

Historiar la comunicación: conceptos y práctica investigadora

Josep Lluís Gómez MOMPART¹

Resumen: Este artículo tiene un triple objetivo: por un lado, explicar qué es y cómo debe entenderse las diversas corrientes históricas relacionadas con la comunicación como son la historia de la comunicación, la historia de los medios de comunicación –ya sea la historia de la prensa, la radio o la televisión- y la historia de la producción discursiva de uno o varios medios, que en el plano informativo o de actualidad conocemos como historia del periodismo; por otro lado, definir en relación a esos marcos teóricos los conceptos básicos que nos permitan operacionalizar en la investigación de carácter histórico. Y, finalmente, proponer algunas vías o itinerarios para historiar la historia de la comunicación, la historia de un medio o la historia del periodismo.

Palabras clave: historia de la comunicación; discurso periodístico; configuraciones mediáticas; campo mediático; *habitus*.

História da Comunicação: conceitos e prática investigadora

Resumo: Este artigo tem um triplo objetivo: de um lado, explicar o que é e como devem ser entendidas as diversas correntes históricas relacionadas com a Comunicação, tais como a História da Comunicação, da História dos Meios de Comunicação – seja a História da Imprensa, do Rádio ou da Televisão – e a história da produção discursiva de um ou mais meios, que, no plano informativo ou de atualidades, conhecemos como História do Jornalismo. Por outro lado, a pesquisa quer definir, em relação a estes marcos teóricos, os conceitos básicos que nos permitam operacionalizar a investigação de caráter histórico. E, finalmente, intenta propor algumas vias ou itinerários

¹ Licenciado en Historia y en Periodismo, y doctor en Ciencias de la Información, es catedrático de Periodismo y Comunicación en la Universitat de València. (España). josep.ll.gomez@uv.es

para historiar a História da Comunicação, a história de um meio ou a História do Jornalismo.

Palavras-chave: História da Comunicação; Discurso Jornalístico; Configurações midiáticas; Campo Midiático; *Habitus*

Una **historia de la comunicación** debe explicar globalmente la evolución de las sociedades, partiendo de la organización de la producción comunicativa o, mejor dicho, de la producción de significados, que es más amplia.

De las principales historias generales de la comunicación,² son muy pocas las que se aproximan globalmente al hecho comunicativo de una sociedad durante un período de tiempo suficientemente amplio,³ a diferencia de lo que han hecho otras historias generales para referirse a la humanidad de un país o de un continente.

La relación que se da entre producción económica y economía es similar a la de la producción comunicativa respecto a la cultura. Por tanto, la producción económica y la producción comunicativa guardarían una relación parecida a la que mantienen, con arreglo a sus competencias, la economía y la cultura. Al respecto, puede formularse esta ecuación: si la producción económica o esfuerzo humano permite comprender la evolución de esta producción desde una perspectiva y una materia muy clara que tiene estudios excelentes, como es la historia económica, otro tanto deberemos hacer para entender qué ha pasado con la evolución de la humanidad en relación con la comunicación.

Toda actividad humana histórica está inmersa en procesos de producción de significación. Cualquier rela-

² Caben destacar las siguientes: M. Vázquez Montalbán (1980); R. Williams (ed.) (1981); J.T. Álvarez (1985 y 1987); W. Schramm (1988); A. Lorenzini (ed.) (1989-1994); D. Crowley y P. Heyer (eds.) (1991); M. Baldini (1995); E. Bordería, A. Laguna y F.A. Martínez (1996); F. Barbier y C. Bertho Lavenir (1996); I. Fang (1997), y A. Briggs y P. Burke (2002). Pero entre estas obras hay diferencias, no sólo de enfoque, sino de planteamientos teóricos, así como de su tratamiento narrativo. Por un lado, estarían aquellas obras que hacen una historia social de los medios -en tanto que soporte- en su contexto histórico (Barbier y Bertho Lavenir; Fang; Briggs y Burke) y, por otro, las que conciben los medios como “modos culturales” (Williams) o “formas tecnológicas” (Schramm; Baldini), incluso cierta combinación de ambas concepciones según la variedad de autores en el caso de alguna antología (Crowley y Heyer). Finalmente, aquellos estudios que consideran la comunicación de manera más global, bien sea a modo de historia de la cultura (Lorenzini), de historia estructural o sistémica (Álvarez) o de historia social marxiana (Vázquez Montalbán; Bordería, Laguna y Martínez).

³ *Id.* como muestra de historia aplicada, para el caso de la cultura de masas en Francia, los estudios coordinados por J.-P. Rioux y J.-F. Sirinelli (2002).

ción entre los seres humanos, cualquier contacto, es un intercambio en definitiva de elementos de significación, de dar sentido; entendemos a los otros no simplemente porque compartimos una lengua o lenguaje, sino porque somos capaces de interpretar unos códigos comunes de un patrimonio que es el resultado de una cultura determinada dentro de una civilización. En la medida que toda actividad humana histórica está inmersa en procesos de producción de significación, denominamos al conjunto de esos procesos *comunicación social*. Dicho de otro modo, entendemos por **comunicación social** el espacio de mediación entre la experiencia y la conciencia.

Desplazar la primacía: del sistema al cambio

La adopción de este enfoque para la historia de la comunicación permite, en buena medida, desplazar el centro de atención tradicional en las ciencias de la comunicación, en las que a menudo la primacía parecía estar en el sistema comunicativo, hacia la primacía del cambio, o dicho con otros términos, a la dinamicidad social. Es decir, a todo aquello que, a lo largo de la evolución humana y desde un punto de vista de lo que son procesos de comunicación o procesos de producción de significado, implican cambios cuantitativos en algunos casos y cualitativos en muchos otros; cambios que nos permiten entender -de manera global o integradora- qué ha pasado al estudiar un determinado período, y no simplemente relatarlo o describirlo. La **historia de la comunicación social** se ocupa o debería ocuparse de la organización de la producción social de comunicación en el sentido más genérico.

Hablar de la Historia de la comunicación es, por consiguiente, hablar de la configuración histórica de las sociedades atendiendo expresamente a las prácticas de mediación desarrolladas entre la experiencia colectiva y la conciencia social (MARÍN y TRESSERRAS, 1994, p. 45). Unas prácticas, que se articulan a partir de lenguajes sociales complejos y que hacen posible los procesos de aprendizaje, acumulación, sedimentación y transmisión de la herencia cultural comunitaria generación tras generación, además de la difusión pública del conocimiento mediante técnicas multiplicadoras de mensajes y medios de difusión pública de muy variado cariz.

Michael Schudson elaboró hace unos años una curiosa tipología que clasificaba los estudios en historia de la comunicación en *macrohistoria*, *historia propiamente dicha* e *historia de las instituciones* (SCHUDSON, 1995, p. 213). La **macrohistoria** [de la comunicación] “considera la relación de los medios de comunicación con la

evolución humana” a partir de la hipotética influencia ejercida por éstos sobre la naturaleza social del hombre.⁴ Dentro de esta categoría colocaba algunas obras de Harold A. Innis (1950 y 1951), Marshall McLuhan (1962 y 1964), Jack Goody (1968 y 1986) o Eric Havelock (1986). La **historia propiamente dicha** [de la comunicación] se refiere al estudio de los medios de comunicación y su relación con la historia cultural, política, económica o social a fin de esclarecer la recíproca influencia habida entre los medios de comunicación y el cambio social. La obra de E. Eisenstein (1979) sobre la revolución cultural derivada de la implantación de la imprenta en Europa en los albores de la Edad Moderna sería paradigmática en esta categoría. Finalmente, la **historia de las instituciones** [de la comunicación] trataría de la historia de los medios atendiendo a la peculiar trayectoria “biográfica” de cada medio de comunicación tal como la planteó durante tres décadas Asa Briggs (1961-1995) en su monumental historia de la BBC.

Si se admite que la historia de la comunicación sólo es posible desde planteamientos globalizadores o integradores en los que el desarrollo de la explicación histórica atiende preferentemente a la observación de los procesos y sistemas comunicativos, y que la de los medios tan sólo pueda ocuparse del nivel organizativo y productivo de los mismos, entonces la diferencia es más que exagerada. Aún así, con frecuencia la historia de la comunicación se aborda como el estudio de los procesos de institucionalización mediática y a menudo muchas investigaciones sobre medios de comunicación se elaboran con arreglo a su participación en la articulación de la opinión pública. En definitiva, las fronteras no siempre son tan marcadas como a priori podría establecerse y de ahí que con frecuencia los términos incluso tiendan a equipararse y a utilizarse más por criterios de unificación terminológica que por distinciones epistemológicas claras.

Similitudes y diferencias entre las historias

A partir de los sucintos presupuestos que fundamentan teóricamente la Historia de la comunicación que hemos expuesto, conviene aclarar algo más las relaciones y las lejanías que se dan -a nuestro entender- entre

⁴ El estudio de Amparo Moreno (1988) es el único en lengua española que tiene la pretensión de explicar el papel y la evolución de la comunicación desde la antigüedad, bajo un enfoque de historia antropologizada no androcéntrica y que, de alguna manera, va más allá de lo que James Curran (2005) denomina “narrativa feminista”. Esta investigadora también ha efectuado otros estudios que tienen la pretensión de *macrohistoria* para intentar explicar cómo medios de comunicación y transportes, en tanto que redes de tecnologías de información y expansión, han contribuido a la evolución y construcción de la actual aldea planetaria (MORENO, 1994, 1998 y 1999).

las historias de los medios, las historias del periodismo y las historias de la comunicación internacionalmente, dado que, habitualmente, a tenor de buena parte de la producción de manuales e, incluso de investigación, y sobre todo de los programas docentes de diferentes centros universitarios de comunicación, hay enfoques que tienden a confundirse y a no quedar claros. Añadamos que la cuestión de relacionar Historia de la prensa con Historia del periodismo y con Historia de la comunicación, no ha sido recibida con demasiados parabienes en el mundo académico por diversas razones. En primer lugar, porque los objetos de estudio referidos a la prensa, al periodismo y a la comunicación en general, al menos desde el ámbito de la historia o de la historiografía, han sido concebidos como objetos menores de estudio. Y ese menosprecio, afortunadamente cada vez menor, ha despertado poco interés por su teorización, salvo en los últimos años (VEYRAT-MASSON, 2000; ROBERTS y TAYLOR, 2001; CANNADINE, 2004) y por razones, a veces, extra-historiográficas.⁵

Debemos entender que la **Historia de la prensa** era y es la historia de un medio de información y de comunicación, y su misma tradición la convirtió en punto de referencia fundamentalmente para la historia de otros medios de comunicación. La **Historia del periodismo**, consecuentemente, no pudo seguir siendo, como afortunadamente ya no la plantean así diferentes investigadores, la que se ocupa sobre todo de describir la evolución de los periódicos, la radio y la televisión. Esto es algo necesario, pero insuficiente, si no se parte de criterios más específicos y de teoría que aúne historia y comunicación. Por lo tanto, debiera ocuparse -algunos ya intentan hacerlo así (GÓMEZ MOMPART y MARÍN OTTO, 1999; GOZZINI, 2000; MUHLMANN, 2004, o CONBOY, 2004)- de evaluar las formas históricas de producir información seriada, y eso va mucho más allá que estudiar los medios y de estudiar quién los controla: ¿qué significa la información seriada en una sociedad?, ¿qué papel juega esa información seriada?, ¿qué relación mantiene con el resto de la producción cultural?, ¿en qué medida esa información seriada es derivada o parcialmente inductora del discurso histórico de la cotidianidad contemporánea imperante?

Al respecto de algunas de estas cuestiones, es relevante la excelente investigación de Michael Schudson en *Discovering the news* (1978), quien reflexiona sobre el periodismo norteamericano en términos de producción

⁵ La postura que suelen tener los historiadores al respecto del periodismo, al menos en el mundo anglosajón, la expone Barbie Zelizer (2004, p. 81-110) en el capítulo 4º de su libro *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*.

cultural: las maneras de hacer periodismo, las concepciones que hay detrás del discurso periodístico, de las formas de narrarlo. En definitiva, no puede entenderse la producción periodística, como tampoco la producción televisiva o radiofónica, ajena al resto de la producción social, es decir, al resto de la cultura de aquellos productos de carácter no cultural que se están produciendo en el mismo momento y en la misma época, en paralelo, porque todos ellos guardan alguna relación.

A veces se dice que los periodistas son un poco los historiadores contemporáneos o para ser más precisos “de lo inmediato”, o sea, que son los periodistas –o los comunicadores en general- quienes trabajan y reelaboran el discurso sobre la actualidad inmediata, sobre el pasado más reciente. Son ellos quienes realmente consciente o inconscientemente, con mayor conocimiento o desconocimiento, con seriedad o con frivolidad, configuran los hechos transformados en noticias y en relatos de época. Dicho con otras palabras, los periodistas son los artesanos del **discurso periodístico**. Y esta narración de los hechos contemporáneos mediante unos códigos y una morfosintaxis singulares de los medios es, de alguna manera, una variante simplista del discurso histórico presente, pero mucho más eficaz del que suelen expresar otros agentes culturales –entre ellos, los historiadores- o en otras instancias –en libros, conferencias o clases- por sus posibilidades de evocar y de seducir y, sobre todo, porque ese discurso circula con una potencia y alcance inigualable por otros medios o intermediarios.

Historiar el periodismo y la comunicación

Como bien ha delimitado Joan Manuel Tresserras (1994, p. 73-74), una **historia de un medio de comunicación**, como sea la prensa, la radio o la televisión, cuanto menos debería contemplar al menos cuatro aspectos principales:

1. Una evolución histórica del momento de la producción, o sea, de las características, del soporte material, de los oficios implicados, de su calificación técnica, de su condición social, de la organización empresarial y de la importancia relativa del sector, de las presiones y del control político del sector, como el régimen jurídico o el margen de decisión.
2. Una evolución histórica del objeto y del producto prensa / radio / televisión, es decir, de las rutinas en el trabajo periodístico, del tratamiento de la información, de las características morfosintácticas de las

comunicaciones, de los contenidos, de la tematización, de las maneras de presentar la información.

3. Una evolución histórica del momento de la distribución, o sea, la incidencia de la distribución poblacional sobre la situación de los centros editores (o emisores) de prensa / radio / televisión, la identificación de las estructuras comunitarias constituyentes de un sistema de comunicación, la evolución general de la red de vías de comunicación que posibilitan el transporte o la transmisión, de los puntos de venta (o de acceso) singulares, o si es un tipo de medio que hay que pagar por obtenerlo o acceder a él.
4. Una evolución histórica del momento de la recepción, es decir, la determinación de las correspondencias entre clases y grupos sociales y el consumo de las modalidades de prensa / radio / televisión diferente, la determinación del grado de culturización y alfabetización, y el papel que ha jugado.

Sobre esta base, la **Historia del periodismo** -como advierte el mismo autor- se ocupa, o debería ocuparse, de la evolución de las formas de la producción y de la recepción de los enunciados periodísticos, preferentemente informativos, que se operan a través de los diferentes medios de comunicación (TRESSERRAS, 1994, p. 75); así como de los propios periodistas y de su formación, sus principios, su cultura profesional, etc. Y, por su parte, la Historia de la comunicación -como ya hemos adelantado anteriormente- debe abordar la producción de significación, de los sistemas sociales de significación, de las formas de construcción (simbólica y social) de la realidad.

Con arreglo a esa definición de la **Historia de la comunicación**, el planteamiento general de la materia es el siguiente:

- historiar las formas y los contenidos de la producción, difusión, intercambio, consumo, asimilación, manifestación de los mensajes, ideas, costumbres, creencias, etc., de una sociedad en una época determinada.⁶

⁶ A este respecto, es muy ilustrativo un párrafo de Sebastià Serrano, en su libro *La semiótica* (1981, p. 116-117):

Estudiar cómo una sociedad se comunica, es tener en cuenta el sistema más o menos coherente de ideas, de principios éticos y de cooperación, de representaciones globales, de mitos, de gestos

Y ello deberá realizarse mediante el estudio y análisis, preferentemente, de estos aspectos:

la organización, la producción y los consumos culturales; los agentes comunicadores y el entorno o ámbito de la comunicación; los medios de comunicación y las posibilidades comunicativas; el espíritu de la época a través de la vida cotidiana; los instrumentos mentales y el universo de significación, y los factores comunicativos derivados de los fenómenos socioculturales.

Fondos y herramientas para historiar la comunicación

Las fuentes, la documentación y los métodos para historiar la comunicación pueden ser parcialmente diferentes a los que hasta ahora han utilizado las ciencias sociales y las humanidades, no tanto en su esencia, sino en la forma en que se han manejado. Es decir, el material que utiliza un historiador de la comunicación no dista mucho del que emplea cualquier científico social o cualquier teórico de las humanidades; lo que ocurre es que la manera de abordar algunas de estas fuentes conservadas en archivos, bibliotecas, fonotecas, mediatecas, centros de documentación, bases de datos, etc., no es siempre la misma porque hay una concepción del documento, en tanto que monumento cultural, diferente a la que utilizan otros colegas, por ejemplo, los investigadores de la historia más tradicional.

colectivos, de cuentos fantásticos, de relaciones de parentesco, de rituales religiosos, de estrategias de investigación, de mecanismos de represión, duros y suaves, de manifestaciones artísticas, de especulaciones filosóficas, de la organización del poder, de las instituciones y de las constituciones de las leyes que rigen en el seno de una comunidad, de un pueblo, de una nación o un estado. Todos estos elementos los estudiaremos observando la manera como las personas se comunican. Cómo los niños se comunican con los mayores. Cómo lo hacen las niñas. Cómo se comunican los hombres con las mujeres. Cómo se comunican con los extranjeros. Y, en función de la comunicación, qué relación mantienen las personas con la naturaleza, con lo imaginario, con las esperanzas, con la vida, con la muerte. Podríamos proponer como máxima: estudia cómo se comunican entre sí los miembros de una sociedad y sabrás cómo viven y mueren, es decir cómo son.

Los historiadores de la comunicación solemos referirnos a los discursos mediáticos en tanto que **configuraciones mediáticas**. Y estas producciones o recreaciones de hechos representan un tipo de discurso histórico del presente, el cual circula con una potencia como ningún otro. Conviene, por tanto, prestar atención a las configuraciones mediáticas y somos nosotros, los historiadores de la comunicación, los encargados de entender y explicar qué relación mantienen con el devenir histórico. Nuestro campo de trabajo en este caso debe ser el territorio de la experiencia histórica constituida por la cosmovisión general fabricada por los medios de comunicación.

Ahora bien: no se trata de remplazar el análisis de la realidad por el discurso histórico, sino de comprender qué relación tiene éste con la realidad social; más concretamente: cómo el discurso mediático contribuye a la producción social de sentido en la medida que este se convirtió -especialmente con la televisión- en el productor / elaborador más potente y, probablemente, más influyente. Evidentemente, este discurso mediático -como ningún otro- no es recibido en solitario ni asumido pasivamente

Precisamente, porque las configuraciones mediáticas no se construyen ni se usan aisladamente, nuestra tarea debe ser contrastarlas con las evidencias sociales, con los datos y las fechas comprobadas, ya que la construcción del presente o la reconstrucción del pasado no se hace únicamente con los *media*, pese a que se haga preferentemente con ellos. Cabe recordar que Jacques Le Goff (1979, p. 94) afirmaba que los *mass-media* son los vehículos y las matrices privilegiadas de las mentalidades. Por ello debemos introducirnos en el **utilaje mental** que acostumbran a hacer servir los medios de comunicación para saber relacionarlo con el conjunto de “instrumentos mentales” de los que disponemos las personas de nuestra época.

Los *mass-media* son fuentes excelentes para averiguar las modas, los gustos generalizados, los hábitos alimenticios, las alteraciones del lenguaje, las pautas estandarizadas de comportamiento, etc., a partir de las cuales podemos reconstruir las “estructuras mentales” de los diferentes grupos sociales como, por ejemplo, las corrientes de pensamiento, las ideas socialmente admitidas, las concepciones más fuertes, los estilos de vida, los climas de sensibilidad o los imaginarios compartidos por los colectivos.

Todas las fuentes del conocimiento histórico para cualquier historiador, y mucho más para los del ámbito de la comunicación, son elementos que nos permi-

ten obtener información en el sentido de la teoría de la información, y no simplemente en el sentido instrumental de que nos revelan cosas sobre el pasado humano. A este respecto, para nuestro campo hay dos grandes líneas relativamente nuevas de fuentes: una poco explotada, la denominada literatura gris o no convencional (AUGER, 1998 o GARCÍA SANTIAGO, 1999) y otra relativamente reciente, la información en Internet. Ambas plantean ventajas e inconvenientes, sobre todo porque no han tenido que pasar una selección editorial. Sus enfoques pueden ser, por ello, originales y novedosos; pero, al mismo tiempo, los textos que se reproducen de esta forma exigen ser contrastados y puestos en tela de juicio continuamente. En la valoración de la **documentación de Internet** cabe, además, tener presente otras oportunidades y limitaciones que ofrece:

Oportunidades

- Acceso a centros de investigación sobre el tema, de todo el mundo, con la posibilidad de conseguir gran cantidad de información actualizada sobre sus propios proyectos y la producción intelectual de sus miembros.
- Acceso a los planes de estudio de nuestra disciplina en universidades de “todo el mundo”.
- Acceso a los fondos digitalizados de las bibliotecas y centros de documentación especializados, de “todo el mundo”.
- Acceso a todo tipo de ejemplos sobre nuestro ámbito de estudio y docencia, en especial los referidos a otras culturas o los materiales audiovisuales (por ejemplo, los códigos no verbales en Japón).
- Organización de sesiones *on line* con el grupo de alumnos, en temas que exigen su interacción en la red (se puede tratar sobre el periodismo digital escribiendo en la red).
- Desarrollo de habilidades y estrategias de búsqueda de información a partir de criterios de calidad y eficiencia. Cada día resulta más patente que las nuevas generaciones están acostumbradas a trabajar en red y con Internet, lo que exige un entrenamiento mayor de cara a evitar malos hábitos en su futuro profesional.

Limitaciones

- Imposibilidad de usarlo de manera exclusiva para el estudio o la investigación, sino únicamente como complemento.

- Acceso bajo mínimos a los fondos documentales referenciados en la red, dado que la mayoría de los materiales todavía no están digitalizados y sólo se nos ofrecen las citas bibliográficas o un breve resumen.
- Parcialidad en los temas tratados, dado que la edición de una página web suele depender exclusivamente de los gustos o intereses de sus autores. Por ello, rara vez se nos ofrece un estado de la cuestión real y actualizado de nuestros temas.
- Poco interés de las instituciones especializadas en comunicación por ofrecer documentación de calidad, más allá de las páginas de difusión de sus propios proyectos o de los vínculos más habituales.

Y donde quiera que se encuentren materiales válidos para nuestra investigación hay que ir a buscarlos, hay que intentar trabajarlos, cuestionarlos, entenderlos, leerlos en un sentido profundo, para ser capaces de sacar el máximo de provecho de esas fuentes y, al mismo tiempo, comprenderlos en sí mismos, por qué se produjeron en su momento y qué papel cumplían en aquel entonces, o a través de qué canales se transmitieron y de qué manera. Es importante la red de las fuentes con las que los historiadores han trabajado, ya que ello nos permitirá entender el planteamiento y trasfondo de los itinerarios de búsqueda seguidos por los historiadores anteriores o coetáneos que investigaron en el mismo campo y, por tanto, con qué fuentes trabajaron, cuáles omitieron o no consideraron y cómo utilizaron aquéllas de las que se sirvieron. De este modo, se puede deducir no sólo ciertas ausencias, no siempre porque falten fuentes, ya que probablemente muchas de las que están conservadas se consultaron, sino sobre todo si su aprovechamiento fue amplio y diverso. En definitiva, sólo este proceder nos ayudará a cuestionarnos o hacernos preguntas que, tal vez, otros colegas no se hicieron, cuanto menos de la misma manera.

Criterios de periodización e itinerario metodológico

Otro aspecto sin duda relevante es el que hace referencia a la periodización: cómo periodizamos la Historia de la comunicación. Cualquier historiador sabe que entrar a periodizar, es decir, a acotar, es realmente muy peligroso; es más, algunos dicen que no se debe hacer y que no es riguroso historiar nada haciendo acotaciones. La historia nunca empieza ni acaba, pero es necesario acotar porque si no se limita mínimamente resulta muy difícil poder estudiar la historia en su conjunto, entién-

dase ésta para una época, un país, una sociedad. Y aunque parezca obvio, es necesario reivindicar que debe ser desde la Historia de la comunicación social desde donde debe hacerse la periodización en nuestro campo, dado que de lo contrario se trasplantan criterios, conceptos, enfoques, datos, etc. que, además de contaminar el campo propio, inducen al error o a similitudes inciertas.

No hay más remedio que establecer las pautas y los criterios válidos, con rigor y coherencia, que nos permiten enfocar los acontecimientos históricamente relevantes desde y para la Historia de la comunicación. Es decir, que los determinantes políticos, sociales, económicos, culturales, tecnológicos, etc. deben interpretarse en clave comunicativa. Y ello, porque no debe perderse jamás de vista que para cualquier análisis histórico, la periodización debe ocuparse de calificar la orientación y de medir las transformaciones que se han producido. Y esa es, en definitiva, la tarea que también debemos afrontar los historiadores de la comunicación, la de ser capaces de establecer nuestros propios criterios.

En nuestra opinión, las pautas que deben tenerse en cuenta a la hora de **historiar un medio de comunicación** son de manera sucinta las siguientes:

- a) el carácter de la sociedad y su modo de producción;
- b) el sistema informativo de esa sociedad y las relaciones del medio con él;
- c) el tipo de organización o industria mediática, y la estructura del complejo o empresa informativa;
- d) la identidad del medio y las características del mismo;
- e) el modelo del producto mediático y las cualidades del mismo;
- f) la impronta tecnológica del producto y su talante cultural;
- g) la organización y las rutinas de quienes intervienen o de los profesionales que desarrollan la actividad comunicativa;
- h) el contenido y la forma del objeto o producto mediático;
- i) la visión del mundo que el medio tiene y la interpretación de la realidad que el mismo hace;
- j) la financiación y comercialización del producto, así como su difusión;
- k) la composición de los receptores o de la audiencia del medio y la actitud del receptor estándar, y
- l) la función que persigue el producto y los posibles efectos que ése ocasiona.

A la hora de periodizar, debemos tener en cuenta que la historia de uno o varios medios y de su información o periodismo correspondiente debe entroncarse con la Historia de la comunicación social. Será ésta la que deberá marcar las pautas y los criterios que enfocarán los acontecimientos históricamente relevantes, dado que de lo contrario se acaba supeditando, por ejemplo, la Historia de la prensa a menudo a la Historia política y, por tanto, calcando los mismos períodos sin siquiera, a veces, justificarlos. Con esto no queremos decir que los determinantes políticos o sociales no deban considerarse, sino que éstos deben interpretarse en clave comunicativa o cultural de manera semejante a como lo hacen, por ejemplo, los historiadores económicos o los demás investigadores sociales desde su disciplina específica.

Aunque establecer los **períodos de la historia comunicativa** es una tarea difícil, es casi ineludible para interpretar de forma integral la historia contemporánea, muy especialmente la del siglo XX en la que los *mass-media* han jugado un papel de primera magnitud en todos los ámbitos sociales. Además de una periodización a escala mundial, establecida en los tratados al uso de Historia general de la comunicación -aunque insistimos, a veces, sin apenas criterios o escasamente justificados, ya que en el mejor de los casos se asienta sobre todo en los cambios tecnológicos y políticos fundamentales- cada país precisa establecer su periodización, su marco concreto, sin olvidar el contexto internacional o mundial dada la esencia comunicativa general y las características a menudo universales de sus tecnologías.

Puesto que la periodización es un instrumento privilegiado del cambio, o sea, una de las claves de cualquier análisis histórico, dado que se ocupa -repetimos- de calificar la orientación y de mesurar las transformaciones, esta tarea no resulta fácil en una disciplina relativamente joven como es la comunicación y, más aún, la Historia de la comunicación comparada con otras ramas históricas más veteranas. Sin embargo, tal como dice J. M. Tresserras en su artículo “La periodificación en la historia de la comunicación social”:

Si **periodizar** es trasladar las hipótesis al terreno de la organización del objeto de estudio, es comenzar a analizarlo y a interpretarlo, es establecer prioridades y jerarquías, entonces quizá ya es hora -¿cuántos años hace que nos atribuimos la consideración de joven disciplina?- que tengamos la audacia de hacer nues-

tras propias apuestas y propuestas, que asumamos la centralidad de la dimensión comunicativa en cualquier formación social y que, en consecuencia, ella nos pueda proporcionar también criterios de elaboración de una peculiar relación entre la cultura humana (la producción de sentido y sus procedimientos) y el tiempo (histórico) (TRESSERRAS, 1996, p. 108).

De acuerdo con nuestra definición del ámbito de la comunicación, según el cual pretendemos estudiar la organización de la producción social de significados para una sociedad y una época, proponemos seguir el siguiente **itinerario metodológico** de trabajo:

Partiendo de que

- a) (debemos) establecer una/s hipótesis
- b) (para) averiguar las tendencias
- c) (con el fin de) medir los cambios,

el objetivo es una aproximación analítica e interpretativa de la dimensión social y comunicativa del tiempo histórico.

Este procedimiento debe atender especialmente a dos aspectos:

I. La sociedad

En cuanto a la sociedad (o sea, la cualidad y orientación de ésta), consideraremos lo siguiente:

- Carácter
- Modo de producción
- Características de la vida cotidiana

II. El **ecosistema comunicativo**⁷ (forma histórica en la que las sociedades organizan su producción de comunicación social. Para lo cual debemos centrarnos en: técnicas, economía, organización y política de comunicación; ideologías y mentalidades, y formas de vida y organización social)

⁷ 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.

Con respecto al ecosistema comunicativo (o sea, las particularidades y la transformación de éste) nos fijaremos en:

- Estructura comunicativa
 - Regulación
 - Organización
 - Producción
 - Recepción
- Medios (aparición o desarrollo)
 - Naturaleza de los medios
 - Lenguajes de los medios
 - Cualidades: forma, contenido, estilo... de los medios
- Economía y política de la comunicación
- **Campo mediático**⁸
 - Agentes o profesionales: perfil, estatus, cultura profesional, **habitus**
 - Medios dominantes, y
 - Modalidades mediáticas hegemónicas

El sociólogo que desarrolló el concepto de *campo mediático* o *campo periodístico* es Pierre Bourdieu (1994)⁹, concepto que resulta tan potente como el de “esfera pública” de Jürgen Habermas o de “espacio mediático” de Manuel Castells para la investigación en comunicación. A Bourdieu (1930-2002) le preocupaba desvelar las estructuras ocultas de los mundos sociales, a través de relacionar la estructura del universo social de primer orden (distribución de recursos materiales y medios de apropiación de bienes y valores) con la de segundo orden (prácticas y conductas, pensamientos y sentimientos, juicios, sistemas de clasificación o esquemas mentales y corporales). Este sociólogo contemplaba el mundo social dividido en campos o conjuntos de sub espacios sociales fruto de la diferenciación y de la especialización (ejemplos: el económico, político, académico, artístico, mediático...).

8 En las tres últimas décadas se ha hecho servir el concepto de “campo periodístico” con el fin de observar y analizar el periodismo a través de diferentes estudios comparativos como sea el histórico, entre países, entre diversas modalidades periodísticas, etc. *Vid.*, por ejemplo, R. Rieffel (1984), M. Buonanno (1988), G. Bechelloni (1993), D. Ruellan (1993), B. McNair (1998), E. Neveu (2001), M. Santos Saínz (2003), J. Ll. Gómez Mompert (2010) o M. Parreño (2015).

Desde el punto de vista histórico, el *campo periodístico* se constituye en el tránsito de los siglos XIX y XX en los países más desarrollados de Occidente (BECELLONI, 1995) cuando: i. se convierte en visible y relevante para toda la comunidad de un país; ii. esta actividad es económicamente rentable para las empresas de prensa, y iii. es decisiva para la formación de la opinión pública y la orientación para el funcionamiento de una sociedad moderna (basada en la democracia y el mercado).

9 Una excelente antología sobre los múltiples trabajos de este autor, elaborada a cargo de estudiosos destacados, está recogida por R. Benson y E. Neveu (2005). *Bourdieu and the Journalistic Field*.

Y estos campos están jerarquizados y se basan en la oposición y competencia entre agentes dominantes y agentes dominados en función de su capital social y capital simbólico.

El otro concepto desarrollado por Bourdieu (1988), también muy útil, para el análisis de los profesionales de la comunicación es el de **habitus**, es decir, la internalización de las estructuras sociales; o sea, lo social que se vuelve cuerpo y se incorpora en el *modus operandi* y el *modus operandum* del agente profesional o intermediario cultural. En definitiva, el *habitus* conforma las relaciones históricas incorporadas, integradas, en el seno de los agentes (medios y periodistas o comunicadores, en nuestro caso).

El análisis del campo mediático consiste en el análisis de las estructuras sociales externas y de las relaciones entre las posiciones de los agentes que pueden ser analizadas al margen de los agentes que las ocupan. Dominique Marchetti (2008) recomienda cinco variables para el análisis del campo mediático o periodístico: 1. La económica (entre el campo y la actividad); 2. La política: algunos campos tienen más peso estratégico y visibilidad en los medios que otros (ejemplos: el judicial, científico, médico, etc.); 3. Los criterios de selección de las noticias (*agenda setting* y valores-noticia) que orientan los temas de interés público; 4. Los agentes sociales y sus trayectorias; y, 5. Las transformaciones sociales y sus relaciones, que pueden contribuir a cambios sociales a través de la mediatización de las noticias.

Referências bibliográficas

ÁLVAREZ, J. T. *Del viejo orden informativo. Introducción a la historia de la comunicación, la información y la propaganda en Occidente, desde sus orígenes hasta 1880*. 2.ed. amp. Madrid: Universidad Complutense, 1985.

ÁLVAREZ, J. T. *Historia y modelos de la comunicación en el siglo XX. El nuevo orden informativo*. Barcelona: Ariel Comunicación, 1987.

AUGER, C. P. *Information sources in Grey Literature*. 4.ed. Londres: Bowker-Saur, 1998.

BALDINI, M. *Storia della comunicazione*. Roma: Tascabili Economici Newton, 1995.

BARBIER, F. y BERTHO LAVENIR, C. *Histoire des médias: de Diderot a Internet*. París: Armand Colin/Masson,

1996. Hay traducción en español: *Historia de los medios: de Diderot a Internet*. Buenos Aires: Colihue, 1999.
- BECHELLONI, G. *Giornalismo o postgiornalismo?* Nápoles: Liguori, 1995.
- _____. (Org). *Giornale e culture*. Roma: Fondazione Adriano Olivetti 34, 1993.
- BENSON, R.; NEVEU, E. (Orgs). *Bourdieu and the Journalistic Field*. Cambridge: Polity Press, 2005.
- BORDERÍA, E; LAGUNA, A. y MARTÍNEZ, F.A. *Historia de la comunicación social. Voces, registros y conciencias*. Madrid: Síntesis, 1996.
- BOURDIEU, P. *Cosas dichas en Pierre Bourdieu*. Barcelona: Gedisa, 1988.
- _____. *L'emprise du journalisme. Actes de la recherche en sciences sociales*, vols. 101-102 (3-9), 1994.
- BRIGGS, A. *The History of Broadcasting in the United Kingdom*. 5 vols. Oxford: Oxford University Press, 1961-1995.
- _____; BURKE, P. *A Social History of Media: from Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press. Hay traducción en español: *De Gutenberg a Internet: una historia social de los medios de comunicación*. Madrid: Taurus, 2002.
- BUONANNO, M. *L'élite senza sapere*. Nápoles: Liguori, 1988.
- CANNADINE, D. (Org). *History and the Media*. Basingstoke: Palgrave MacMillan, 2004.
- CONBOY, M. *Journalism. A Critical History*. Londres: Sage, 2004.
- CROWLEY, D.; HEYER, P. (Orgs). *Communication in History. Technology, Culture, Society*. Nueva York; Londres: Longman, 1991.
- CURRAN, J. *Medios de comunicación y poder en una sociedad democrática*. Barcelona: Hacer editorial, 2005.
- EISENSTEIN, E. *The Printing Press as an Agent of Change. Communications and Cultural Transformations in Early Modern Europe*. 2 vols. Nueva York: Cambridge University Press, 1979. Hay traducción en español: *La revolución de la imprenta en la Edad Moderna europea*. Madrid: Akal, 1994.
- FANG, I. *A History of Mass Communication. Six Information Revolutions*. Boston: Focal Press, 1997.
- GARCÍA SANTIAGO, L. *Manual básico de la Literatura Gris. El lado oscuro de la documentación*. Oviedo: Trea, 1999.
- GÓMEZ MOMPART, J.L. “Periodistes i periodismes a Espanya i al País Valencià. Sociopolítica i cultura professional dels informadores”, *Arxius de Ciències Socials*, núm. 23, diciembre 2010, p. 17-36.
- _____; MARÍN OTTO, E. (Orgs). *Historia del periodismo universal*. Madrid: Síntesis, 1999.
- GOODY, J. *Literacy in Traditional Societies*. Cambridge: Cambridge University Press, 1968.
- _____. *The Logic of Writing and the Organization of Society*. Cambridge: Cambridge University Press, 1986.
- GOZZINI, G. *Storia del giornalismo*. Milán: Bruno Mondadori, 2000.
- HAVELOCK, E. A. *The Muse Learns to Write. Reflections on Orality and Literacy from Antiquity to the Present*. New Haven: Yale University Press, 1986.
- INNIS, H. A. *Empire & Communications*. Victoria / Toronto: Press Porcépic, 1950.
- _____. A. *The Bias of Communications*. Toronto: UTP, 1951.
- LE GOFF, J. “Las mentalidades. Una historia antigua”, en J. Le Goff y P. Nora. *Hacer la historia*. Barcelona: Laia, vol. III, 1979.
- LORENZINI, A. (ed.). *La comunicazione nella storia*. 6 vols. Roma: Seat, 1989-1994.
- MARCHETTI, D. “El análisis sociológico de la producción de la información mediática”, *Comunicación y medios*, núm. 18 (19-29), 2008, p. 151-163.
- MARÍN; E.; TRESSERRAS, J. M. *Cultura de masses i post-modernitat*. Valencia: 3 i 4 Edicions, 1994.
- McLUHAN, M. *The Gutenberg Galaxy*. Toronto: UTP, 1962. Hay traducción en español: *La Galaxia Gutenberg: génesis del “homo typographicus”*. Barcelona: Planeta, 1985.

- _____. *Understanding Media*. Nueva York: McGraw-Hill, 1964. Hay traducción en español: *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós, 1996.
- McNAIR, B. *The Sociology of Journalism*. Londres: Arnold, 1998.
- MORENO, A. *La otra "Política" de Aristóteles. Cultura de masas y divulgación del Arquetipo Viril*. Barcelona: Icaria, 1988.
- _____. *La construcción histórica de la aldea planetaria*. Bellaterra: UAB, Quaderns d'història de la comunicació social, n° 15, 1994.
- _____. *Redes de comunicación en Cataluña: pasado, presente y futuro*. Bellaterra: UAB. [con ilustraciones cartográficas de Pau Alegre], 1998.
- _____. *Cap una història de les comunicacions des de Catalunya ex-cèntrica, plural i interactiva*. Bellaterra: UAB, 1999.
- MUHLMANN, G. *Une histoire politique du journalisme (XIXe-XXe. Siècle)*. París : PUF, 2004.
- NEVEU, E. *Sociology du journalisme*. París : La Decouverte, 2001.
- PARREÑO, M. *El camp periodístic valencià. L'estructura mediàtica i la pràctica dels periodistes*. Barcelona, Castellón, Valencia: UAB, UJI, UPF y UV, 2015.
- RIEFFEL, R. *L'élite des journalistes*. París: PUF, 1984.
- RIOUX, J.-P.; SIRINELLI, J.F. (Orgs). *La culture de masse en France de la Belle Époque à aujourd'hui*. París: Fayard, 2002.
- ROBERTS, G.; TAYLOR, P.M. *The Historian, Television and Television History*. Luton: ULP, 2001.
- RUELLAN, D. *Le professionnalisme du flou*. Grenoble: Presse Universitaires de Grenoble, 1993.
- SANTOS SAÍNZ, M^a. *El poder de la élite periodística*. Madrid: Fragua, 2003.
- SCHRAMM, W. *The Story of Human Communication. Cave Painting to Microchip*. Nueva York: Harper and Bow Publishers, 1998.
- SCHUDSON, M. *Discovering the News. A Social History of American Newspapers*. Nueva York: Basic Books, 1978.
- _____. "Enfoques històrics a los estudios de la comunicación". In: JENSEN, K. B.; JANKOWSKI, N. W. (Orgs). *Metodologías cualitativas de investigación en comunicación de masas*. Barcelona: Bosch, 1995, pp. 211-228.
- SERRANO, S. *La semiótica*. Barcelona: Montesinos, 1981.
- TRESSERRAS, J. M. "Història de la premsa, historia del periodisme, història de la comunicació", *azeta. Actes de les primeres jornades d'història de la premsa*. Barcelona: ocietat Catalana de Comunicació, 1994, pp-78.
- _____. "La periodificació en la història de la comunicació social", en GÓMEZ MOMPART, J. L. (coord.). *Metodologías para la Historia de la Comunicación Social. I Encuentro de la Asociación de Historiadores de la Comunicación*. Bellaterra: Servei de Publicacions, U.A.B, 1996.
- VÁZQUEZ MONTALBÁN, M. *Historia y comunicación social*. Barcelona: Bruguera, 1980.
- VEYRAT-MASSON, I. *Quand la télévision explore le temps. L'histoire au petit écran*. París : Fayard, 2000.
- WILLIAMS, R. (Orgs) *Contact. Human Communication and its History*. Londres: Thames and Hudson, 1981. Hay traducción en español: *Historia de la comunicación*. 2 vols. Barcelona: Bosch, 1992.
- ZELIZER, B. *Taking Journalism Seriously. News and the Academy*. Thousand Oaks, CA: Sage, 2004.