

Prefacio

Nuevas perspectivas historiográficas en comunicación

La mirada histórica sobre la comunicación social ha experimentado en los últimos años una extraordinaria apertura de compás, inmersos, como estamos, en los efectos de una revolución tecnológica de muy amplio alcance. El gran salto de la imprenta de Gutenberg al universo de Internet, analizado muy pronto por Asa Briggs y Peter Burke en su ya clásico ensayo sobre *A Social History of the Media* (2002), ha acelerado los cambios ya iniciados en las tres últimas décadas del siglo pasado.

El mundo cinco veces centenario de la imprenta de Gutenberg había entrado en crisis antes del advenimiento de Internet, los medios digitales y las redes sociales, con los cambios propiciados por la impresión en offset, la informática, la eclosión de los medios audiovisuales y la formación de los grupos multimedia. Cambios, todos ellos, que han contribuido a las notables transformaciones producidas en los mensajes, los géneros, los lenguajes, las formas de trabajo y la cultura profesional que el periodismo industrial había conformado y transmitido a las industrias de la comunicación.

La mirada de los historiadores pocas veces se ha visto tan superada por la rapidez de los cambios. Pocas veces, los historiadores veteranos hemos visto cerrarse ante nuestros ojos el ciclo histórico del mundo cultural y profesional en que nos hemos formado y proyectado nuestras vocaciones, de manera especial quienes nos hemos dedicado a la historia de un periodismo que hoy se debate en una exigente refundación. Pocas veces los jóvenes han tenido un estreno más deslumbrante ante objetos novísimos de investigación y la alerta de continuas novedades.

Esas dos oleadas sucesivas de cambios han estimulado nuevas perspectivas de la historiografía de la comunicación. Aun siendo ésta una disciplina que requiere una perspectiva temporal sobre los objetos de investigación, cualquier novedad ilumina siempre capítulos anteriores como antecedentes, referencias y miradas comparativas.

Una buena muestra de las nuevas perspectivas historiográficas se ha podido apreciar en las aportaciones al XVI Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación (AsHisCom), celebrado en septiembre de 2019 en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela.

Bajo el título de «La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva: historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia», la convocatoria gestionada por el Grupo de Novos Medios de dicha universidad congregó la exposición y debate de un centenar de aportaciones. En el presente volumen se ofrece una selección de siete trabajos,

mientras que otros se han difundido en revistas especializadas, entre las cuales el dossier sobre «Historia de los medios digitales» del número 13 de la *Revista Internacional de Historia de la Comunicación* (<https://revistascientificas.us.es/index.php/RiHC/issue/view/884>).

Al agradecimiento amistoso que reiteramos al Grupo de Novos Medios, hemos de añadir el agradecimiento no menos caluroso a la Dirección General de Políticas Culturales de la Xunta de Galicia. Gracias que hacemos públicas a su titular Anxo M. Lorenzo Suárez, por el apoyo a la organización del congreso, en cuya sesión inaugural pudimos contar con su presencia, así como a la edición del presente volumen.

Jaume Guillamet Lloveras
Catedrático emérito de la Universitat Pompeu Fabra
Presidente de la Asociación de Historiadores
de la Comunicación (AsHisCom)

Prólogo

Las fronteras disruptivas de los nuevos medios digitales

La revolución del mundo digital es una nueva frontera para el conocimiento humano y todas sus dinámicas productivas y socializadoras, tanto en una dimensión cultural como industrialmente. Desde su irrupción, la sociedad global está inmersa en un profundo y constante proceso de cambios que han alterado tanto la manera de crear y comunicar, como el modo de ser y convivir. Los nuevos medios e instrumentos de comunicación no sólo han transformado nuestra forma de percibir y de contar la realidad, sino la estructura de las relaciones sociales, la circulación de información entre emisores y audiencias en cualquier contexto, el intercambio comercial entre productores y consumidores, el debate entre agentes políticos, sociales, económicos y culturales en la esfera pública, las rutinas productivas y de difusión de contenidos audiovisuales, la forma de representar conceptualmente el mundo que nos rodea y, en definitiva, también de sentir, de pensar y de vivir.

Porque las redes y los medios digitales, de hecho, han creado una nueva sociedad, en la que la innovación tecnológica asociada a la comunicación ciber-

nética y la virtualidad mediática son algunas de las características de este gran seísmo digital que está sacudiendo los pilares sobre los que se sostiene el sistema productivo de comunicación moderno, afectando muy especialmente a los medios de comunicación tradicionales, mientras emerge un nuevo panorama transmediático en el que el periodismo clásico y el discurso informativo serio y riguroso ha perdido protagonismo frente a modelos comunicativos simplificadores que banalizan o desprecian la realidad de los hechos o que promueven la desinformación y la propaganda al servicio de causas manipuladoras que pervierten el sentido democratizador de internet y las redes sociales.

Sin embargo, el rápido desarrollo de las estructuras tecnológicas y todos los canales, los soportes, las redes, los lenguajes y los códigos asociados a los últimos avances en los nuevos formatos tecnológicos digitales, obligan a hacer una reflexión sobre el significado de lo «nuevo» desde una perspectiva histórica y a comenzar a hacer historia sobre los medios digitales que han ido apareciendo y proliferando en el último cuarto de siglo, con abordajes que analicen la complejidad de la revolución tecnológica de la comunicación y los trascendentales cambios desde sus inicios hasta nuestros días.

De ahí la necesidad de promover el estudio académico de los medios digitales con una mirada hacia el pasado, tratando de comprender su evolución, tanto en una dimensión sincrónica como diacrónica, y comparar este revolucionario fenómeno con el surgimiento de otros «nuevos» medios en otras épocas históricas

en las que sus sociedades también vieron alterada su percepción y el modelo de representación de la realidad, así como su propio modo de vida.

De una forma transversal e interdisciplinar, este libro pretende pues aproximarse al reciente pasado de un proceso trascendente y acelerado hacia un mundo digital disruptivo y transformador, en el que los medios de comunicación son parte de ese cambio profundo que afecta a la esfera mediática y todas las interacciones sociales, políticas, económicas y culturales que en ella se producen y que afectan a nuestra percepción del mundo, dentro de un proceso de virtualización digital hacia lo desconocido.

Alberto Pena Rodríguez
Xosé López García

Introducción

Medios de ayer y de hoy ante las necesidades comunicativas de la ciudadanía

Los avances tecnológicos que se vienen sucediendo de forma vertiginosa a lo largo de los últimos años confrontan al mundo de la comunicación a una necesidad de adaptación continua. Esta adaptación no es asumida solo por las organizaciones dedicadas a la comunicación, sino que también la ciudadanía adapta y expande sus necesidades comunicativas a partir de las posibilidades que abren los nuevos medios. La relación entre los distintos actores que conforman el ecosistema mediático, por lo tanto, se encuentra en constante redefinición, negociando nuevas formas de comunicar a partir de los fundamentos y las necesidades básicas (sociales, culturales, democráticas) inherentes al ser social.

En este contexto, se vuelve más importante que nunca aproximarse a la investigación de la historia de la comunicación desde una perspectiva que concilie las oportunidades que brindan los nuevos medios con los principios básicos que han imperado desde la expansión de los medios de comunicación de masas, tejiendo así las bases de una historia de los nuevos medios digitales.

Ese fue el objetivo del foro de debate que se abrió en Santiago de Compostela durante el XVI Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación. Bajo la premisa «La revolución tecnológica de la comunicación en perspectiva: historia de los nuevos medios digitales, los nuevos medios en la historia», este congreso reunió en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Santiago de Compostela a más de un centenar de investigadores e investigadoras dispuestos a compartir ideas y a impulsar la investigación sobre la historia de unos nuevos medios que ya no lo son tanto.

La convergencia en Santiago de Compostela de especialistas procedentes de distintos contextos nacionales (el congreso no sólo atrajo a investigadores españoles, también a portugueses, brasileños, italianos, mexicanos o peruanos, entre otros), con distintos bagajes culturales y distintas trayectorias en el ámbito de la investigación, permitió que se generasen debates enriquecedores alrededor de las líneas temáticas del congreso, que comprendían desde los estudios sobre los modelos y sistemas de comunicación hasta el análisis del discurso y de la recepción, pasando por las representaciones de la memoria histórica, los estudios sobre la opinión pública o las biografías de comunicadores y comunicadoras.

En este libro se recoge una brevísima selección de las comunicaciones presentadas en las distintas líneas temáticas del XVI Congreso de la AsHisCom entre el 26 el 27 de septiembre del 2019. Las siete propuestas seleccionadas contribuyen especialmente (aunque no exclusivamente) al avance de la investi-

gación de la historia de la prensa en distintos contextos geográficos e históricos, dando muestra de la diversidad y de la calidad de los trabajos debatidos en este marco.

Ángel Vizoso y Xosé López-García dibujan los inicios de las técnicas infográficas tan presentes en la comunicación actual como los gráficos de barras, de líneas y circulares, las representaciones cartográficas o los diagramas de flujo. Los autores reflexionan sobre la conexión entre el desarrollo de disciplinas como el comercio o la economía y el impulso de la infografía, al hacerse necesario explorar nuevas formas de comunicar realidades cada vez más complejas, y el papel determinante de la tecnología en la evolución de la infografía.

A continuación, Julio Antonio Yanes Mesa explora el origen de las particularidades del sistema comunicativo canario a partir del análisis de la prensa de Gran Canaria durante el Sexenio Democrático. Las características intrínsecas al ecosistema mediático de Canarias, entre las que destacan su incorporación tardía a la modernidad y su ubicación estratégica en una ruta de comunicación fundamental entre Europa y América, supuso una configuración particular del ecosistema mediático de las Islas Canarias, que se aleja del modelo pluralista polarizado de Hallin y Mancini y se aproxima más al modelo liberal.

Jorge Pedro Sousa y Patrícia Oliveira Teixeira profundizan en uno de los trabajos más representativos del periodista y escritor portugués Reinaldo Ferreira, la revista *Repórter X*. Con un discurso contrapuesto a la propaganda de la Dictadura Nacional, *Repórter X* destacó por ofrecer reportajes de interés humano y

sensacionalistas, informando sobre historias de negocios dudosos, crímenes o escándalos que conseguían escapar a la censura imperante en la época.

En el capítulo 4, Julio Moyano y Alejandra Ojeda argumentan la importante aportación de las comunidades inmigrantes al desarrollo de contenidos visuales en la prensa argentina y proponen una periodización en cuatro etapas. Los franceses, primero, y los españoles e italianos, después, contribuyeron a la integración de este tipo de herramientas, al aportar conocimientos adquiridos en sus países de origen.

También Carlos Barrera propone una periodización de interés en el capítulo 5. En este caso, el periodo analizado se corresponde con una etapa más reciente, la España democrática. A partir del análisis de la relación entre los medios y los poderes políticos y empresariales, Barrera establece cuatro etapas que reflejan la evolución del sistema comunicativo español tras el fin del franquismo, desde un periodo caracterizado por la predominancia informativa basada en el consenso y el servicio público hasta la situación actual, marcada por una cierta dependencia de los medios de los poderes políticos y económicos.

María López de Ramón explora la relación del régimen canovista con la prensa. A pesar de que la Constitución de 1876 reconocía explícitamente la libertad de prensa, el despliegue de un importante aparato legislativo durante el régimen canovista supuso su anulación práctica. La autora analiza qué instrumentos legales fueron utilizados para controlar la opinión pública y convertir a la prensa en un altavoz subordinado a los imperativos gubernamentales.

La encargada de cerrar esta selección de trabajos es Laura Salcedo Díaz, quien estudia el encaje del discurso de tres publicaciones colombianas de literatura de los años 40 con la política nacional de la época. La autora analiza cómo las recomendaciones incluidas en estas revistas literarias fomentaban distintas ideologías y buscaban influir en la opinión pública.

Desde la organización del congreso esperamos que la divulgación de estos textos contribuya a enriquecer el debate presente y futuro alrededor de la importancia de echar la vista atrás a la hora de comprender la importancia de los medios de comunicación en general, y de la prensa en particular, en la configuración de la opinión pública, en la relación con los poderes políticos y económicos, y en la satisfacción de unas necesidades comunicativas que, a pesar de su volatilidad, son cada vez más críticas para la sociedad.

Marta Rodríguez-Castro, Universidade de Santiago de Compostela, secretaria del XVI Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación e investigadora del Grupo Novos Medios.

Carlos Toural, Universidade de Santiago de Compostela, secretario del XVI Congreso Internacional de la Asociación de Historiadores de la Comunicación e investigador del Grupo Novos Medios.