

ACERCA DE LA PRENSA Y OTROS MEDIOS
COMO FUENTE PARA EL ESTUDIO
HISTÓRICO DE LOS CONCEPTOS
ESTRUCTURALES DEL MUNDO
DE LA COMUNICACIÓN

Javier Fernández Sebastián
Universidad del País Vasco

Siguiendo la amable invitación de los organizadores de estas jornadas, quisiera centrar mi intervención en esta mesa redonda en algunos puntos que, a mi modo de ver, pudieran servir para mejorar nuestro estudio de los medios de comunicación en el pasado y, sobre todo, para abordarlos desde un punto de vista más *histórico*. Me refiero en concreto a las grandes posibilidades que nos ofrece la prensa escrita (pienso sobre todo en los siglos XVIII y XIX, la época que mejor conozco, ya que mis reflexiones parten ineludiblemente de mi propia experiencia como investigador) para analizar el surgimiento y evolución histórica de los grandes conceptos de base que subyacen al mundo de la transmisión de informaciones y a la comunicación social a lo largo de los últimos siglos.

Las reflexiones que aquí planteo, con la esperanza de que puedan resultar de alguna utilidad a los investigadores gallegos en historia de la prensa y de la comunicación social, son como digo el resultado de una experiencia investigadora relativamente dilatada, enfocada sobre todo desde la perspectiva de la historia del pensamiento político, que es la disciplina académica de la que procedo y en la que me he especializado desde hace años.

En mis primeros trabajos para la preparación de la que luego sería mi tesis de doctorado –titulada *Prensa y publicística vasconavarra en la crisis del Antiguo Régimen. Los orígenes del pe-*

riodismo y el despliegue de las ideologías políticas— me aproximé a la prensa periódica en busca de un tipo de fuentes que me permitieran acceder a lo que llamé una «historia social de las ideas», esto es, al pensamiento político tal cual aparece «disuelto» en la sociedad, disperso en multitud de folletos, opúsculos, pequeñas publicaciones periódicas, alocuciones y proclamas, reuniones de clubs y sociedades patrióticas, oratoria parlamentaria e, incluso, pliegos de cordel¹. Un tipo de pensamiento que, a diferencia de las doctrinas de los autores clásicos del programa de la materia universitaria Historia de las Ideas Políticas, no se presenta de manera ordenada, estructurada y coherente, a manera de un repertorio de sistemas filosóficos cerrados, sino más bien de manera caótica, como una respuesta dilatada, múltiple y cambiante —o más bien como una larga serie de réplicas y contrarréplicas— a los desafíos y tensiones de la vida política cotidiana, y a la vez como un reflejo de las disensiones ideológicas entre los diversos agentes políticos y sociales. Como una suerte de «gran diálogo» o «permanente debate social», en suma.

Además, siempre me pareció que no debemos ver los libros y los periódicos como simples «contenedores de ideas», y desde ese punto de vista es fundamental complementar el análisis de los discursos con la historia de la comunicación social (incluyendo la historia del libro y el mundo de la edición, el proceso de profesionalización de autores y periodistas, la evolución de los modos de lectura, etc.). En este sentido, la historia intelectual que sólo atiende al mundo del «pensamiento puro», esto es, a las ideas abstractas, social y culturalmente desencarnadas, queda a mi modo de ver francamente coja: como historiador, siempre pensé que es necesario prestar mucha más atención al alcance y modalidades de la difusión de escritos e impresos, y no sólo a los contenidos «ideológicos» que se vehiculan a través de los diferentes medios².

1. Dos años después de su defensa, publiqué la segunda parte de esta tesis de doctorado bajo el título *La génesis del fuerismo. Prensa e ideas políticas en la crisis del Antiguo Régimen (País Vasco, 1750-1840)*, Madrid, Siglo XXI de España, 1991.

2. Así, desde el punto de vista de la historia política y cultural, la relevancia de un texto se mide sobre todo en términos de difusión y de influencia, mientras que desde el punto de vista de la clásica historia intelectual ese dato resulta mucho menos

Por lo demás, la carencia en esas fechas –mediados de los años ochenta– de catálogos hemerográficos adecuados relativos al País Vasco nos obligaba entonces a los que nos interesábamos por la prensa esencialmente como fuente, esto es, a quienes pretendíamos hacer más bien historia *a través de* la prensa que propiamente historia *de la prensa*, a dedicar gran parte de nuestros esfuerzos a la localización, inventariado y catalogación de muchos de esos títulos, en su mayoría casi completamente desconocidos (llegando incluso a propiciar la reedición en facsímil de algunos de aquellos periódicos que por su carácter pionero entendíamos merecían ser conocidos del público de nuestros días³). Desde entonces, por fortuna, las cosas han cambiado mucho y la historiografía vasca dispone desde hace tiempo de algunos trabajos catalográficos ejemplares, entre ellos el repertorio preparado por Adolfo Ruiz de Gauna, que incluye los datos más significativos de cada publicación y la localización de la práctica totalidad de la prensa periódica de la región⁴.

Desde el principio, pues, mi interés por la cultura periódica se orientó, sobre todo, al estudio de la opinión pública, por incipiente que esta fuese. Y es así como comencé a interesarme

significativo: ciertas obras muy poco leídas pueden ser consideradas de enorme importancia a pesar de su escasa difusión. Quentin Skinner aludía recientemente a los *Principia Mathematica* de Newton como un «ejemplo obvio» al respecto: «On Intellectual History and the History of Books», *Contributions to the History of Concepts*, 1/1 (2005), 29-36. Sobre la posibilidad de combinar análisis del discurso e historia cultural véase también, en la misma publicación, el artículo de Robert Darnton «Discourse and Diffusion», *ibidem*, 21-28.

3. «El Bascongado» (1813-1814). *Primer periódico de Bilbao*, Bilbao, Parlamento Vasco, 1989. El «*Correo de Vitoria*» (1813-1814) y los orígenes del periodismo en Alava, Vitoria, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz, 1993. En ambos casos, la edición facsimilar y el estudio introductorio corrieron a cargo del autor de estas líneas.

4. Adolfo Ruiz de Gauna, *Catálogo de publicaciones periódicas vascas de los siglos XIX y XX*, San Sebastián, Eusko Ikaskuntza-Sociedad de Estudios Vascos, 1991. Otros catálogos recientes referentes tanto a la prensa vasca como a la navarra: *Catálogo de publicaciones periódicas vascas*, Vitoria-Gasteiz, Parlamento Vasco, 1986; J. Elena Santamaría Blasco, *Catálogo de publicaciones periódicas impresas en Navarra*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 1990; Gabriel Imbuluzqueta, *Periódicos navarros del siglo XIX*, Pamplona, Gobierno de Navarra, 1993; Javier Díaz Noci, *Euskarazko aldizkari, almanaka eta egutegi en errolda (1834-1959)*, San Sebastián, Eusko Ikaskuntza-Sociedad de Estudios Vascos, 1994.

por lo que esos primeros periódicos decían acerca de sí mismos y de la actividad que desempeñaban. No tardé en descubrir que en las páginas de la prensa, incluso en sus primeras etapas, se almacenaban informaciones preciosas para el estudio del periodismo mismo, en especial acerca de la cristalización de los conceptos básicos que estructuran las prácticas comunicativas, y de las estrategias que los publicistas desplegaron para llegar mejor a los lectores y hacer sus escritos más interesantes y accesibles a públicos cada vez más amplios.

Cuando, al cabo de algunos años, me hice cargo, en colaboración con mi colega y amigo Juan Francisco Fuentes, de la redacción de un manual universitario sobre historia del periodismo en España, nuestro objetivo desde el principio no fue escribir una historia meramente informativa de los periódicos y medios de comunicación, sino que preferimos inscribir nuestro trabajo de síntesis didáctica en un marco metodológico e interpretativo más amplio, centrándonos en la interdependencia entre la historia política y cultural y los medios de comunicación social, que a menudo han jugado en la historia de nuestro país un papel fundamental (incluso, en ocasiones, decisivo). De ahí el subtítulo que pusimos a nuestra obra: *Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*⁵.

Conviene tener en cuenta que conceptos tan básicos para nuestro quehacer investigador como lo son *periodismo*, *publicidad*, *opinión pública*, *escritor*, *público*, *información* o *comunicación* obviamente no han existido siempre. Por el contrario, han tenido una gestación histórica en circunstancias concretas que es importante conocer y analizar⁶. Rastrear sus orígenes y entender bien el contexto en el que estos conceptos nacieron y se fueron poco a

5. *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*, Madrid, Editorial Síntesis, 1997. Aunque ambos autores nos responsabilizamos de la obra en su integridad, Juan Francisco Fuentes se hizo cargo de la redacción de los capítulos relativos al siglo xx, asumiendo yo mismo la redacción de los capítulos correspondientes a los siglos xviii y xix.

6. Por no hablar de otro tipo de nociones «internas» más concretas, a las que se refería María Cruz Seoane en su intervención en este mismo foro, específicas en este caso del «tecnolecto» correspondiente al periodismo impreso, como son *artículo*, *columna*, *editorial*, *folletín*, etc.

poco moldeando de una u otra manera es una necesidad para todo aquel que quiera contribuir a la recuperación de «la memoria comunicativa» (esto es, hacer el inventario de los medios y de su uso) y, sobre todo, para quien pretenda escribir una historia que intente ser verdaderamente *comprensiva* (i. e., próxima a la mentalidad de los agentes históricos involucrados) del periodismo y de la comunicación social en Galicia o en cualquier otro ámbito territorial.

A continuación pondré algunos ejemplos, tomados en parte de algunas obras ya publicadas⁷, que permitan al lector hacerse una idea más precisa de qué hablamos cuando decimos que es necesario rastrear en la prensa cómo se fueron conformando algunos conceptos fundamentales. Sostenemos, en efecto, que una lectura atenta de las fuentes hemerográficas permite al investigador detectar las pequeñas o grandes innovaciones semánticas que en este terreno se van produciendo con el paso de los años. En concreto, los ejemplos que siguen se refieren, sobre todo, al surgimiento del concepto de periodismo.

A este respecto, la década de los 80 del siglo XVIII resulta decisiva. Es entonces, en efecto, en esa década dorada del periodismo dieciochesco (no por casualidad la palabra *periodista* empieza entonces a generalizarse, en detrimento de voces como *gacetero*, *diarista*, *jornalista*, *papelista* o *novelista*, que poco a poco irán cayendo en desuso) cuando Carlos III regula por vez primera de manera específica (R. O. de 19-V-1785) ese novedoso «género de escritos» doblemente calificado por el P. Juan Andrés como «nueva clase de literatura» y «nuevo ramo del comercio literario y económico», que será ensalzado a menudo por su importante contribución a «los progresos de las ciencias y las artes» (*Ensayo de una biblioteca*

7. La mayoría de los ejemplos que aquí traemos a colación se han extraído de nuestras voces «Opinión pública» y «Periodismo» del *Diccionario político y social del siglo XIX español*, Javier Fernández Sebastián y Juan Francisco Fuentes, dirs., Madrid, Alianza Editorial, 2002. Pueden encontrarse muchos más ejemplos similares en Juan Francisco Fuentes y Javier Fernández Sebastián, *Historia del periodismo español. Prensa, política y opinión pública en la España contemporánea*, Madrid, Editorial Síntesis, 1997, especialmente en los apéndices documentales que siguen a cada capítulo de esta obra.

española de los mejores escritores del reinado de Carlos III, 1787, IV, 176-98, donde Juan Sempere y Guarinos efectúa un primer balance histórico del periodismo español, lo que no deja de ser un reconocimiento implícito del largo camino recorrido). Poco antes, el más prestigioso de nuestros papeles periódicos del setecientos había sometido a auto-análisis su propia actividad. Brevedad, concisión, variedad, espíritu crítico, amplia difusión gracias a su bajo coste y a las múltiples conversaciones que su lectura suscita, son algunos de los rasgos que caracterizan a unas modestas producciones intelectuales que no por efímeras encierran menor dificultad para sus autores, y cuyas miras políticas de fondo no se le ocultan al redactor: «preparar los ánimos para las reformas que [el gobierno] medita» y hacer ver al público «su acierto y la conexión que [tales medidas] tienen con su felicidad» (*El Censor*, CXXXVII, 28-XII-1786, pp. 86-96).

Para entonces, la gran mayoría de los intelectuales ilustrados –que inicialmente solían desconfiar de las obras periódicas, a las que acusaban generalmente de superficialidad– asignan a la prensa un papel esencialmente educativo e inductivo. Puente de dirección única entre el poder ilustrado y los ciudadanos, su eminente función de guías y conformadores de la opinión pública, sin embargo, se verá trastocada por la eclosión de la política en los años de la guerra de la Independencia. La irrupción de un nuevo ideal de educación política generalizada, que va más allá de la tutela por parte de las autoridades, es patente en muchos textos periodísticos del momento (como sucede con el *Semanario Patriótico*, de Quintana, cuya voluntad pedagógico-política queda bien patente desde el primer número: su tarea sistemática de explicación y popularización de los conceptos políticos y jurídicos fundamentales del pensamiento liberal resulta, a este respecto, ejemplar). El ideal educativo ilustrado se ha trasladado bruscamente desde la primavera de 1808 al terreno específico de la política. «La España necesitaba desde mucho tiempo el auxilio de estos conductores literarios», leemos en un periódico liberal gallego, «[gracias a los cuales] en medio pliego se habla de cosas que hasta hace poco no se leían sino en tomazos de a folio (...)

[de modo que por ese medio llegan a] las manos del artesano los conocimientos sabios y literarios» (*El Patriota Compostelano*, 11-VIII-1811⁸).

Poco antes, un clérigo tradicionalista había subrayado igualmente en el prospecto de un periódico de Valencia que, a diferencia de los extensos tratados sólo al alcance de los lectores doctos, el periodismo tenía algunas ventajas muy estimables: «es breve, sencillo y deleitable al oído por la variedad de sucesos, máximas y doctrina. Corre por las calles y plazas; se lee en los concursos, y en el seno de las familias. Pasa de mano en mano, se puede meditar, se repite a toda hora y se conserva cuanto se quiere» (P. Manuel Traggia, *El Vencedor Católico*, 1809).

Y si, como se ha visto, *El Censor* de Cañuelo había encajado en la segunda mitad de la década de 1780 algunas virtudes del incipiente periodismo dieciochesco, algunos decenios más tarde, durante el trienio liberal (1820-1823) encontramos en las páginas de otra publicación homónima madrileña, de matiz liberal moderado, reflexiones teóricas de cierta enjundia acerca del papel de la prensa en los nuevos tiempos (que por momentos incluye algo parecido a lo que pudiéramos llamar un esbozo de *deontología* del periodista, con el cortejo de deberes y de obligaciones supuestamente inherentes al oficio). Según *El Censor* de A. Lista (tomo XVI, núm. 93, 11-V-1822, 171), en efecto, junto a la labor pedagógica y noticiera, correspondería a los periódicos cierta forma de control sobre los gobernantes, pero además se trataba de hacerles llegar las luces emanadas de los más capaces de entre los gobernados. Se trataba, en suma, de activar al máximo la relación mutua entre las autoridades y los escritores públicos, que deben colaborar con aquéllas indirectamente por medio de sus sugerencias y de sus críticas. Y para ello se hacía necesario,

8. Compárese la actitud de los redactores de este periódico con la que apenas un decenio antes había manifestado Valle-Inclán en el discurso de apertura del primer periódico publicado en la misma ciudad de Santiago, orientada sobre todo a «reprender los errores introducidos bajo el nombre de costumbre, e instruir en todas las materias políticas y literarias» (*El Catón Compostelano* [1800], vol. I. *Facsimile* y vol. II. *Estudios*, Santiago de Compostela, Consello da Cultura Galega, 2000).

desde luego, contar en la base del sistema con un público, esto es, con un volumen de «semi-sabios», lectores de prensa periódica, lo más amplio e ilustrado posible⁹.

El trienio liberal es también el momento, sin embargo, en que un *pathos* romántico se apodera de gran parte de las publicaciones, y el impulso didáctico y racionalista característico de la Ilustración empieza a ser sustituido por un nuevo lenguaje mucho más apasionado, en el que la argumentación razonada deja paso cada vez con mayor frecuencia a la ironía y al sarcasmo (cuando no a la difamación y el escarnio). Es entonces cuando empieza a gestarse uno de los lugares comunes más reiterados sobre este tema a lo largo de la centuria: «La prensa debió ser siempre vehículo de ilustración, escuela de moralidad y de pública enseñanza; y en vez de llenar tan dignos objetos, fue sólo constante motivo

9. Como hemos argumentado con más detalle en otro lugar, la aparición de esta suerte de «clase media intelectual» constituida por un contingente más o menos amplio de «medio-doctos» o «semi-sabios», aficionados a la lectura de opúsculos y periódicos, supone una importante novedad sociocultural que se hace notar en la vida española desde mediados del siglo XVIII. Una novedad que está en la base de esa ampliación sustancial de la restringida *Respublica literaria* y subsiguiente apertura de una nueva esfera de publicidad política que empezará a ser conocida como *opinión pública*. No por casualidad, a finales del siglo XVIII observaba un alto funcionario de imprentas de la administración borbónica española que «estamos en un siglo en que abunda tanto el espíritu de novedad y no poco número de semi-sabios...» (AHN, Consejos, 5560-II, 94, cit. en Esteban Conde Naranjo, «Cultivar la opinión, una metáfora de la España ilustrada», *Giornale di Storia Costituzionale*, 6 (2003), p. 155). Sobre esta cuestión puede verse nuestro trabajo: «De la 'República de las letras' a la 'opinión pública': intelectuales y política en España (1700-1850)», en *Historia, filosofía y política en la Europa moderna y contemporánea*, León, Universidad de León y Max-Planck-Institut für Geschichte, 2004, pp. 13-40. Entre los numerosos trabajos que hemos dedicado en los últimos años al examen del concepto de opinión pública destacamos los siguientes: «The Awakening of Public Opinion in Spain. The Rise of a New Power and the Sociogenesis of a Concept», en *Opinion*, Peter-Eckhard Knabe, ed., Berlin, *Concepts and Symbols of the Eighteenth Century Europe*, Berlin, Verlag Arno Spitz, 2000, pp. 45-79; «El imperio de la opinión pública según Flórez Estrada», en *Álvaro Flórez Estrada (1766-1853). Política, Economía, Sociedad*, Joaquín Varela Suanzes-Carpegna, coord., Oviedo, Junta General del Principado de Asturias, 2004, pp. 335-398; «Sobre la construcción, apogeo y crisis del paradigma liberal de la opinión pública: ¿un concepto político euroamericano?», *Historia Contemporánea*, núm. 27 (2004), pp. 539-563; así como el volumen colectivo *L'avènement de l'opinion publique. Europe et Amérique XVIII-XIX^e siècles*, Javier Fernández Sebastián y Joëlle Chassin, eds., París, L'Harmattan, 2004.

de escándalo, tea arrojada directamente sobre la sociedad para perturbarla, abrasarla y consumirla»¹⁰. Según este reproche –mil veces repetido con ligeras variaciones por otros muchos autores (Balmes, Donoso, Mesonero, Rico y Amat, Mañé y Flaquer y *tutti quanti*)–, el espíritu de partido, la demagogia y la pasión política habrían pervertido muy pronto los fines formativos y benéficos que a comienzos de siglo se asignaba generalmente a la prensa periódica. La falta de independencia, mesura y ecuanimidad suele considerarse en parte consecuencia de la escasa preparación intelectual de quienes profesan el periodismo, pues, como escribe el joven Donoso Cortés en *El Correo Nacional*, «entre nosotros un periódico no es una empresa literaria confiada a los que estudian y saben, sino una máquina de guerra que conducen y dirigen los osados» (1838). Y es que la mayoría de los periódicos, en esas primeras décadas del XIX, son, como es sabido, órganos –o más bien núcleo– de los incipientes partidos, y estamos todavía lejos del periodismo esencialmente informativo, mucho más profesionalizado y ecuaníme, que sólo se abrirá paso en el último cuarto de la centuria.

Podríamos seguir citando algunas jugosas reflexiones de Larra sobre el periodismo como «síntoma de la vida moderna», factor decisivo del progreso intelectual, exponente de la clase media ilustrada y sobre todo como uno de los resultados de la creciente celeridad del siglo –el libro es al periódico, dice, lo que el carromato a la diligencia–, pero no se trata de seguir acumulando testimonios extraídos en gran medida de la prensa sobre la prensa misma. Lo que intentábamos con estas pinceladas era simplemente señalar el camino y mostrar que, sin duda también en la prensa gallega (y también en otros medios), es posible rastrear la gestación y evolución del concepto y valoración del *periodismo* como actividad cultural y económica, del *periódico* como medio y formato específico para la transmisión de noticias y opiniones, o, en fin, del *periodista* como profesional dedicado a ese cometido.

10. Marqués de Miraflores, *Reseña histórico-crítica de la participación de los partidos en los sucesos políticos de España en el siglo XIX*, Madrid, 1863, pp. 53-54.

El propio concepto de comunicación que da título a estas jornadas es también, por supuesto, un concepto histórico. Y tal vez no esté de más señalar que, a lo largo del siglo xx, el término comunicación ha ido ampliando considerablemente su campo semántico, pasando de designar casi exclusivamente los medios de transporte y locomoción, y los aparatos técnicos para el intercambio de mensajes (ferrocarriles, correos, telégrafos, teléfono, etc.), a los llamados medios de comunicación de masas o medios de comunicación social (prensa, radio y televisión fundamentalmente, aunque en los últimos años se ha venido a añadir el mundo de Internet, en pleno proceso de expansión). No deja de ser significativo al respecto que desde comienzos de los noventa las antiguas facultades de Periodismo o de Ciencias de la Información hayan pasado a denominarse facultades de Ciencias de la Comunicación. Una transformación en el vocabulario oficial que sin duda responde a importantes cambios conceptuales y sociales de base.

AVANCES E TROPEZOS NA HISTORIA
DA COMUNICACIÓN

Alberto Pena
Universidade de Vigo

É sempre difícil avanzar na narración da Historia. O devir histórico proxéctase sobre unha realidade sempre nova, descoñecida, desconcertante, ás veces previsible, pero case sempre sorprendente. En cambio, a narración histórica, paradoxalmente, é un oficio que require da pericia dos caranguexos, que se adaptaron a camiñar sempre cara a atrás ou en paralelo, pero sen perder de vista nunca o que teñen diante para superar mellor os obstáculos que arrastran as mareas e sortear os rochedos coa suficiente habilidade para sobrevivir ás correntes mariñas. A corrente da Historia, que é como unha marea que está sempre subindo, que só retrocede para coller impulso en cada novo avance, é, neste sentido metafórico, imparabile, insuperable. É certo que se pode facer prospectiva histórica, aínda que só para prever acontecementos a curto prazo ou para deseñar ciclos cronolóxicos sobre determinados temas, pero a verdadeira Historia en calquera dos seus ámbitos (políticos, social, económico, cultural ou da comunicación...), que se constrúe cun método preciso que paute, analice, avalíe e conclúa con exhaustividade científica, só camiña para atrás.

Xa que logo, construír a Historia cientificamente, que non facer Historia ou dar leccións de Historia, é conquistar o tempo pasado, darlle forma de acontecementos, relacionar feitos con parámetros metodolóxicos, confrontar datos con cronoloxías, abrir mundos novos ao coñecemento humanístico por medio das pegadas documentais, hemerográficas e bibliográficas que nos axuden a interpretar datos e, a través dun proceso de análise, a unir as

distintas pezas do quebracabezas que nos axuden a comprender o que pasou de *verdade*. E, curiosamente, só coñecendo o que pasou podemos chegar a adiviñar o que pode pasar.

En España a historia da comunicación é, probablemente, unha das historias especializadas máis novas dentro do eido universitario, aínda que tamén das de maior puxanza debido á rápida implantación de estruturas académicas (facultades, departamentos, institutos universitarios, etc.) que están a potenciar as disciplinas de carácter histórico nas distintas titulacións de Ciencias da Comunicación, na maioría dos casos porque o propio Ministerio de Educación favorecía a súa implantación como materias troncais. Aínda que a máis común é a historia da comunicación, nun sentido global, actualmente, podemos atoparnos con decenas de materias de carácter histórico que abranguen diferentes aspectos especializados da industria da comunicación, facendo distinción por soportes ou por tipos de actividade, como a historia da prensa, a historia do xornalismo, a historia da televisión, a historia da radio, a historia do cine, a historia da propaganda, a historia da fotografía ou a historia da comunicación audiovisual. Con todo, este estendido protagonismo académico necesita aínda o pouso suficiente para que se profesionalice este horizonte investigador, no que hai moitos docentes en formación que, por outra parte, compaxinan a docencia da historia da comunicación con outras especialidades, o que non lles permite dedicarse con maior rigor e disciplina a estudar os distintos aspectos deste ámbito da historia.

A Asociación de Historiadores da Comunicación (AHC) naceu precisamente hai máis dunha decena de anos co sentido de servir como espazo de encontro académico para todos aqueles investigadores que tiñan xa publicadas varias obras de referencia neste contexto de investigación e como plataforma de formación e de promoción para todos aqueles doutorandos que iniciaban a súa especialización histórica. Actualmente é unha asociación académica consolidada dentro do panorama universitario español con máis dun cento de socios que promoven, polo menos, un congreso cada ano e medio dedicados a debater sobre temas monográficos,

ademais de suscitar debates de carácter metodolóxico, que permiten abordar etapas históricas ou asuntos específicos co obxectivo de seguir avanzando na investigación. O último volume monográfico editado pola AHC foi *Comunicación y Guerra en la Historia* (Santiago de Compostela, Tórculo, 2004), resultado do congreso que se organizou na Facultade de Ciencias Sociais e da Comunicación da Universidade de Vigo en abril de 2003, coincidindo casualmente coa invasión de Iraq, que estivo moi presente nos debates dos investigadores. En Barcelona, na Universidade Pompeu Fabra, en novembro de 2005, tamén se celebrou outro congreso que, de xeito tamén moi oportuno, fixo un balance sobre a comunicación social na etapa democrática que sucedeu o franquismo. O próximo congreso será coordinado pola Universidade de Sevilla e tratará o tema de «República e republicanismo en España». A AHC, xa que logo, está resultando determinante para o avance da historia da comunicación en España, representando un centro de debate aberto e plural, como queda de manifesto na organización itinerante dos seus congresos en moitas universidades españolas e na abordaxe de aspectos orixinais ou clásicos dende unha revisión fundamentada.

É de xustiza mencionar tamén o traballo realizado dende o Departamento de Historia da Comunicación da Universidade Complutense de Madrid –que é o único departamento con esta designación en España– no que se formaron decenas de doutores que, na actualidade, traballan noutras universidades españolas. A el pertencen científicos de referencia, como os profesores Seco Serrano, Gil Novales, Baamonde Magro, Timoteo Álvarez e Pizarroso Quintero, que publicaron obras dunha gran repercusión académica.

Pero, sen ánimo de ser, nin moito menos, exhaustivo, é necesario facer un repaso xeral das obras publicadas en España dentro do ámbito histórico da Comunicación, máis alá das actividades da AHC. Imos tentar aproximarnos ás fortalezas e debilidades da investigación que se vén publicando nos últimos tempos. En primeiro lugar, creo que o volume de edición de libros sobre a historia da comunicación se multiplicou exponencialmente nos últimos anos, froito das necesidades bibliográficas das universida-

des e das estratexias comerciais dalgunhas editoriais que, máis que pretender recuperar a memoria histórica, pretenden dar resposta ao crecente interese do público en xeral polas cuestións relacionadas cos medios da comunicación. Neste segundo caso, estamos ante libros de carácter divulgativo, elaborados non cun sentido de oportunidade científica, senón de oportunidade comercial. No primeiro caso, encontrámonos diante dun fenómeno que non contribúe especialmente ao avance da investigación: os manuais. En segundo lugar, gran parte das publicacións da historia da comunicación son libros de texto, algúns elaborados con enorme acerto e incluso con base científica, pero a maioría son obras que recollen o que está publicado noutros manuais e, en xeral, utilizan fontes bibliográficas exclusivamente. Algunhas destas obras incluso foron traducidas a outras linguas, como a *Historia de la Prensa*, coordinada por Alejandro Pizarroso Quintero. Esta quizais representa unha das maiores debilidades que ten neste momento o ámbito de especialización que nos ocupa: hai demasiado interese compilador por dar unha visión de conxunto, cunha visión demasiado divulgativa. É innegable que as editoriais prefiren libros deste tipo, que garanten, na maioría dos casos, a venda dun número de exemplares mínimo, pero son os menos científicos. No mercado editorial español pódense encontrar máis de dúas decenas de historias da comunicación de diversos autores, pero son menos as monografías serias e rigorosas metodoloxicamente porque a súa rendibilidade comercial non está garantida.

En xeral, creo que, en calquera caso, debemos felicitar-nos polos resultados obtidos nos últimos tempos porque, pouco a pouco, se van consolidando os equipos de investigación e os ámbitos de estudo. Cada vez existen proxectos máis ambiciosos que, seguindo múltiples clasificacións, fan avanzar a historia da comunicación, especialmente cun sentido local e comarcal. En Galicia houbo un notable avance grazas ao pulo das universidades e do Consello da Cultura Galega. Dende a publicación da monumental obra de catalogación hemerográfica de Enrique Santos Gayoso (*Historia de la Prensa Gallega*, Sada, Edicións do Castro, 2 vols., o segundo editado en 1995) houbo notables avances.

PRENSA E HISTORIA: MI EXPERIENCIA

María Cruz Seoane

Universidad Carlos III de Madrid

Voy a hacer una reflexión muy general, a partir de mi experiencia personal como historiadora de la prensa, que tiene el mérito –si es que lo es– de ser larga aunque probablemente poco interesante. Pero soy un ejemplo como cualquier otro de qué cosas se pueden buscar en las hemerotecas y de las dificultades que se pueden encontrar en el intento.

Los historiadores que nos pasamos gran parte de nuestras vidas en esas hemerotecas nos dividimos básicamente en dos clases, aunque desde luego no son compartimentos estancos. Unos utilizan a la prensa como una de las fuentes para su estudio de determinadas parcelas del pasado. Otros hacen –hacemos– de ella el objeto mismo de la investigación. Unos hacen historia a través de la prensa. Otros hacemos historia de la prensa.

En mi caso he devenido en historiadora de la prensa, pero empecé por utilizar la prensa como fuente. Mi formación universitaria fue de lingüista y para mi tesis doctoral elegí como tema el vocabulario ideológico y político en la época de las Cortes de Cádiz, publicada como *El primer lenguaje constitucional español*, con el que modestamente inicié en España este tipo de estudios. Las fuentes eran los discursos de los oradores de aquellas Cortes, recogidos en el *Diario de Sesiones*, los numerosos folletos que se publicaron en aquellos agitados y apasionantes tiempos. Y la prensa, aquella primera prensa publicada bajo un régimen de libertad. De ahí nació mi interés por los periódicos y por la oratoria, fruto del cual fue mi segundo libro, *Oratoria y periodismo en la España del siglo XIX*. Luego escudriñé periódicos siguiendo la pista de algún

escritor o movimiento literario, o de algún conflicto ideológico y social. Y, en cualquier caso, reciclada ya en historiadora de la prensa, me he desviado muchas veces del objeto fundamental rastreando ese tipo de temas, con el consiguiente retraso en la publicación de los tomos de la *Historia del Periodismo en España*, en colaboración con María Dolores Saiz, obra demasiado ambiciosa, que a veces me arrepiento un poco de haber emprendido y que de momento está detenida en el tercer tomo, que abarca de 1898 a 1936.

Estos que he citado como mi inicial experiencia personal de contacto con los periódicos del pasado son casos claros en que la prensa puede servir para determinadas parcelas de la historia.

I HISTORIA DEL LENGUAJE

En una época detectar las palabras nuevas o que adquieren un nuevo sentido. La historia de las palabras es en realidad una historia de las ideas y de las mentalidades, porque a través de ellas se expresa la visión del mundo de cada época.

Sin meternos aquí a dilucidar el concepto escurridizo de «opinión pública», no cabe duda de que la prensa es la mejor fuente de que disponemos para conocerla. De hecho, la noción de opinión pública es inseparable de la prensa. Es desde que la prensa existe y goza de una relativa libertad cuando surge la idea de que existe una opinión pública, ante cuyo «tribunal» tienen que comparecer los poderes.

La prensa es fundamental también para la historia de la vida cotidiana. Los anuncios son para esto una mina. La prensa española de las primeras décadas del siglo XIX estuvo sometida a una especie de ducha escocesa, en que se pasaba de una gran libertad a un control total. Cuando se pasaba de un sistema constitucional a un sistema absolutista, lo primero que se hacía era suprimir todos los periódicos, siempre con la excepción de la *Gaceta* oficial y el *Diario de Madrid*, y otros similares en otras ciudades como el *Diario de Barcelona*. Con respecto al *Diario de Madrid* y refiriéndose a estos periodos absolutistas, decía Galdós en el

epílogo a la edición ilustrada de las dos primeras series de sus *Episodios Nacionales*: «En las épocas de régimen autoritario es difícil hallar en los papeles públicos un reflejo ni aun siquiera pálido de la vida común [...] Pero el *Diario de avisos* ha sido para mí de gran utilidad, por los infinitos datos de la vida ordinaria que atesora en sus anuncios. En esta parte del periódico más antiguo de España he hallado una mina inagotable para sacar noticias del vestir, del comer, de las pequeñas industrias, de las grandes tonterías, de los placeres y diversiones de aquella generación [...] Todo lo que en esta obra es colorido, acento de época y eco nacional procede casi exclusivamente del *Diario de avisos*».

La prensa obrera es especialmente útil para el historiador del movimiento obrero. Para la información sindical es insustituible así como para el seguimiento de las huelgas.

Para la historia de la literatura, a partir del siglo XVIII desde luego es fundamental recurrir a la prensa. No puede hacerse hoy una historia de la literatura digna de ese nombre sin ella. En periódicos y revistas se han gestado todos los movimientos literarios contemporáneos y han visto por primera vez la luz muchas obras antes de convertirse en libro. En el contexto del periódico cobran su pleno sentido. En las páginas amarillentas de los viejos periódicos podemos contemplar los primeros pasos de escritores que luego pasaron con letras grandes a la historia, presenciar los encuentros de quienes más tarde se decidió que formaban una generación o un grupo literario, como es el caso de los autores de la generación del 98 en las páginas de *El País*, *El Progreso* o *El Globo*. Nos encontramos también con escritores famosísimos de los que hoy nadie se acuerda. Personalmente a mí los temas de la literatura y la prensa y el del léxico, y concretamente el de los géneros periodísticos, es en el fondo lo que más me sigue interesando y constituye en la actualidad, volviendo a los orígenes, una de las ramas de mi investigación.

Más discutible puede parecer el valor de la prensa como fuente para la historia política. Hoy nadie se lo niega, creo, por lo menos como fuente complementaria a los archivos y a veces incluso como fuente única o la más importante. Obviamente para

la época en que existe la prensa, y especialmente para la época contemporánea. Lo que ocurre es que, como cualquier fuente y en mayor medida que otras, hay que utilizarla con sentido crítico. El que vaya a la prensa creyendo a pies juntillas que todo lo que allí se dice es verdad, sin duda meterá la pata, por decirlo con lenguaje llano. Todos sabemos, por lo que leemos a diario, que los periódicos, consciente o inconscientemente, mienten o deforman la realidad y, en cualquier caso, la manipulan, la construyen. Pero para un historiador, aun cuando las noticias que aparecen en la prensa contradigan los datos extraídos de los archivos, resulta muy interesante para comprobar los rumores que estaban interesados en difundir determinados gobiernos o grupos de presión.

Las embajadas les han concedido siempre enorme importancia. Los informes de los embajadores están llenos de análisis de los periódicos y de recortes de prensa. Tienen mucho cuidado –y los historiadores tenemos que aprender de ellos– de situar al periódico en su contexto, para valorar sus opiniones. Por ejemplo, si tal periódico o tal periodista tiene relación con tal ministro o tal personaje de la vida pública. A mí me han sido de gran utilidad los documentos conservados en los ministerios de Asuntos Exteriores francés e inglés, el Quai d’Orsay y el Foreign Office, para conocer este tipo de datos, o al menos los rumores más o menos fundados que corrían sobre ellos. Otros datos procedentes de esta fuente son indudables, por ejemplo las subvenciones que esas mismas embajadas o agentes especiales enviados al efecto entregaban a determinados periódicos o periodistas para que presentasen la causa de su nación en algún tema determinado bajo un aspecto favorable. Esto ocurre en situaciones normales. Mucho más en tiempo de guerra. El caso de la Primera Guerra Mundial es paradigmático. También la actuación del *lobby* nazi en la prensa española de la República.

2 ¿QUÉ DEBERÍAMOS SABER SOBRE UN PERIÓDICO
PARA UTILIZARLO CON PROVECHO, BIEN SEA COMO
FUENTE O COMO OBJETO DE LA HISTORIA?

Ya Quintiliano, en la antigua Roma, había entendido la comunicación en sus estudios sobre la retórica, a partir de las siguientes interrogaciones: *quis, quod, ubi, quibus, cur, quomodo* y *quando* (quién, qué, dónde, con qué medios, por qué, de qué modo y cuándo). Vienen a ser las mismas de la célebre fórmula de Lasswell: Quién- dice qué- en qué canal- a quién- y con qué efecto: emisor, contenido, medio, receptor, efecto del mensaje.

Como ya observó J. Kayser «Los datos que no resulten de la consulta de la colección [del periódico] y que son necesarios al historiador para apreciar el documento periodístico se refieren a la persona de sus dirigentes, a su tirada y a su influencia. Por completa que llegue a ser, la historia de la prensa presentará sobre estos tres puntos lagunas considerables y verosímilmente irremediables». Es decir, el análisis del contenido y del medio son tareas a veces imposibles por la inexistencia de colecciones de determinados periódicos, pero los menos problemáticos si contamos con ellas.

2.1 *El quién*

En un primer nivel, es de respuesta relativamente fácil: equipo de redactores, variaciones en el mismo, director o sucesivos directores, colaboradores, etc., son, en general, aunque no siempre, fáciles de identificar. En este aspecto existe una diferencia entre la prensa latina, donde lo habitual ha sido la firma, al menos de los colaboradores, y la prensa anglosajona, donde la tradición ha sido el anonimato, aunque el auge del columnismo ha hecho cambiar las cosas. En un nivel sociológico, es preciso plantearse la cuestión de los periodistas como clase, quienes se sienten atraídos por esta actividad en determinadas épocas y en medios determinados. Pero otro nivel de la pregunta *quién* es el análisis del control: quién es el propietario del periódico, cuáles son sus objetivos, sus conexiones políticas y financieras, etc.

Y, naturalmente, cuáles son las restricciones legales, si las hay. Existen en este aspecto dos sistemas fundamentales: el preventivo, propio de gobiernos autoritarios; su más evidente manifestación es la existencia de censura previa. El segundo sistema es el llamado represivo, sin censura, pero con sujeción a las leyes, propio del liberalismo primero y de las sociedades democráticas después. Naturalmente, es un dato básico para un historiador, si los periódicos que utiliza como fuente están bajo un sistema u otro. Pero bajo un mismo marco legal, la situación de la prensa puede variar mucho en el espacio y en el tiempo, según el rigor o la laxitud con que se apliquen las normas. Por otra parte, el Estado ha tenido históricamente otros sistemas de control indirecto: impuestos sobre el papel prensa, sobre los anuncios, sistema que inventó el Reino Unido cuando en fecha tan temprana como 1695 abolió la censura previa, instaurando por primera vez un sistema de libertad. Se trataba con ello de que esa prensa libre no llegase a las clases populares. El sistema fue copiado, con distintas variedades, por los demás países europeos a medida que fueron imponiéndose los sistemas liberales y con ellos la libertad de prensa.

2.2 *A quién*

En cuanto *a quien*, esto es, el análisis de audiencia de los medios –su público–, su cuantificación es difícil para épocas en que naturalmente no existe ningún control de la difusión, que no se establecería en España hasta 1965. Pero alguna pista sí que podemos tener. Las cifras de pago del impuesto sobre el timbre, establecido en Inglaterra para las publicaciones periódicas en 1712, y en España en 1850, es una de las fuentes más valiosas, aunque en el caso de España muy imperfecta. En cualquier caso, hasta la revolución tecnológica del siglo XIX sabemos que las tiradas no podían ser muy grandes. Tirada de todos modos no es lo mismo que difusión y difusión no es lo mismo que lectores. Sin duda, en otras épocas el número de lectores por ejemplar era muy superior al actual. Naturalmente el grado de alfabetización, muy diferente para las distintas épocas y los distintos países, es

más que un indicio, un dato básico. Aunque en las sociedades de escasa alfabetización hay que tener muy en cuenta el fenómeno de la lectura colectiva, gracias al cual muchos analfabetos pueden tener contacto con el mundo letrado.

En cuanto a la calificación del público lector, a qué sectores sociales pertenecen, su averiguación puede parecer empresa más ardua, pero el contenido del periódico nos da muchas pistas, de al menos a quién pretende dirigirse. Y desde luego, los anuncios.

2.3 Con qué

Por último, *con que* efectos actúa sobre ese público es tema predilecto de estudio, con respecto a los medios actuales, de comunicólogos, politólogos y sociólogos. De su dificultad dan idea las polémicas que despierta este tema: mientras unos conceden una enorme importancia a los medios en la conformación de las actitudes e ideas de la gente, otros la minimizan. Mucho más difícil para el historiador, que no puede hacer encuestas a los destinatarios del medio.

¿Hasta que punto la prensa –y en su momento la radio y la televisión– influye en la formación en general de la opinión pública –y en la reacción de la gente ante determinados acontecimientos? ¿Cómo ha contribuido históricamente a la formación de la conciencia nacional, o de la conciencia de clase? ¿Existe una interacción entre público y medios? Procedimientos parecidos a las Cartas al Director de nuestros días existen desde antiguo. Pero la gente que escribe cartas al director es muy especial; en mi opinión no representan al lector medio, que aplaude o se indigna ante una postura del periódico, pero no se toma la molestia de hacérselo saber. Es ya un tópico decir que los medios tienen una influencia desmedida en nuestras democracias, que estarían por ello cambiando de signo, siendo así que no les hemos votado. A ello replican que cada día les votamos en el quiosco, o en la pantalla del ordenador, o con el mando a distancia. Pero ¿los medios más difundidos son –han sido históricamente, que es lo que aquí nos

ocupa— los más influyentes? No puedo extenderme en esto, pero casos como los de los nacionalismos y el movimiento obrero me hacen dudar mucho.

A todas estas cuestiones que tenemos que plantearnos los historiadores de la prensa hay que añadir algo de *historia comparada*. En prensa, como en ciencia o tecnología, hemos inventado poco y naturalmente hay que situar a la prensa española en el contexto de los países de nuestro entorno cultural.

3 PARA TRATAR DE RESPONDER A TODAS ESAS PREGUNTAS

Después de las colecciones de los periódicos, la fuente fundamental deberían ser los archivos de las empresas periodísticas, pero son pocos los que se conservan, tanto menos cuanto más alejados en el tiempo y en el caso español también para la historia reciente. El hachazo brutal de la guerra civil se une a la general desidia española en estos temas. Algunos archivos privados, libros de memorias y recuerdos proporcionan a veces datos muy interesantes.

En definitiva, el historiador de la prensa se tropieza con las mismas dificultades que el de cualquier otra parcela del pasado: la insuficiencia de las fuentes. En mi caso, al haberme, habernos metido mi colega María Dolores Saiz y yo en la ciclópea tarea de hacer una historia del periodismo español en cuatro tomos por lo menos, a todas esas dificultades se suma la de la misma magnitud de la tarea. Cuando la iniciamos no existían los suficientes estudios parciales para elaborar una síntesis. Ahora que estamos metidas en la elaboración de una *Breve historia del periodismo español*, la situación ha cambiado. El estado de las autonomías y la proliferación de facultades de periodismo han producido muchos estudios que han venido a rellenar muchos huecos, aunque claro que todavía queda mucho por hacer. De modo que no nos podemos limitar a hacer un resumen de lo ya publicado, sino que tenemos que incorporar muchas cosas nuevas y rectificar otras muchas a la luz de las nuevas investigaciones.

Las nuevas tecnologías han venido en nuestra ayuda, como a la de cualquiera que se dedique a la investigación. A través de la red pueden consultarse muchos de estos trabajos o por lo menos tener noticia de su existencia. Algunas colecciones de periódicos históricos están digitalizados. Sin duda, dentro de unos años lo estarán muchos más. Ello nos ahorrará horas de hemeroteca. No sé si lamentarlo. Un amigo mío, Ian Gibson, suele decir que quien no se ha pasado muchas horas en la hemeroteca no ha vivido, tal es su entusiasmo.

4 LAS DIFICULTADES DE LA HISTORIA PRESENTE

Mi último libro, éste en colaboración con Susana Sueiro, ha supuesto un giro radical en mis tareas. Me tentaba, por un lado, analizar a fondo la historia de un único periódico en lugar de los vastos panoramas de toda una época y, por otro, trabajar sobre el presente. Y nos metimos en la empresa de hacer una *Historia de El País*. Las dificultades aquí han sido de otro orden. Hasta hace poco se consideraba que presente e historia eran términos antitéticos, pero de un tiempo a esta parte, unas tres décadas, al tronco de la historia le ha surgido una rama nueva: la historia del tiempo presente, o historia inmediata, o reciente, o del tiempo actual, o historia viva, como otros prefieren decir, concepto quizá discutible y contradictorio y que, en cualquier caso, presenta sus dificultades. Hemos contado con todas las fuentes: la colección completa del periódico (desgraciadamente nos llegó tarde la posibilidad de consultarla en la hemeroteca virtual, que nos hubiera ahorrado muchísimos desplazamientos y muchísimas fotocopias), las actas del Consejo de Administración, de la Junta de Fundadores y de las Juntas de accionistas, los datos de la OJD y del EGM; hemos podido hacer entrevistas a muchos de los protagonistas de la historia, etc.

Pero a cambio de esas ventajas, el historiar el presente tiene muchas desventajas. Ya lo decía Renaudot en 1631 cuando iniciaba la publicación de la *Gazette de France*: «Si el temor de desagradar a su época ha impedido a muchos autores tocar la his-

toria de su tiempo, cual será la dificultad de escribir sobre la de la semana, incluso el día en que se publica». Y cuyos protagonistas y antagonistas se encuentran todavía entre los posibles lectores. Investigar sobre el tiempo presente se parece más al periodismo que a la historia clásica. Y aunque tiene la ventaja de que, como dice un antiguo director del *New York Times* (James Reston), lo mejor es que te permite escribir de las cosas que pasan cuando a la gente le importa, tiene el inconveniente de que no le guste a nadie lo que cuentas, precisamente porque le importa demasiado. Pero, en fin, así es la vida, llena de escollos y dificultades y la de los historiadores no es una excepción.